



Bilan 2023

Atelier

Le 25 janvier 2024

MARCON

Sujets couverts

Les Résultats

Perspectives
économiques

Constats et
discussion

Sujets couverts

Les principaux résultats

- Info sondage
- Persona
- Les achats 2023
- Plantes cultivées en 2023
- Achats totaux de végétaux 2023 – en quantité
- Raisons – moins ou pas d’achat en 2023
- Impact de la situation économique en 2023
- Végétaux de potager – Intentions 2024
- Végétaux ornementaux – Intentions 2024
- Services –Intentions 2024

Info sondage

Afin de suivre l'évolution des marchés, la Table filière de l'horticulture ornementale du Québec a mandaté MARCON pour analyser les attitudes des ménages québécois face à des comportements, à des choix d'utilisation de produits et de services reliés au jardinage en 2023 et estimer les intentions d'achat pour 2024.

Pour ce faire, les variables à mesurer ont fait l'objet de questions adressées à 1 000 ménages québécois lors d'un sondage par panel réalisé entre le 29 septembre et le 5 octobre 2023 auprès de répondants de 18 ans et plus.

Les résultats ont été pondérés afin de refléter la distribution de la population à l'étude selon le sexe, l'âge, la région de résidence, la langue maternelle et le niveau de scolarité des répondants.

Les quotas suivants ont été appliqués:

- 500 répondants Montréal RMR
- 100 répondants Québec RMR
- 400 répondants dans le reste du Québec
- Parité des sexes
- 90% francophones et 10% anglophones





Les Persona



Les persona – Baisse chez les enthousiastes... à suivre



Enthousiastes: Nous nous intéressons au jardinage depuis un certain temps déjà



Prometteurs: Nous avons un intérêt assez récent pour le jardinage et nous avons encore peu d'expérience, mais nous planifions jardiner davantage dans l'avenir

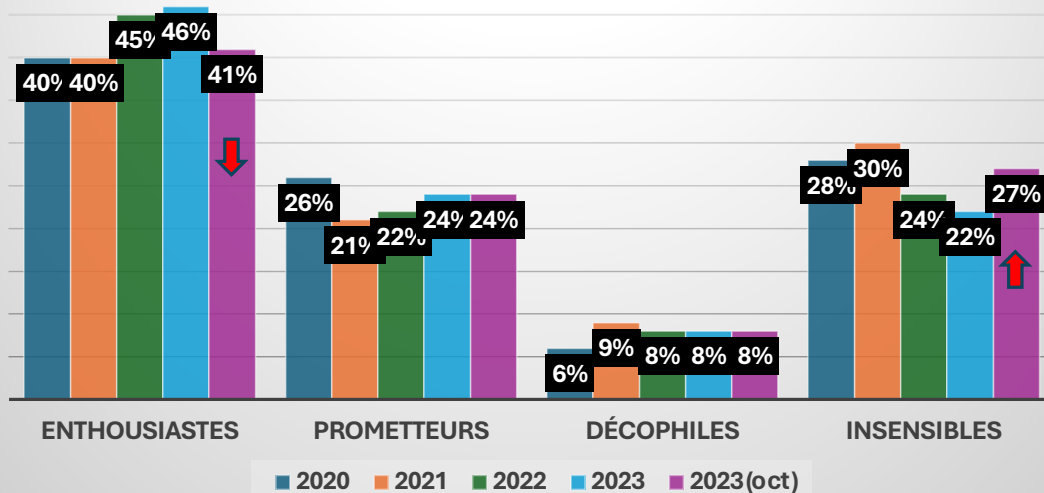


Décophiles: Nous sommes plus motivés par le choix des ameublements et la décoration extérieure de notre cour, terrasse et balcon que par le choix des végétaux



Insensibles: Nous avons peu ou pas d'intérêt pour les végétaux. Nous ne désirons pas investir du temps ou de l'argent pour le jardinage

Persona – octobre 2023





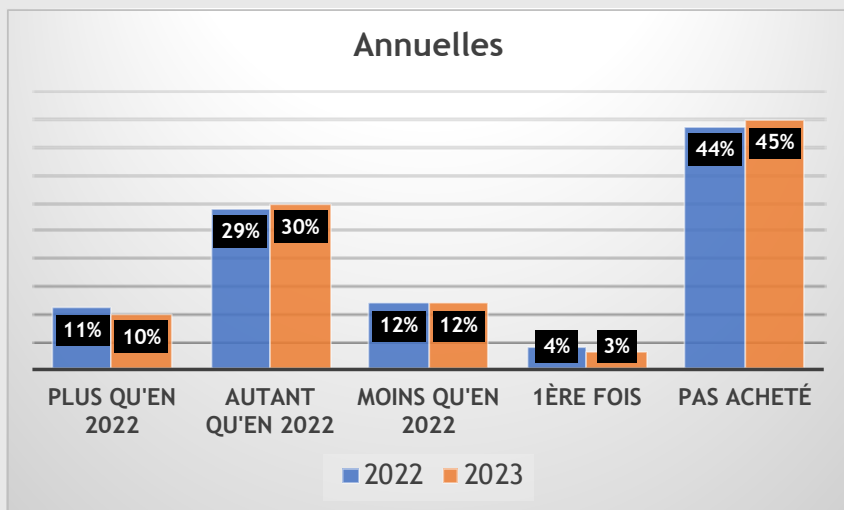
Les achats
2023



La saison 2023

- Feedback du secteur – » baisses des ventes par rapport à 2022
- Raisons possibles:
 - Retour à la normale post pandémie – » budget discrétionnaire divisé
 - Inflation + taux d'intérêts – » changements très rapides en peu de temps
- À première vue, les achats déclarés par les participants au sondage montrent une certaine stabilité – » on a creusé la question.

Achats d'annuelles en 2023 vs 2022



Annuelles p/r à 2022	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles	Inactifs
Plus	10% 18-24 ans: 17,5%	13,2%	16,6%	6,2%	0,3%
Autant	29,7% 55-65+ : 33-37%	45,5%	23,6%	37,7%	8,8%
Moins	12%	14,6%	16,2%	11,1%	4,6%
1 ^è fois	3,6% 18-34 ans: 7,4%	1,7%	7,7%	6,3%	2,3%
Pas acheté	44,7%	25%	35,8%	38,7%	84%

Non acheteurs
2021: 48%
2022: 44%

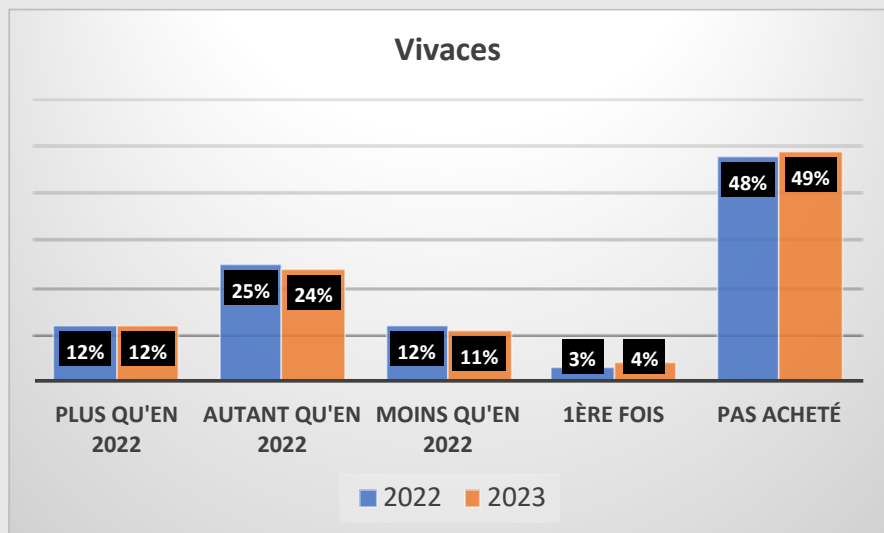
Le nombre d'acheteurs d'annuelles: soutenu par les Prometteurs et les Enthousiastes au niveau de ceux qui achètent plus, mais compensé par ceux qui achètent moins. Plus du tiers des Prometteurs n'en ont pas acheté.

- Moins de Prometteurs que d'Enthousiastes chez les acheteurs avec autant de volume
- Plus de Prometteurs premiers acheteurs; Décophiles premiers acheteurs
- 16% des Inactifs en ont acheté.

- Les plus jeunes : 1^{ère} fois et Plus
- Les 55-65 ans + : ceux qui en ont acheté autant

N=1000

Achats de vivaces en 2023 vs 2022



Vivaces p/r à 2022	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles	Inactifs
Plus	11,6% <small>18-24 ans: 20,7% 35-44 ans: 15,7%</small>	14,8%	18,5%	8,8%	1,9%
Autant	24%	37,4%	21,2%	25,9%	5,6%
Moins	11% <small>55-64: 16%</small>	14,2%	13,6%	16,2%	2,6%
1 ^è fois	4,4% <small>18-24 ans: 11,7%</small>	2,4%	10,3%	4,6%	2,2%
Pas acheté	48,9% <small>65+: 59,3%</small>	31,2%	36,4%	44,5%	87,7%

Non acheteurs
2021: 41%
2022: 48%

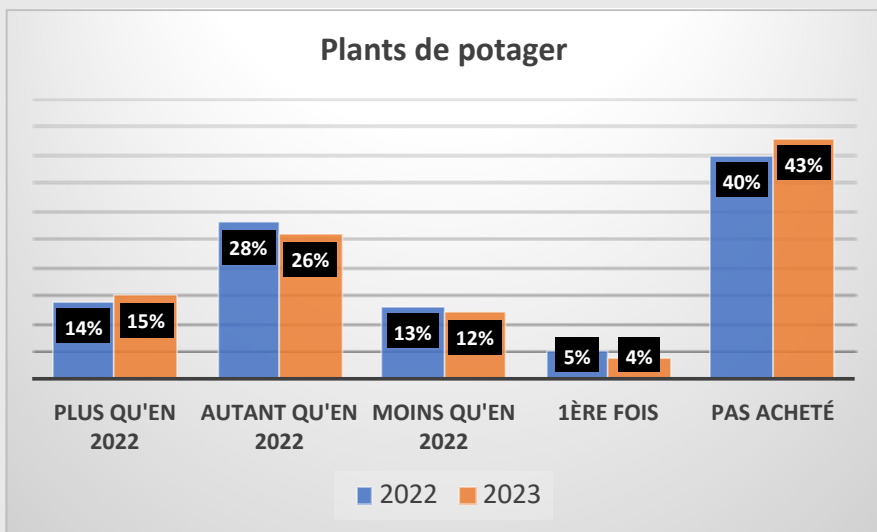
Les Prometteurs soutiennent les achats de plus de volume; clientèle significativement plus jeune. Les matures achètent moins --- » tendance lourde ?

- 10 % de premiers acheteurs chez les Prometteurs
- Presqu'autant de Prometteurs que d'enthousiastes chez les acheteurs
- Décophiles en perte de vitesse
- 12 % des Inactifs acheteurs

Les plus jeunes ++ : 1^{ère} fois et Plus
Les 65 ans + : ceux qui n'ont pas acheté

N=1000

Achats de plants de potager en 2023 vs 2022



Pl. Potager p/r à 2022	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles	Inactifs
Plus	15,2% <i>-35 ans:27%</i>	21,3%	23,6%	11,4%	0%
Autant	25,8% <i>55-64 ans:36%</i>	40,1%	27,7%	14,8%	5,9%
Moins	12,1%	14,8%	12,6%	20,3%	5,3%
1 ^è fois	3,9% <i>25-34: 6% 45-64:6,5%</i>	1,5%	7,8%	10,2%	2,4%
Pas acheté	42,9% <i>65+= 57%</i>	22,4%	28,3%	43,4%	86,4%

Non acheteurs
2021: 46%
2022: 40%

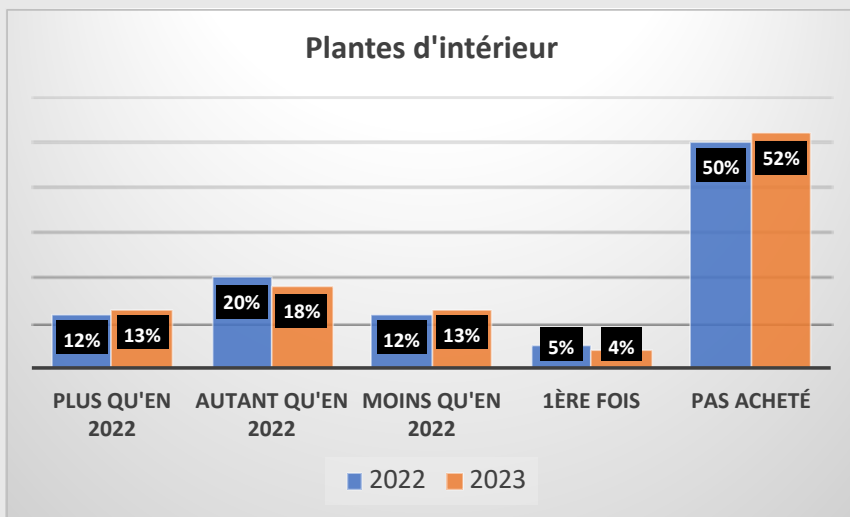
Croissance chez les Enthousiastes et les Prometteurs.

- Presqu'autant d'Enthousiastes que de Prometteurs chez ceux qui ont acheté plus
- 7,8 % des Prometteurs et 10 % des Décophiles en ont acheté pour la première fois
- 12 % des Inactifs acheteurs

- Plus de matures chez ceux qui ont acheté autant, mais aussi pour un premier achat !
- Proportion plus grande des 65 ans + chez ceux qui n'ont pas acheté

N=1000

Achats de plantes d'intérieur en 2023 vs 2022



Pl. Intérieur p/r à 2022	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles	Inactifs
Plus	12,7% -35 ans: 23-26%	15,9%	19%	15,4%	1,7%
Autant	18,4% 25-34:26%	22,9%	22,5%	27%	5,4%
Moins	13,5%	15,6%	19,7%	11,4%	5,4%
1 ^è fois	3,5% 18-24:10%	2,4%	5,7%	5%	3%
Pas acheté	51,9% 55+= 60-72%	43,1%	33,1%	41,2%	84,5%

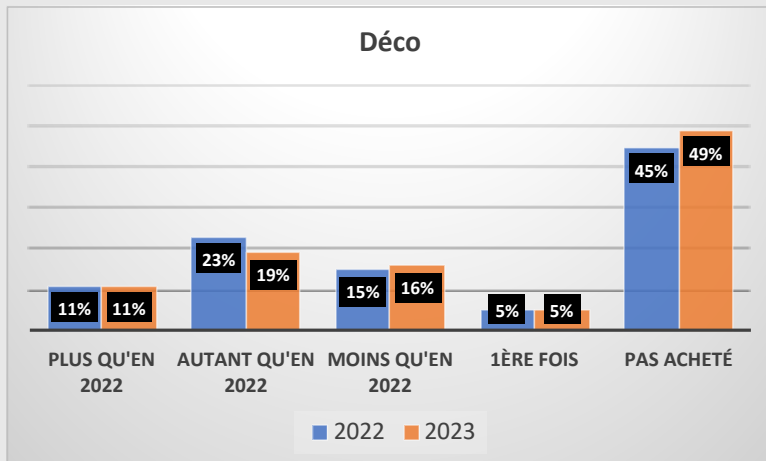
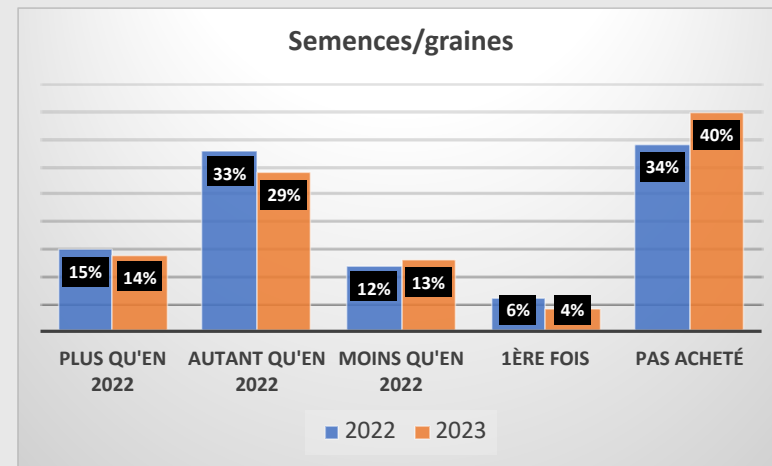
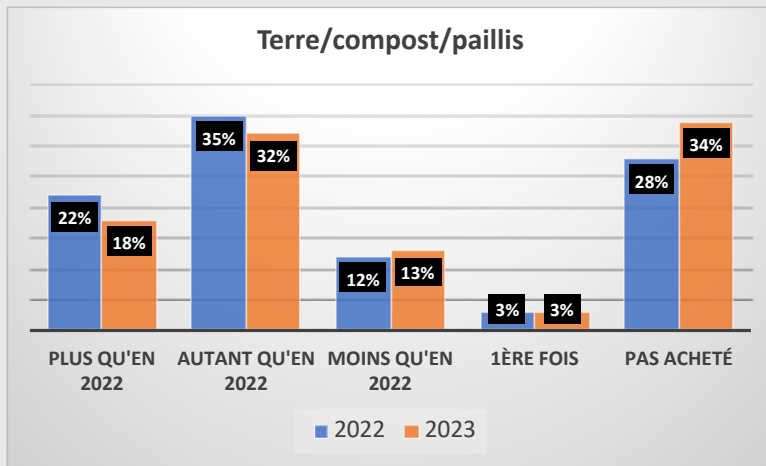
Non acheteurs
2021: 56%
2022: 50%

- Enthousiastes et Prometteurs: équilibre entre ceux qui ont acheté plus et ont acheté moins
- Les Prometteurs chez ceux qui ont acheté plus
- 16 % des Inactifs acheteurs

Les plus jeunes soutiennent le nombre d'acheteurs et les matures plus présent chez ceux qui n'achètent pas.

N=1000

Autres produits en 2023 vs 2022

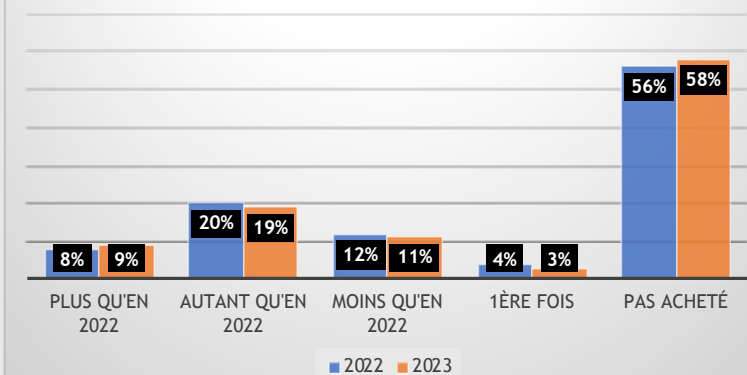


- Diminution significative des acheteurs (sauf déco)
- Taux similaires de 1^e fois les deux années

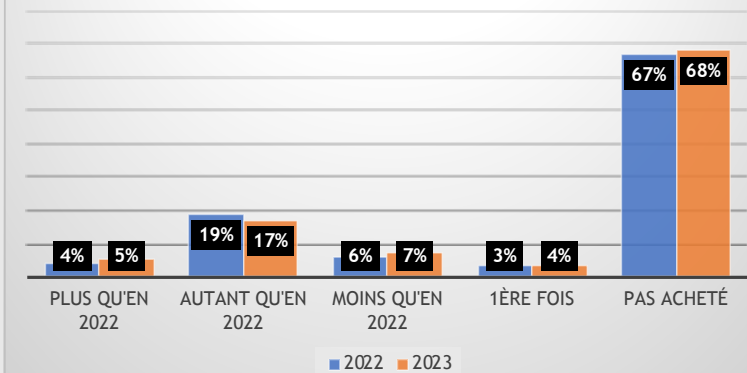
N=1000

Autres produits en 2023 vs 2022

Fleurs coupées

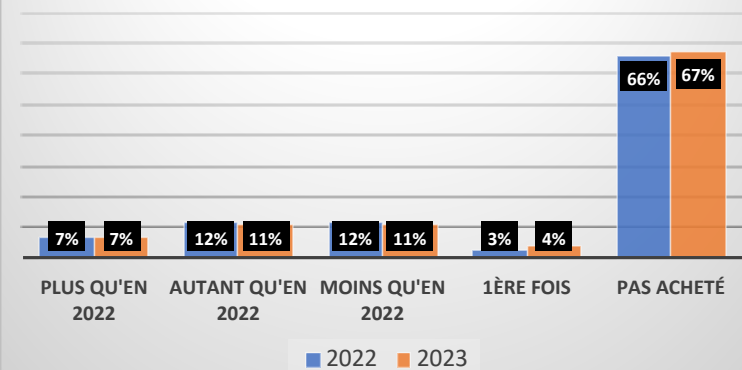


Gazon en plaques

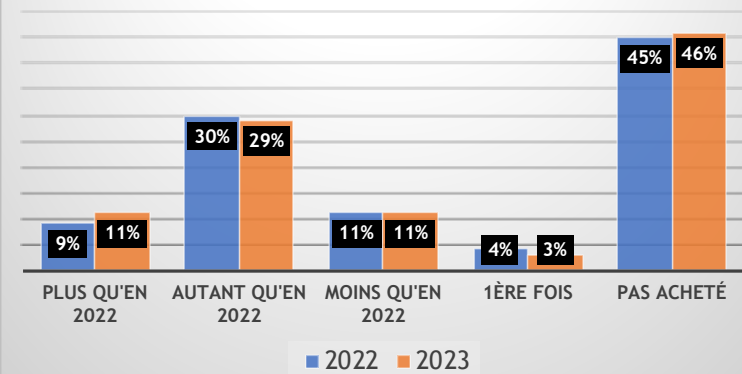


- Stabilité pour ces quatre catégories

Arbres et arbustes



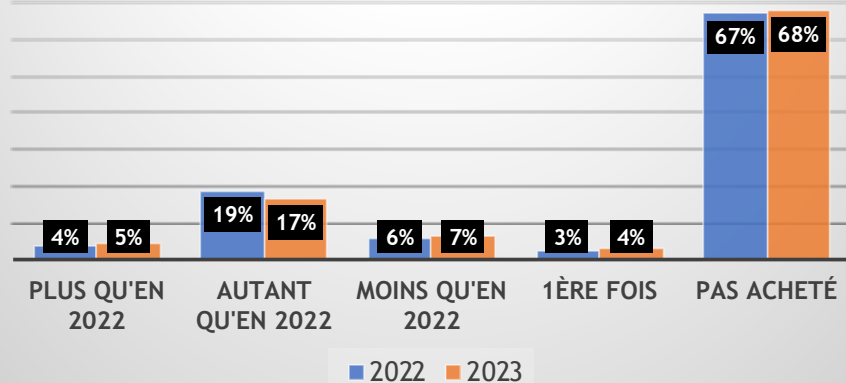
Engrais



N=1000

Achats de services en fertilisation de pelouse en 2023 vs 2022

Fertilisation pelouse



Fertilisation pelouse p/r à 2022	total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles	Inactifs
Plus	4,9% <i>- 35 ans: 10%</i>	4,9%	8,2%	7,5%	1,5%
Autant	16,7%	19,5%	18,3%	22,4%	9,2%
Moins	7,2%	7,9%	11,8%	11,3%	1%
1 ^è fois	3,6%	1,2%	6,9%	6,4%	3,6%
Pas acheté	67,6% <i>55-64 ans:77%</i>	66,5%	54,8%	52,4%	84,7%

Non acheteurs
2021: 68%
2022: 67%

- Les Prometteurs surreprésentés chez ceux qui ont acheté plus, moins et ont acheté la 1^è fois
- Moins de Prometteurs et Décophiles chez ceux qui n'ont pas acheté
- 15% des Inactifs acheteurs

- Les plus jeunes soutiennent le nombre d'acheteurs
- Proportion plus grande des 55 ans + chez ceux qui n'ont pas acheté

Autres achats de biens et de services 2023 vs 2022

	Coupe pelouse		Entretien général	
	2022	2023	2022	2023
1 ^{ère} fois	3%	3%	3%	2%
Pas acheté	74%	74%	71%	71%

- Grande stabilité au niveau des services
- La grande proportion de non-acheteurs limite les analyses plus poussées


	Aménagement paysager		Architecte paysager		Services d'irrigation		Émondage/ arboriculture	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
1 ^{ère} fois	3%	3%	3%	2%	3%	2%	4%	4%
Pas acheté	77%	75%	82%	81%	82%	81%	76%	74%

Évaluation de l'expérience d'achat en 2023

Expérience d'achat 2023	Végétaux ornementaux + produits	Végétaux intérieurs	Entretien pelouse	Taille arbre et arbustes	Services aménagement paysager	Services d'irrigation	Emondage
Meilleure	14%	13%	7%	8%	7%	5%	6%
Equivalente	53%	44%	23%	18%	18%	14%	16%
pire	9%	8%	6%	6%	5%	5%	7%
1^{ere}	3%	3%	4%	3%	2%	4%	5%
N/A	21%	32%	60%	65%	68%	72%	66%

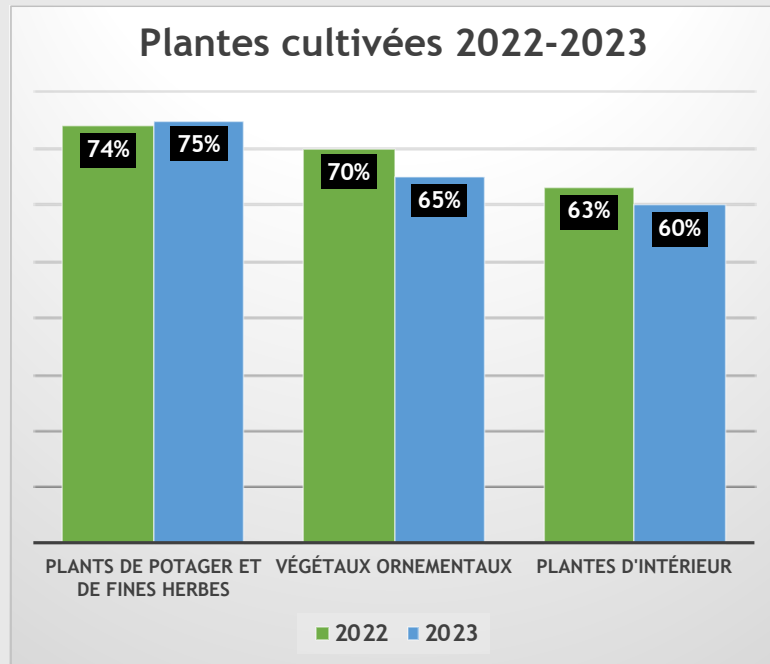
En résumé

- En nombre, on voit que les clientèles plus jeunes ont remplacé celles qui achètent moins au pas du tout
- La proportion des non-acheteurs est relativement stable p/r aux autres années
- On semble observer la même tendance du côté des services
- C'est une analyse à poursuivre... Est-elle ou non reliée au contexte économique ? Ou plutôt, est-ce le remplacement naturel des générations ?
- Les acheteurs qui remplacent ceux qui partent ont-ils les mêmes goûts, besoins et critères d'achat ?

A young woman with brown hair tied back, wearing a white t-shirt and a brown blazer, is looking down at a small potted carnation plant with pink flowers. She is standing in a greenhouse filled with various other potted plants, including colorful carnations and tall, feathery grasses. The background shows the metal structure of the greenhouse and more plants.

Plantes cultivées
Quantité de végétaux
achetés
Impact inflation

Plantes cultivées en 2023 vs 2022



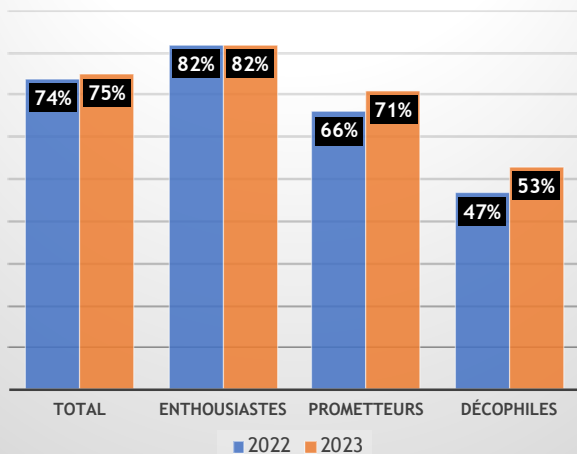
N=727

- Cette donnée fait référence à ce qu'on cultive, quelle que soit la provenance des plants – pour les ménages, sans les inactifs
- La culture de plants de potager se maintien
- Celle des végétaux ornementaux est en décroissance
- La tendance pour les plantes d'intérieur semble amorcer une petite décroissance (stable statistiquement) pour l'ensemble les ménages actifs (Enthousiastes, Prometteurs , Décophiles)

Persona --- » Page suivante

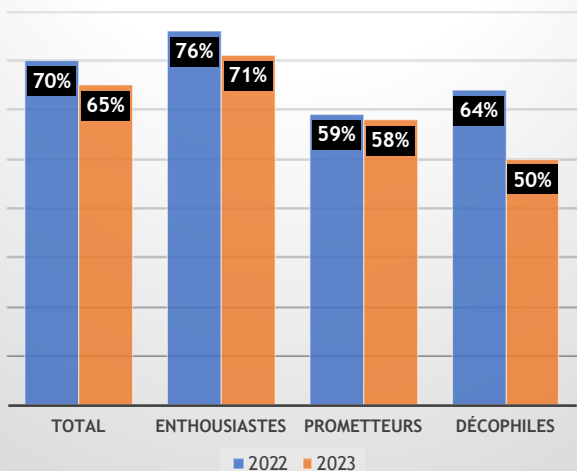
Plantes cultivées en 2023 vs 2022 par persona

Plants de potager et de fines herbes

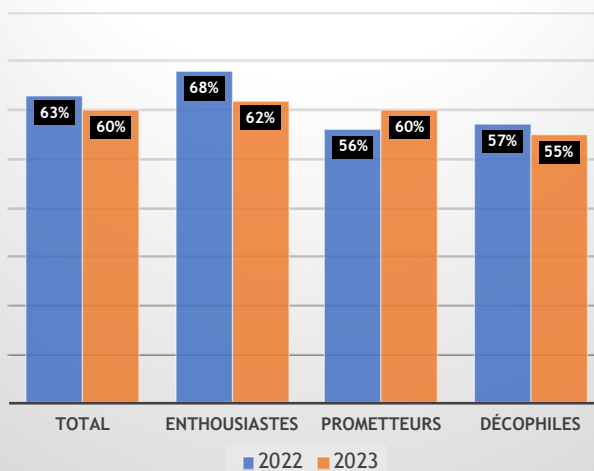


- Les Prometteurs et les Décophiles ont augmenté la culture des plants de potager
- Les Enthousiastes diminuent la culture des végétaux ornementaux et les Décophiles la diminuent encore plus de façon marquée
- La croissance de la culture des plantes d'intérieur chez les Prometteurs compense en partie la réduction chez les Enthousiastes

Végétaux ornementaux

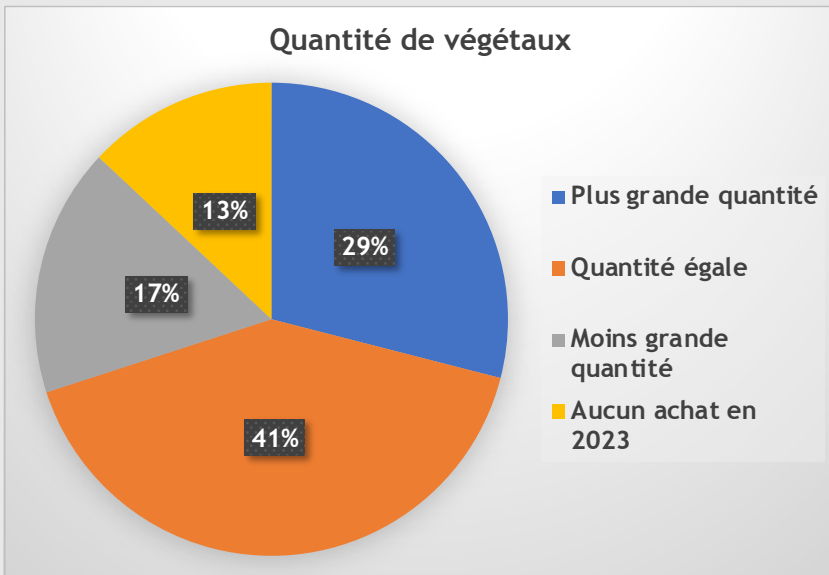


Plantes d'intérieur



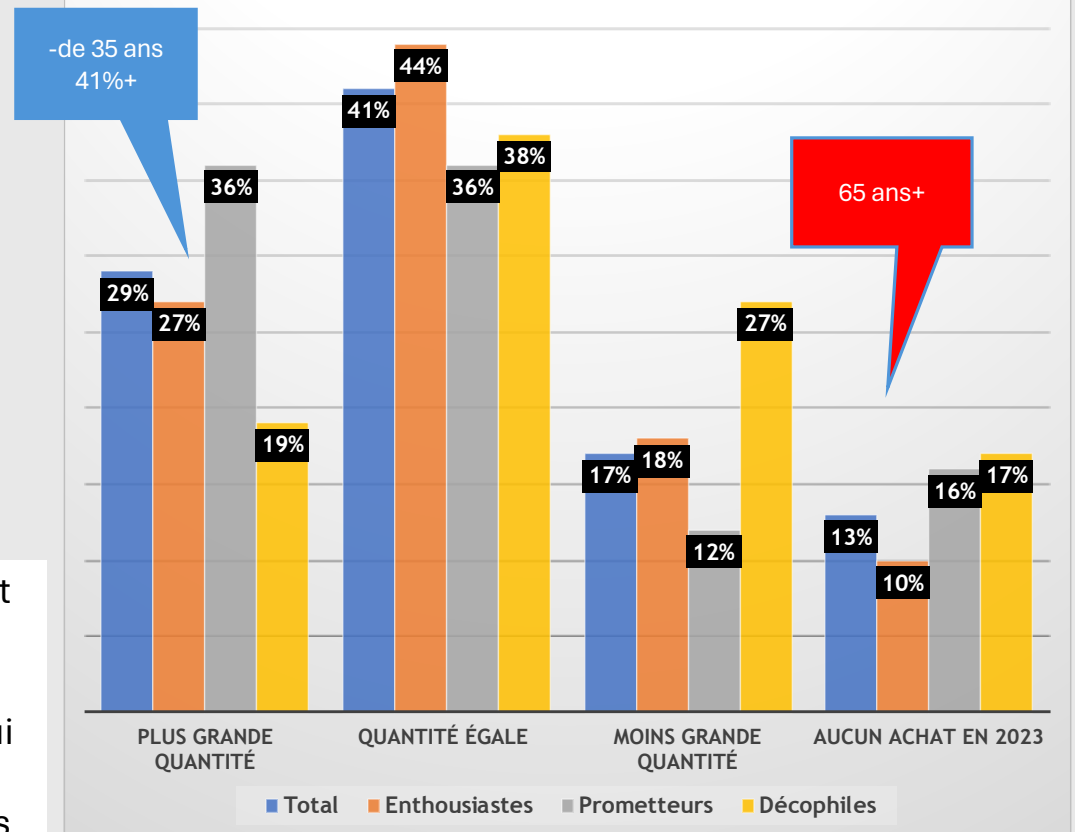
N=727

Achats totaux de végétaux 2023



- Proportions égales entre les ménages actifs qui ont acheté une plus grande quantité de végétaux vs moins grande/aucun
- Les Prometteurs sont surreprésentés chez ceux qui ont acheté une plus grande quantité alors les Décophiles dominent au niveau des moins grandes quantités achetées
- Les moins de 35 ans surreprésentés chez ceux qui ont acheté plus

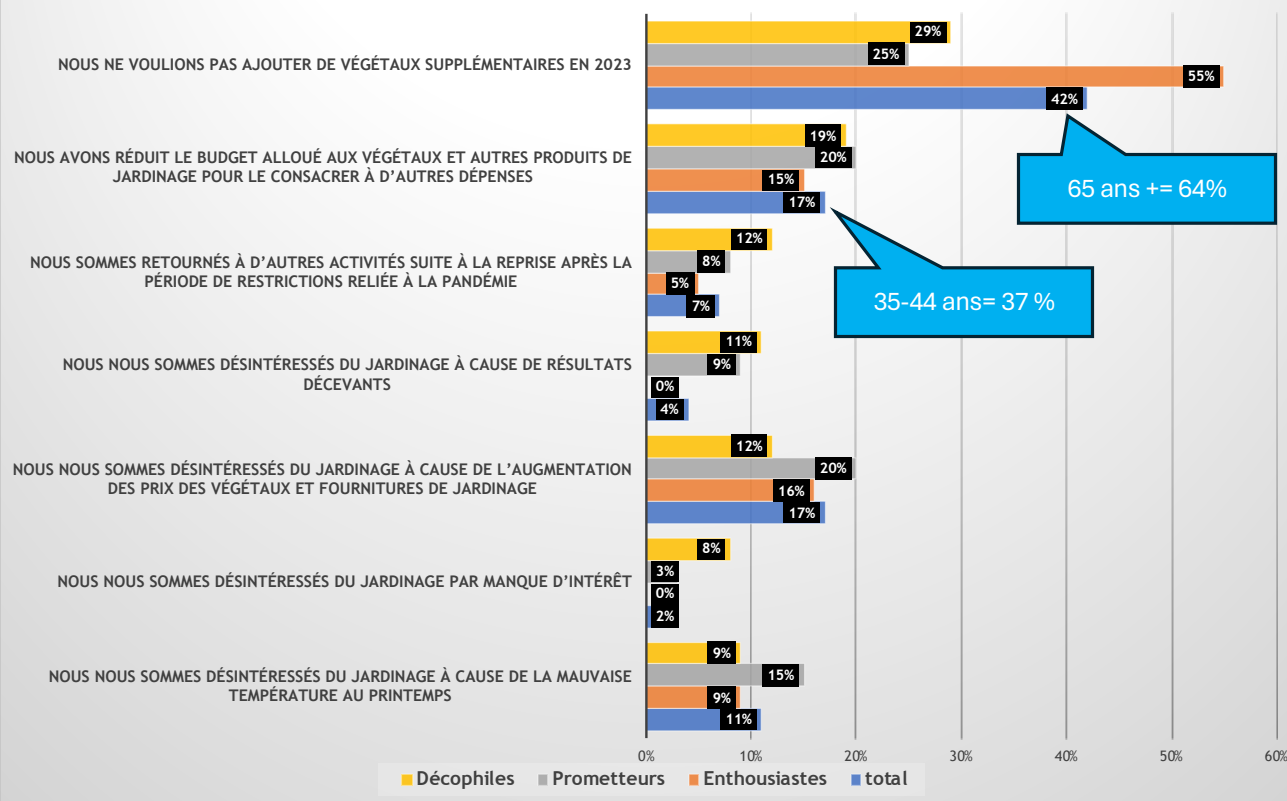
Quantité de végétaux - persona



N=727

Raisons – moins ou pas acheté - 2023

Raisons pour avoir moins acheté ou pas acheté de végétaux en 2023



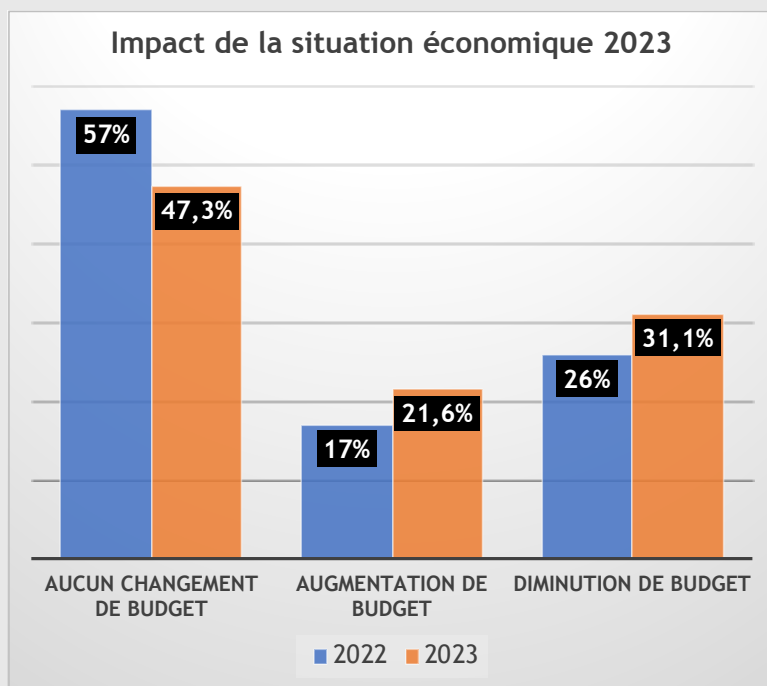
La volonté de ne pas ajouter de végétaux en supplément rallie 42 % des répondants, 55 % des Enthousiastes et 64 % des 65 ans+

L'imputation du budget ailleurs et le retour à d'autres activités concernent 24 % des répondants et 37 % des 35-44 ans.

L'augmentation des prix a refroidi 17 % de l'ensemble des répondants et 20 % des Prometteurs

N=220

Impact de la situation économique - 2023



N=727

- Aucun changement de budget -10 %
- Augmentation + 4,6 %
- Diminution - 5,1 %
- 10 % plus de diminution

Aucun changement:

Enthousiastes: **53%**

Prometteurs: **37%**

Décophiles: **48%**

47%

Augmentation budget:

Enthousiastes: **16%**

Prometteurs: **32%**

Décophiles: **20%**

21%

Diminution budget:

Enthousiastes: **31%**

Prometteurs: **31%**

Décophiles: **32%**

31%

En résumé

- La culture des plants de potager est en croissance, supportée pas les Prometteurs ... et même les Décophiles
- La culture des plants ornementaux semble perdre de l'attrait, on perd des Enthousiastes et des Décophiles
- Les Enthousiastes influencent à la baisse la culture des plantes d'intérieur, les Prometteurs compensent en partie
- En termes de quantités, surreprésentation des plus jeunes. Les matures sont plus présents chez ceux qui ont acheté moins ou pas acheté
- Il y a les Enthousiastes qui quittent et ceux qui réduisent leurs achats – » il faut mieux comprendre ces comportements
- Chez ceux qui ont moins ou pas acheté, la réduction du budget pour l'allouer ailleurs rejoint 24 % des répondants vs 42 % chez ceux qui ne désirent pas d'ajout de végétaux
- La proportion des ménages qui ont dit diminuer leur budget à cause de la situation économique en 2023 est plus importante de 10% que chez ceux qui ont augmenté leur budget.





Intentions d'achat 2024



MARCON

Végétaux de potager- intentions 2024

Végétaux de potager	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles
Nous achèterons encore plus de végétaux de potager qu'auparavant	25,6% - 35 ans= 37% 55-64=13,9% 65+= 9,4%	21,8%	35,3%	16,4%
Nous achèterons autant de végétaux de potager qu'auparavant	48,4%	55,1%	39,7%	39,4%
Nous achèterons encore moins de végétaux de potager qu'auparavant	12,6%	11,7%	12,6%	17,6%
Nous n'achèterons pas de végétaux de potager	13,4% 55-64= 19% 65+= 22%	11,4%	12,4%	26,6%

N=727

- Solde plutôt neutre au total. 13 % des répondants actifs n'achèteront pas en 2024, ce nombre grimpe à 19 % pour les 55-64 et à 22 % pour le 65+.
- Plus d'achat chez les Prometteurs, plus stable chez les Enthousiastes et en diminution chez les Décophiles.
- Les plus jeunes semblent compenser les départs des plus âgés en nombre. Une croissance potentielle serait portée par les Prometteurs de tout âge et par les plus jeunes.
- Croissance incertaine pour 2024

Végétaux ornementaux- intentions 2024

Végétaux ornementaux	Total	Enthousiastes	Prometteurs	Décophiles
Nous achèterons encore plus de végétaux ornementaux qu'auparavant	18% <small>18-24 ans= 36%</small>	13,9%	27,5%	11,1%
Nous achèterons autant de végétaux ornementaux qu'auparavant	44,3%	47,8%	38%	44,9%
Nous achèterons encore moins de végétaux ornementaux qu'auparavant	16,7%	17,6%	15,4%	15,4%
Nous n'achèterons pas de végétaux ornementaux	21% <small>55-64 ans= 25,7% 65 ans+= 31,8%</small>	20,7%	19%	28,7%

- Équilibre entre le nombre de répondants qui achètent plus vs moins.
- 21 % des répondants actifs n'achèteront pas en 2024, ce nombre grimpe à 26 % pour les 55-64 et à 32 % pour les 65 ans +
- Solde négatif chez tous les persona, en particulier chez les Enthousiastes et même chez les Prometteurs
- Les plus jeunes compensent en partie les départs des plus âgés, avec quel budget ?
- Baisse à envisager.

N=727

Services -intentions 2024 vs 2023

Service	Réalisé en 2023	Prévu en 2024
Tonte pelouse	14%	14%
Fertilisation pelouse	16%	17%
Émondage	15%	16%
Réalisation aménagement	10%	14%
Plan aménagement	10%	13%
Installation d'un système d'irrigation	10%	10%

Stabilité générale dans les intentions d'achat 2024 vs achats 2023. Remplacement des plus âgés par les plus jeunes.

N=727



Perspectives
économiques

2024

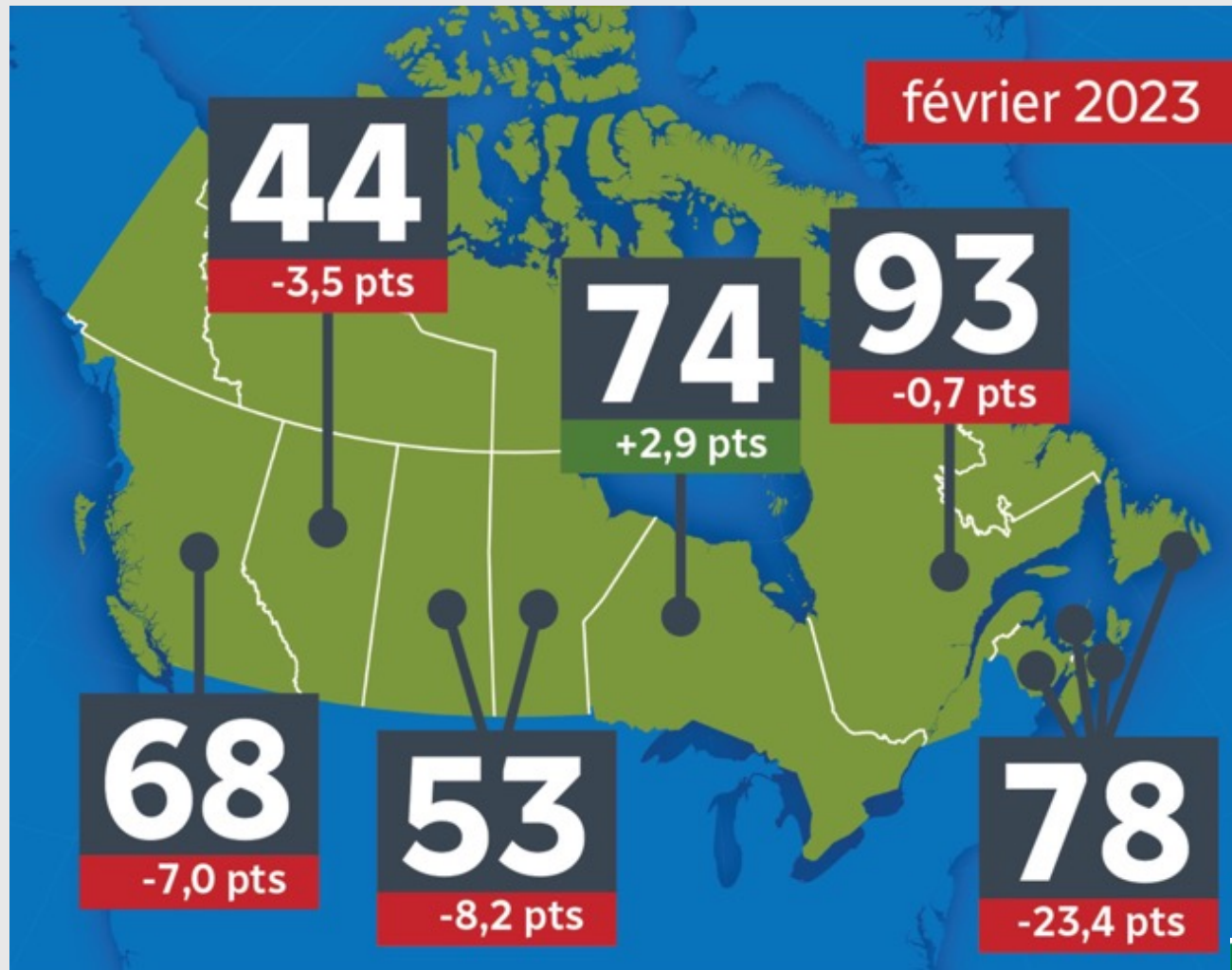


MARCON

Économie..

- La baisse des taux d'intérêts... moins rapide qu'anticipée
- 28 % des hypothèques devront être renouvelées d'ici 18 mois
- Achat/location de véhicules avec nouveaux taux d'emprunt
- Aliments en hausse: sauce et pâtes, nouilles asiatiques
- Sushis à l'épicerie plutôt qu'au restaurant
- Banques alimentaires: au Québec 32 % de plus que 2022. 872 000 personnes par mois
- Prévision des économistes : 1-2 ans de vaches maigres

Les consommateurs sont à l'heure des choix budgétaires; ils ont encore besoin de se faire plaisir !




février 2023

Indice de confiance des consommateurs Février 2023

Conference Board Canada

Un indice nettement plus élevé au Québec en 2023.

Quel en sera l'impact en 2024 ?

A photograph of three people in a meeting. A woman with grey hair and glasses is on the left, gesturing with her hand. A man with glasses and a dark green shirt is in the center, looking thoughtful with his hand on his chin. A man with a beard and a light blue shirt is on the right. They are sitting at a wooden table with papers and a glass. A green text box is overlaid on the left side of the image.

Constats et
discussions

Constats

- La situation économique plus difficile en 2023, couplée par le retour à des activités abandonnées lors de la pandémie ont certainement influencé à la baisse les ventes de végétaux ornementaux cette année.
- Il y a une partie du budget discrétionnaire qui avait été investi en jardinage qui a été réattribuée à d'autres fins.
- 2024 s'annonce comme une année difficile sur le plan économique; plusieurs ménages qui financent leur maison verront leur budget discrétionnaire affecté – » ils devront faire des choix
- L'inflation (logement, transports, alimentation) vont affecter de façon durable les façons de consommer. Des nouvelles tendances peuvent émerger de cette situation. Comment ajuster notre offre à cette réalité ?

Constats

- Les ménages qui sont actuellement composés des personnes matures sont ceux qui ont contribué activement à l'essor de notre beau secteur
- 30 % des ménages actifs ont acheté moins ou aucune plante en 2023. Parmi eux, on retrouve plus de personnes matures
- Cette cohorte de jardiniers « matures » semble se retirer doucement et est remplacée par une autre génération.
- La bonne nouvelle, c'est que l'on voit que les ménages plus jeunes sont présents et semblent compenser en nombre ceux qui se retirent.
- L'inconnue réside dans la compréhension de la façon à laquelle cette nouvelle clientèle va mûrir dans le temps.
- Aura-t-elle des comportements d'achat différents, les mêmes produits ?
- On voit que les achats déclarés et les habitudes de jardinage semblent prioriser les plantes potagères. Quels seront les comportements d'achats face aux végétaux ornementaux ?
- Aurons-nous besoin d'offrir la même sélection ? Comment tirer avantage de l'intérêt pour la culture potagère ?

Constats

- Pour les services, le sondage encore cette année montre une relative stabilité
- Il faudrait toutefois être en mesure de bien comprendre si les critères d'achat des plus jeunes s'apparentent ou non à ceux de leurs prédécesseurs pour au besoin ajuster l'offre de service en conséquence
- Pour 2024 au niveau des végétaux, il faudra selon toute vraisemblance s'attendre à une baisse en termes de quantité et celle-ci devrait toucher plus particulièrement les végétaux ornementaux
- 10 % , peut-être plus...
- Il importe, au-delà des statistiques générés par le sondage, d'engager un dialogue avec les clientèles émergentes, afin d'identifier les avenues nous permettant de répondre le mieux possible à leurs besoins et planifier une nouvelle croissance du secteur lorsque les nuages se dissiperont.



Discussions – la parole est à vous !



TABLE FILIÈRE
DE L'HORTICULTURE
ORNEMENTALE

MERCI !



MARCON