

MARCON

---



**TABLE FILIÈRE**  
**DE L'HORTICULTURE**  
**ORNEMENTALE**

## **Sondage OMNIBUS 2011**

*Habitudes d'achats de fleurs annuelles, d'arbustes,  
d'arbres et autres plantes extérieures*



Juillet 2011

---



## Table des matières

	Page
1. Le contexte et les objectifs	2
2. La méthodologie	3
3. Les résultats du sondage OMNIBUS	4
4. Le profil des répondants	12

Annexe 1- Questionnaire OMNIBUS



## Le contexte et les objectifs

- ❑ La Table filière de l'horticulture ornementale regroupe les organismes et les associations de l'industrie de l'horticulture ornementale au Québec. Sa mission consiste à favoriser la croissance des produits et services de cette industrie au Québec sur le plan de la production et de la commercialisation.
- ❑ Pour une deuxième année consécutive, la Table filière de l'horticulture ornementale a mandaté MARCON afin d'effectuer un sondage Omnibus auprès des ménages québécois dans le but de connaître leurs habitudes d'achats.
- ❑ **Plus précisément, l'étude permet de valider l'évolution des sujets suivants :**
  - ✓ L'achat de végétaux ornementaux et les raisons de non achat s'il y a lieu;
  - ✓ La variation dans la quantité de végétaux achetés au printemps 2011 comparativement au printemps 2010;
  - ✓ Les achats d'arrangements de végétaux déjà préparés;
  - ✓ Les principaux lieux d'achats;



## La méthodologie

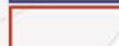
- ❑ L'information a été recueillie dans le cadre d'un sondage OMNIBUS<sup>1</sup> (en ligne) auprès d'un échantillon de 1010 répondants québécois. Le sondage a eu lieu entre le 26 et 30 juin 2011 inclusivement.
- ❑ Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la langue maternelle, de la scolarité et de la présence ou non d'enfants âgés de moins de 18 ans à domicile afin de rendre l'échantillon représentatif de la population québécoise adulte.
- ❑ Les chiffres encadrés en rouge ou en bleu dans les tableaux indiquent les différences statistiquement significatives entre les répondants de l'année 2011 :

**Différences statistiquement significatives entre les répondants :**

Proportion significativement supérieure aux autres répondants



Proportion significativement inférieure aux autres répondants



- ❑ Les symboles ▼▲ indiquent les variations statistiquement significatives par rapport aux résultats de 2010.

<sup>1</sup> Le questionnaire du sondage OMNIBUS figure à l'annexe 1.



**TABLE FILIÈRE**  
**DE L'HORTICULTURE**  
**ORNAMENTALE**

## Les résultats



# L'achat de végétaux ornementaux au printemps 2011

Q1. Au cours du printemps 2011, avez-vous acheté des fleurs annuelles, des arbustes, des arbres ou d'autres plantes extérieures ?

	n=	Total	
		2011 1010	2010 1000
<b>Total OUI</b>		<b>64%</b>	<b>63%</b>
<b>Oui, des fleurs annuelles</b>		<b>48%</b>	<b>46%</b>
<b>Oui, des arbustes, des arbres ou d'autres plantes extérieures</b>		<b>28% ▼</b>	<b>35%</b>
<b>Non</b>		<b>36%</b>	<b>37%</b>

## En bref :

La proportion des ménages québécois ayant acheté des végétaux ornementaux est demeurée plutôt stable par rapport au printemps 2010.

Parmi ceux-ci, on constate une baisse significative des achats d'arbustes, d'arbres et d'autres plantes, soit un peu plus du quart des répondants en 2011 versus plus du tiers en 2010.

Le nombre de ménages ayant effectué des achats de fleurs annuelles est comparable à l'an dernier.

Les symboles ▼▲ indiquent les variations statistiquement significatives par rapport aux résultats de 2010.



## Les motivations à ne pas acheter de végétaux

Q2. Pourquoi n'avez-vous pas acheté des fleurs annuelles, des arbustes, des arbres ou d'autres plantes extérieures ce printemps ?

	n=	Total	
		2011 367	2010 368
<b>Je ne jardine pas</b>		<b>66% ▼</b>	73%
<b>Je demeure en appartement</b>		<b>9%</b>	10%
<b>Manque de temps</b>		<b>5%</b>	7%
<b>La météo n'était pas adéquate</b>		<b>4% ▲</b>	0%
<b>Je n'ai plus l'espace pour jardiner</b>		<b>3% ▲</b>	0%
<b>Mon jardin est composé de vivaces</b>		<b>3% ▲</b>	0%
<b>J'avais moins d'argent à consacrer au jardinage</b>		<b>2%</b>	3%
<b>J'en ai déjà assez</b>		<b>2%</b>	3%
<b>Les arrangements sont déjà faits</b>		<b>2%</b>	1%
<b>Autres *</b>		<b>8% ▲</b>	4%

\* Autres : déménagement, pas besoin, nous réaménageons présentement notre terrassement

Malgré la stabilité du pourcentage de répondants n'ayant pas acheté de végétaux, il y a quelques petites variations dans les raisons évoquées pour justifier l'absence d'achats en 2011 :

Les **deux tiers (66%)** affirment ne pas jardiner - une baisse significative par rapport à 2010.

**Trois nouvelles explications ont été relevées :**

- la **météo inadéquate (4%)**;
- le manque d'espace pour jardiner (3%);
- le jardin qui est composé de vivaces (3%).

Cette dernière dernière raison peut s'apparenter à celles indiquant que les « arrangements sont déjà faits » où qu'ils en ont « déjà assez ».

Les symboles ▼▲ indiquent les variations statistiquement significatives par rapport aux résultats de 2010.



## L'évolution des achats entre 2010 et 2011

Q3. En comparant vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres ou d'autres plantes extérieures au printemps 2011 à ceux du printemps 2010, avez-vous acheté davantage, moins ou environ la même quantité ?

n=	Total	
	2011 643	2010 632
Mes achats ont augmenté	23%	21%
Mes achats ont diminué	34%	34%
Mes achats sont demeurés semblables	43%	45%

### Constat :

Le pourcentage de répondants ayant augmenté leurs achats est relativement stable (23% en 2011 et 21% en 2010); ceux ayant diminué leurs achats demeure également stable (34%).

**Par contre, il est important de noter que pour la deuxième année consécutive, globalement, il s'agit d'une diminution du volume d'achat de végétaux, soit une baisse nette de 13% en 2010 et de 11% en 2011.**



## L'évolution des achats entre 2010 et 2011 (suite)

Q3. En comparant vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres ou d'autres plantes extérieures au printemps 2011 à ceux du printemps 2010, avez-vous acheté davantage, moins ou environ la même quantité ?

n=	Total		Sexe		Âge					
	2011 643	2010 632	Homme 286	Femme 357	18-24 47	25-34 98	35-44 117	45-54 129	55-64 115	65 + 136
Mes achats ont augmenté	23%	21%	22%	24%	28%	46%	31%	15%	15%	14%
Mes achats ont diminué	34%	34%	25%	41%	46%	20%	30%	41%	41%	32%
Mes achats sont demeurés semblables	43%	45%	53%	34%	27%	34%	39%	44%	44%	54%

### Constats :

**Quatre femmes sur dix (41%) ont diminué leurs achats en 2011** tandis que ceux effectués par les hommes sont majoritairement stables, le quart des répondants des répondants masculins ont effectué moins d'achats.

**46% des 25-34 ans ont augmenté leurs achats** tandis qu'un pourcentage égal (46%) des 18-24 ans les ont diminué.

Une proportion égale des 35-44 ans ont soit augmenté (31%) ou diminué (30%) leurs achats; une tendance se dessine par rapport au pourcentage total de ceux qui ont augmenté leurs achats

Parmi les 45-54 et 55-64 ans, ils sont sous représentés chez le groupe de ceux qui ont augmenté leurs achats et sont un peu plus présents chez ceux qui ont diminué (41%)

Plus de la moitié (54%) des 65 ans et plus demeurent stables dans leurs habitudes d'achats



## Les facteurs explicatifs de la baisse des achats

Q4. Selon vous pourquoi vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres et de plantes extérieures ont-ils diminué ce printemps, par rapport au printemps 2010 ?

	n=	Total	
		2011 219	2010 216
J'achète moins de fleurs annuelles que par le passé		34%	34%
La météo n'était pas adéquate		28% ▲	16%
J'avais moins d'argent à consacrer au jardinage		28% ▼	38%
J'ai moins d'intérêt pour le jardinage qu'auparavant		16%	15%
L'offre de végétaux ne correspondait pas à mes besoins		7%	5%
J'ai vendu ma maison et n'ai plus de parterre à entretenir		5%	4%
Manque de temps		5%	2%
Je n'ai plus de place pour d'autres plantes		2%	1%
J'ai plus de vivaces que d'annuelles		1% ▼	5%
J'ai refait l'aménagement		1%	3%
J'en ai assez pour cette année		1%	2%
Nous effectuons présentement des rénovations		1%	0%
Je plante des graines		1%	0%
Pour des raisons de santé		1%	0%

**En 2011, les conditions météorologiques ont été un facteur déterminant de la baisse des achats pour 28% des répondants, soit 12 points de pourcentage de plus qu'en 2010.**

La tendance de réduction des achats d'annuelles se maintient parmi les ménages qui ont diminué leurs achats en 2011 (34 %); donc on continue de diminuer les achats;

Plus du quart des répondants invoquent le budget disponible comme facteur, une diminution significative comparativement à 2010 (28% versus 38%) qui relègue les raisons financières de la première à la troisième place

Les symboles ▼▲ indiquent les variations statistiquement significatives par rapport aux résultats de 2010.



## Les achats d'arrangements déjà préparés

Q5. Toujours en comparant vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres ou d'autres plantes extérieures au printemps 2011 à ceux du printemps 2010, avez-vous acheté plus d'arrangements déjà préparés tels que des balconnières ou des arrangements en pots versus des végétaux que vous plantez vous-même ?

n=	Total 2011 643	Par type d'habitation				
		Unifamiliale 384	En rangée 31	Condo / loft 42	Plex 136	Autre 50
Oui, j'ai acheté plus d'arrangements déjà préparés	18%	18%	14%	21%	24%	8%
Non, j'ai n'ai pas acheté plus d'arrangements déjà préparés	82%	82%	86%	79%	76%	92%

\* Étant donné la faible taille d'échantillon ( $n < 30$ ), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

**Près d'un répondant sur cinq (18%) affirme avoir acheté plus d'arrangements déjà préparés au printemps 2011. C'est donc une augmentation de près de 20% de ce type d'acheteurs en un an seulement.**

**Cette tendance se dénote parmi tous les types d'habitations**, y compris les maisons unifamiliales (18%), mais se démarque un peu plus parmi les duplex/triplex/multiplex (24%) et les condominiums/lofts (21%).

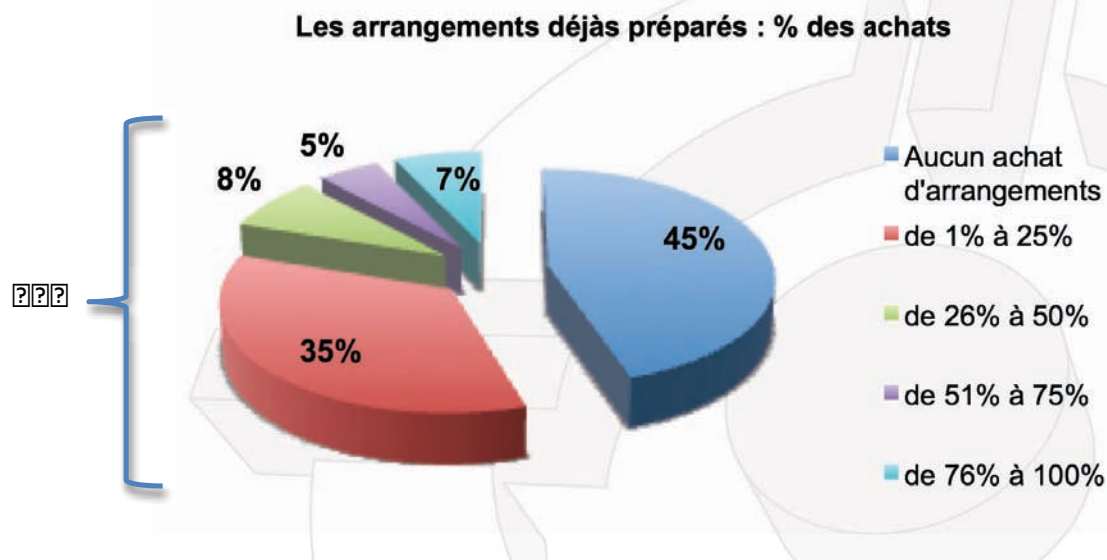
Les arrangements déjà préparés offrent un plus grand attrait pour les hommes (26%) que les femmes (12%)

N.B. Aucun comparatif, question nouvellement posée en 2011



## La proportion des achats dédiée aux arrangements déjà préparés (suite)

Q6. Les arrangements déjà préparés représentent quelle proportion de vos achats ?



**Parmi les acheteurs, 55% ont effectué des achats d'arrangements préparés telles que des balconnières ou des arrangements en pots. Ceci équivaut à 35% des Québécois.**

La proportion des achats dédiée aux arrangements déjà prêts se situe entre 1% et 25% pour un peu plus du tiers des répondants (35%)

Une minorité d'acheteurs de végétaux y consacrent plus de la moitié de leur budget (12%). Seuls les acheteurs vivant en condominiums ou en lofts se démarquent : un répondant sur cinq (20%) de ces ménages consacre entre 76% et 100% du budget d'achats de végétaux aux arrangements déjà préparés



## Les détaillants fréquentés pour la majorité des achats

Q7. Parmi les catégories de détaillants suivants, ce printemps où avez-vous effectué la majorité de vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres ou d'autres plantes extérieures :

	Total		Par type d'habitation				
	2011	2010	Unifamiliale	En rangée	Condo / loft	Plex	Autre
n=	643	632	384	31	42	136	50
Centres-jardins	41%	41%	46%	43%	30%	40%	17%
Grandes surfaces et quincailleries	30%	30%	31%	18%	30%	25%	48%
Marchés publics	10%	11%	4%	23%	25%	16%	20%
Directement chez le producteur	9%	11%	9%	7%	8%	7%	12%
Détaillants alimentaires	7%	8%	7%	0%	5%	10%	4%
Autre	2%▲	0%	2%	8%	1%	1%	0%

\* Étant donné la faible taille d'échantillon (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

**Les habitudes d'achats de végétaux ornementaux sont demeurées stables depuis 2010 :**

**Les ménages priorisent tout d'abord les centres-jardins pour la majorité de leurs achats (41 %).**

**Près du tiers des consommateurs effectuent leurs achats dans une grande surface (30 %).**

Parmi les autres types de commerce, le quart des ménages (26%) achètent en priorité soit auprès des marchés publics (10%), auprès du producteur (9 %) ou chez les détaillants alimentaires (7%)

Près de la moitié des propriétaires de maisons unifamiliales (46%) effectuent leurs achats en priorité auprès des centres-jardins



## Les détaillants fréquentés pour la majorité des achats (suite)

Q7. Parmi les catégories de détaillants suivants, ce printemps où avez-vous effectué la majorité de vos achats de fleurs annuelles, d'arbustes, d'arbres ou d'autres plantes extérieures :

n=	Total		Sexe		RMR		Région			
	2011	2010	Homme	Femme	Mtl RMR	Qc RMR	Est	Centre	Ouest	Est/Ctre/Ouest
	643	632	286	357	305	48	53	97	139	290
Centres-jardins	41%	41%	44%	39%	37%	60%	48%	38%	45%	43%
Grandes surfaces et quincailleries	30%	30%	28%	32%	9%	5%	2%	11%	10%	9%
Marchés publics	10%	11%	11%	10%	14%	8%	18%	0%	7%	7%
Directement chez le producteur	9%	11%	28%	32%	33%	23%	14%	40%	26%	29%
Détaillants alimentaires	7%	8%	8%	6%	6%	2%	12%	9%	7%	9%
Autre	2%▲	0%	4%	1%	0%	4%	7%	1%	4%	3%

\* Étant donné la faible taille d'échantillon (n<30), les résultats sont présentés à titre indicatif seulement.

**60% des ménages de la RMR Québec effectuent la majorité de leurs achats dans les centres-jardins tandis que dans la RMR de Montréal, 37% favorisent les centres-jardins et 33% achètent directement chez le producteur**

Les habitudes d'achats sont relativement semblables entre les hommes et les femmes. Légèrement plus d'hommes fréquentent les centres-jardins et plus de femmes, les grandes surfaces



**TABLE FILIÈRE**  
**DE L'HORTICULTURE**  
**ORNEMENTALE**

## Le profil des répondants



## Profil des répondants

	n=	Total 1010
<b>Sexe</b>		
Homme		49%
Femme		51%
<b>Âge</b>		
18 à 24 ans		11%
25 à 34 ans		17%
35 à 44 ans		17%
45 à 54 ans		20%
55 à 64 ans		16%
65 ans et plus		19%
<b>Langue maternelle</b>		
Français		79%
Autres		20%
<b>Présence d'enfant(s) dans le ménage</b>		
Oui		32%
Non		66%

	n=	Total 1010
<b>Lieu de résidence</b>		
Montréal RMR		47%
Québec RMR		9%
Est		9%
Centre		16%
Ouest		18%
<b>Revenu du ménage</b>		
Moins de 40K\$		26%
40K\$ à 59K\$		25%
60K\$ à 79K\$		14%
80K\$ à 99K\$		7%
100K\$ ou plus		13%