

Plan de développement 2002-2005

Table filière de l'horticulture ornementale

Révisé décembre 2003

PHOTOGRAPHIES DE LA PAGE COUVERTURE :

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Marc Lajoie,

CONCEPTION DE LA PAGE COUVERTURE :

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Jean-Jacques Savard

COORDINATION ET MONTAGE DU DOCUMENT :

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Florent Morasse et Céline Nicole

Pour copie supplémentaire :

Table filière de l'horticulture ornementale
MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières
200, chemin Sainte-Foy, 10^{ième} étage
Québec (Québec) G1R 4X6
418-380-2101, poste 3042
florent.morasse@agr.gouv.qc.ca

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Réimpression 2003
ISBN-2-550-39269-8

MOT DU PRÉSIDENT

Les représentants et représentantes de l'industrie de l'horticulture ornementale du Québec regroupées autour de leur Table filière ont convenu au cours de l'automne dernier de se prêter à un exercice exigeant de révision des orientations et des enjeux pour leur secteur. Cette démarche s'inscrivait dans la volonté de se donner un nouveau plan stratégique ambitieux mais réaliste pour les prochaines années.

De ce plan stratégique découlera un plan d'actions qui s'articulera autour des 5 principaux enjeux suivants :

- Rendre opérationnelle une organisation sectorielle unique, représentative et reconnue par le milieu ;
- Promouvoir l'industrie québécoise;
- Structurer et améliorer la production et la mise en marché;
- Développer les marchés extérieurs;
- Structurer et mettre en place un mode de financement permanent et collectif.

Les consensus et la vision commune que tous les membres de la Table filière se sont donnés constituent les ingrédients de base qui devraient permettre de doter cette industrie des leviers et des outils novateurs qui lui permettront de relever les défis qui favoriseront la croissance du secteur.

Je souhaite que la lecture de ce document vous permette de bien saisir les enjeux de cette importante industrie. J'en profite pour remercier et souligner la collaboration de tous les membres de la filière ainsi que ceux et celles qui ont collaboré par leurs commentaires, à l'élaboration de ce plan stratégique.

Gérard Boutin

Président de la Table filière de l'horticulture ornementale

Table des matières

MISSION DE LA TABLE FILIÈRE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE DU QUÉBEC	7
LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2002-2005	8
LES ENJEUX	9
LES ENJEUX	10
Enjeu 1: Rendre opérationnelle une organisation sectorielle unique, représentative et reconnue par le milieu.....	11
ENJEU 2 : Promouvoir l'industrie	12
ENJEU 2 : Promouvoir l'industrie	13
ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché	14
ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché	15
ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché	16
ENJEU 4 : Développer les marchés extérieurs	17
ENJEU 5 : Financer le développement de l'industrie horticole québécoise	18
ANNEXE A - Liste des membres de la Table filière de l'horticulture ornementale	19
ANNEXE B - Liste des experts interrogés	20
ANNEXE B - Liste des experts interrogés	21
ANNEXE C - Liste des producteurs interrogés	22

MISSION DE LA TABLE FILIÈRE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE DU QUÉBEC

La **Table filière de l'horticulture ornementale du Québec** regroupe une mosaïque d'associations qui ont comme intérêt commun le développement de l'industrie de l'horticulture au Québec. La Table filière a pour mission de favoriser la croissance des produits et services de l'industrie de l'horticulture ornementale du Québec sur le plan de la production et de la commercialisation, en tenant compte des besoins des consommateurs et des acheteurs, *tant sur les marchés intérieurs qu'extérieurs*.

Ses objectifs sont les suivants :

- Faire reconnaître l'importance grandissante de l'horticulture ornementale dans le monde horticole au Québec.
- Déterminer les facteurs pouvant améliorer la productivité et la qualité des produits.
- Mettre en place une initiative de qualité visant les produits horticoles québécois.
- Déterminer les facteurs pouvant améliorer la rentabilité et la compétitivité de l'industrie.
- Favoriser l'adaptation des entreprises québécoises en horticulture ornementale aux réalités d'affaires et aux enjeux reliés aux pratiques commerciales.
- Accentuer le maillage entre les intervenants de la Table filière.
- Favoriser le rayonnement des produits en horticulture ornementale québécois sur le marché intérieur et sur les marchés extérieurs.

CE PLAN REVÊT, À L'IMAGE DES MEMBRES DE LA TABLE FILIÈRE DE L'HORTICULTURE, UNE STRUCTURE PLUTÔT ORIGINALE. LE BUT DE CETTE APPROCHE EST DE RÉPONDRE LE PLUS POSSIBLE AUX BESOINS DES MEMBRES, AUX IMPÉRATIFS DU MARCHÉ ET DE PERMETTRE À CHACUN D'Y TROUVER SON COMPTE.

La stratégie maîtresse proposée prend sa raison d'être au niveau des faits suivants :

- Les membres de la Table filière, de par leur mission différente, ont des besoins dissemblables en ce qui concerne un regroupement et des services offerts en commun.
- Certains membres seront plus concernés par une association avec un organisme qui assure un rayonnement de l'industrie à l'échelle provinciale.
- D'autres, les producteurs en particulier, souhaiteront faire progresser leur entreprise en participant aux activités de développement des compétences et de la marque ainsi qu'à la consolidation des relations avec les clients et partenaires sur le marché intérieur.
- Enfin, d'autres seront concernés par le développement des affaires à l'international, particulièrement aux États-Unis et en Europe et voudront de ce fait profiter du regroupement pour réaliser des missions commerciales, bénéficier de partenariats, etc.

Chose certaine, la plupart des actions stratégiques présentées dans ce document sont nécessaires à relativement court terme afin de positionner l'industrie du Québec. La capacité de l'industrie à pouvoir mettre en œuvre les stratégies de ce plan est intimement reliée aux dimensions organisationnelles et financières. Les stratégies demandent des investissements importants pour des mises en place et des activités récurrentes.

LES ENJEUX

Les enjeux suivants sont issus des analyses faites par le consultant Groupe DDM auprès des différentes sources d'informations utilisées lors du mandat :

- Études, données statistiques, cas d'organisations comparables provinciales et internationales.
- Experts sectoriels : chercheurs, responsables d'associations, distributeurs, chaînes.
- Producteurs en horticulture ornementale, paysagistes et centres de jardin.

De ces analyses, nous avons dégagé les constats suivants, qui ont tous été validés par les membres de la table Table filière.

Rendre opérationnelle une organisation sectorielle unique, représentative et reconnue par le milieu : La Table filière de l'horticulture ornementale comprend plusieurs organisations. Celles-ci peuvent contribuer positivement au développement de l'industrie dans la mesure où un plan d'action coordonné est mis en place. Plusieurs initiatives de promotion de l'industrie ont déjà été effectuées. Il apparaît clair qu'une bonne coordination permettrait de bien servir le développement de l'industrie de l'horticulture ornementale du Québec dans son ensemble. Les positionnements des organisations actuelles visent parfois les mêmes activités et créent de la confusion. La mise en place d'une organisation représentative de l'ensemble de l'industrie québécoise pourra aussi obtenir une meilleure réceptivité face, entre autres, aux organisations gouvernementales qui seraient susceptibles de donner un appui financier au développement.

Promouvoir l'industrie québécoise : Les analyses effectuées auprès de clients actuels et potentiels, mais aussi auprès des membres ont démontré que l'industrie de l'horticulture du Québec aurait grand avantage à se positionner de façon plus claire auprès du marché intérieur et auprès des marchés extérieurs.

Structurer et améliorer la production et la mise en marché : Tant les experts interrogés que les producteurs ont dénoté une lacune quant à la qualité, à l'uniformité et à la mise en marché des produits horticoles québécois. C'est pourquoi les membres de la Table filière se doivent de modifier cette image en poursuivant leur démarche, en vue d'assurer la qualité des produits horticoles du Québec. De plus, les analyses des cas comparables et les avis des experts sectoriels mettent en relief l'importance de reprendre le temps perdu en ce qui concerne la présentation des produits, la mise en marché et l'efficacité de la logistique.

LES ENJEUX

Développer les marchés extérieurs : Cet enjeu, qui s'adresse plus particulièrement aux entreprises concernées par les marchés à l'exportation, est vital dans un contexte actuel de globalisation des marchés. L'industrie pourra alors développer des partenariats afin de favoriser un développement durable des ventes de produits horticoles québécois. Il est d'ailleurs essentiel que l'industrie horticole québécoise développe les marchés extérieurs (plus particulièrement le marché américain), si elle veut s'assurer un avenir dans un contexte de globalisation.

Structurer et mettre en application un mode de financement afin d'assurer le développement de l'industrie de l'horticulture ornementale québécoise : Afin de mener à terme ces projets nécessaires au bon développement de l'industrie horticole, il faudra mettre en place un mode de financement substantiel, équitable et juste.

ENJEU 1: Rendre opérationnelle une organisation sectorielle unique, représentative et reconnue par le milieu

Il faut rendre opérationnelle une organisation sectorielle unique pour l'industrie en horticulture ornementale québécoise.

Objectif :

L'objectif principal de cet enjeu est de représenter les intérêts de tous, de coordonner les efforts de chacun, de soutenir et représenter les membres du secteur de l'horticulture ornementale et éliminer les divergences nuisibles au bon fonctionnement de l'industrie en prenant plus de leadership et en menant ses actions de façon concertée.

Cette nouvelle structure pourra gérer les aspects tactiques des différentes orientations et ainsi s'assurer la collaboration des organisations membres pour rencontrer les objectifs du plan stratégique : au niveau, notamment de la communication avec les membres, de la formation et du développement des compétences, des initiatives visant la qualité et l'uniformité du produit, du programme de commercialisation tant sur les marchés intérieurs qu'extérieurs.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Nommer un comité qui verra à la constitution de l'organisation sectorielle ; déterminer un budget d'opération.
2. Déterminer un lieu physique qui servira de liaison pour tous les membres de la Table filière.
3. Nommer des sous-comités qui devront mener à terme les stratégies qui répondent aux enjeux exprimés;
4. Choisir et créer un logo qui représente l'identité de la Table filière.

ENJEU 2 : Promouvoir l'industrie

Il faut, de façon urgente mieux promouvoir l'industrie horticole québécoise auprès du marché intérieur, mais aussi auprès des marchés extérieurs.

Objectif 1 :

DÉVELOPPER LA CONNAISSANCE ET LA PRÉFÉRENCE DES PRODUITS DU QUÉBEC.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Mettre sur pied une stratégie de communication efficace qui servira à positionner l'industrie auprès de cibles (consommateurs, intermédiaires et médias) tant sur le marché national qu'international.
2. Effectuer une campagne de publicité générique sur la promotion du jardinage, l'utilisation des fleurs et des plantes afin d'encourager les habitudes de consommation sur le marché québécois.
3. Faire la promotion de l'industrie québécoise de l'horticulture sur les marchés internationaux visés, en soutien au développement de marché.
4. Créer des outils de promotion (dépliants, feuillets informatifs sur les produits québécois, affiches, livrets, etc.)

Objectif 2 :

Orienter les clients potentiels vers des membres qui commercialisent les produits et services recherchés, mais aussi permettre un accès unique à l'information et offrir une porte d'entrée à toute l'industrie de l'horticulture ornementale du Québec.

Moyens prioritaires identifiés (regroupés) :

1. Créer un portail regroupant divers types de services tous conçus pour attirer et retenir l'attention d'acheteurs potentiels et collecter des informations, au sujet des utilisateurs, susceptibles d'être ensuite utilisées pour améliorer et personnaliser la relation client et guider les ventes futures.
2. Axer ce portail sur une clientèle « *trade* » et « consommateur » en créant une communauté d'affaires, un lieu d'échange commercial.

ENJEU 2 : Promouvoir l'industrie

3. Le construire de manière à ce qu'il permette d'intégrer des systèmes existants, de gérer du contenu et de le distribuer de manière personnalisée à des clients, employés, partenaires ou fournisseurs depuis un navigateur web.
4. Créer un numéro de téléphone pour que les membres de l'industrie et les consommateurs puissent obtenir les renseignements désirés.
5. Offrir un bon service à la clientèle par le biais de la permanence instaurée.

ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché

Objectif 1 :

Assurer des standards au sein de l'industrie et développer une image de marque d'excellence des produits québécois.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Terminer les procédures de normalisation qui sont déjà en voie de développement, avant avril 2002.
2. Sensibiliser les producteurs à l'importance du programme qui vise à développer une politique de qualité et des produits uniformes, tant sur leurs qualités propres que sur leurs présentations.
3. Mettre en place des initiatives visant le développement du «label» de reconnaissance des produits québécois.

Objectif 2 :

Développer les compétences des gestionnaires d'entreprises et de la main-d'œuvre québécoise.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Offrir des formations adéquates et actualisées auprès des producteurs et des horticulteurs québécois et leur donner les outils nécessaires à la progression de leurs entreprises.
2. Faire reconnaître ces cours et ces formations au sein de l'industrie à l'aide de diplômes ou d'attestations.
3. Développer le sens des affaires et l'esprit d'entreprise chez les producteurs en offrant des séminaires sur les aspects de la production, du conditionnement, de la gestion du transport, de la gestion d'entreprise et des aspects de gestion en collaboration avec les instances gouvernementales.

ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché

Objectif 3 :

AUGMENTER LA PART DE MARCHÉ DU QUÉBEC VIS-À-VIS SES CONCURRENTS.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Mettre en place une équipe de commercialisation des produits horticoles du Québec qui servira comme ressource de soutien aux producteurs et aux horticulteurs auprès des réseaux de distribution.
2. Cette équipe créera un contact continu avec le marché afin de développer les acquis des produits du Québec en assurant une bonne relation d'affaires avec les acheteurs et en vérifiant la qualité et le professionnalisme de la mise en marché du produit.
3. Amorcer une stratégie d'outils promotionnels sur les lieux de vente dans le même cadre que la stratégie de communication.

Objectif 4 :

Développer une identité propre au Québec par la recherche et le développement de produits distinctifs qui pourront être considérés pour leur aspect unique et pour leur originalité.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Appuyer la veille des marchés afin de déceler les opportunités.
2. Réunir les forces vives du milieu (recherche, commercialisation) autour de projets de développement de nouveaux produits.
3. Favoriser l'accessibilité aux résultats des études pour permettre aux différents acteurs de l'industrie de prendre conscience du marché.

ENJEU 3 : Structurer et améliorer la production et la mise en marché

Objectif 5 :

Assurer le rayonnement national de l'industrie auprès des gouvernements provincial et fédéral.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Formaliser les représentations de la Table filière de l'horticulture ornementale auprès des différents gouvernements afin de faire valoir les enjeux de l'industrie.
2. Actualiser les programmes gouvernementaux, les effectifs et la législation existants en comparaison aux autres secteurs de notre industrie et aux autres industries.
3. Mettre en place une stratégie de communication et de lobbying auprès des gouvernements pour soutenir les actions de la Table filière.

ENJEU 4 : Développer les marchés extérieurs

Objectif 1 :

Dynamiser le développement des affaires, accentuer l'activité de développement des marchés extérieurs et générer de l'intérêt auprès des acheteurs de chaînes et des consommateurs.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Centraliser les actions actuelles développées par des producteurs et des organisations telles Hortiparc et la FIHOQ.
2. Créer une organisation structurée pour l'exportation qui aura comme responsabilité la promotion de l'industrie québécoise horticole sur les marchés extérieurs.
3. Conclure des ententes de partenariat pour favoriser le développement durable des ventes de produits d'horticulture ornementale québécois.
4. Favoriser la création d'initiatives de promotion conjointe avec les réseaux de distribution pour positionner l'industrie.
5. Utiliser le «label» Québécois à des fins d'identification du produit.

Objectif 2 :

Se tenir au fait des tendances de marché actuelles et proposer des stratégies de nouveaux produits.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Mettre en place un système de veille des marchés.
2. Récolter toute l'information possible sur les marchés extérieurs lors de foires commerciales et missions auprès de clients potentiels.
3. Certifier les produits québécois destinés aux marchés extérieurs et leur mettre des «labels» pour assurer leur reconnaissance partout dans le monde.

ENJEU 5 : Financer le développement de l'industrie horticole québécoise

Le financement de la commercialisation lors de la vente de produits horticoles

À titre d'exemple, le prix de vente au détail de produits horticoles québécois pourrait être augmenté de 1 ¢ pour financer les actions concertées de la Table filière de l'horticulture ornementale. En effet, cette solution préconise un financement par les consommateurs finaux qui assument cette différence dans le prix qu'ils paient à la caisse.

Pour mettre en place une telle structure, il faudra obtenir le consensus des membres de la Table filière, tant sur le principe de financement que sur son mode.

Une telle stratégie du secteur favorisera inévitablement une plus grande réceptivité de la part d'organismes subventionnaires (MAPAQ, MIC, CDAQ, autres) lesquels pourraient soutenir financièrement les projets de l'horticulture ornementale, en complémentarité aux initiatives du secteur. Cette approche est celle privilégiée par les Tables filières.

Objectif :

Assurer le financement des activités de promotion, de commercialisation, de développement du secteur lors de la vente de produits horticoles.

Moyens prioritaires identifiés :

1. Procéder à l'analyse de divers modes de financement.
2. Proposer un mode de financement aux producteurs de l'horticulture ornementale.
3. Rendre opérationnel le mode de financement retenu.
4. Certifier les produits québécois destinés aux marchés extérieurs et leur mettre des «labels» pour assurer leur reconnaissance partout dans le monde.
5. Suivre avec attention le dossier de l'environnement (engrais et pesticides).

ANNEXE A - Liste des membres de la Table filière de l'horticulture ornementale

Président de la Table filière de l'horticulture ornementale :

M. Gérard Boutin, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Les distributeurs :

Mme Rita Constantin, Association de la fleuristerie québécoise

M. Jean-Paul Daoust, Association des jardinerie du Québec

M. Marc Angers, Corporation de gestion des marchés publics de Montréal

M. Jacques Froundjian, représentant des magasins à grandes surfaces

Les membres institutionnels :

Mme Claude Richer, Agriculture et Agroalimentaire Canada;

Mme Luce Daigneault, Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec

M. Gilles Lacroix, Hortiparc

M. Normand Rosa, Jardin botanique de Montréal

M. Yves Desjardins, Centre de recherche en horticulture de l'Université Laval

Mme Nathalie St-Pierre, Hortiparc

Les producteurs :

M. Jean-Denis Boulet, Association des producteurs de gazon du Québec

MM. Guy Boulet, Sébastien Lemay, Walter Cramerstetter, Association québécoise des producteurs en pépinière

M. André Mousseau, Syndicat des producteurs en serre du Québec

Services et consommation :

M. Daniel Robert, Association des paysagistes professionnels du Québec

Mme Thérèse Lanciault, Association des responsables d'espaces verts municipaux

M. Paul Poisson, Association québécoise des fournisseurs en horticulture

M. René Paquet, Fédération des sociétés d'horticulture et d'écologie du Québec

Secrétaire-coordonnateur de la Table filière de l'horticulture ornementale

M. Florent Morasse, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

ANNEXE B - Liste des experts interrogés

Julie Francoeur

Acheteur principal
RONA - Botanix
Montréal (Québec)

Paul Serada

Directeur adjoint
Direction générale des services à l'industrie et
aux marchés
Ottawa (Ontario)

Denise Calabrese

Consultante, industrie horticole
Calabrese & Heuser
Harrisburg (Pennsylvanie)

Calvin Chong

Researcher, nursery crops
Department of plant agriculture
University of Guelph
Vineland (Ontario)

Vinny Naab

Merchandiser, live goods
HOME DEPOT
South Plainfield (New Jersey)

Rena Sumner, Executive director
Massachusetts Nursery & Landscape
Association
Conway (Massachusetts)

Bonita Oeklke

Specialist, US Market Exports
Department of Food & Agriculture
Massachusetts

Bruce Butterfield

Research Director
National Gardening Association
Burlington, Vermont

John Mansz

Merchandiser
Live Goods
HOME DEPOT
Toronto (Ontario)

Marc Chapados

Acheteur principal Est du Canada
COSTCO
Montréal (Québec)

Marie Édith Dufresne, agronome

Directrice de l'analyse et de la coordination
Société de Financement Agricole
Québec (Québec)

Éric Zillinger

Acheteur principal Québec,
Ottawa & Maritimes
HOME DEPOT
Montréal (Québec)

Guy Robert

Propriétaire
Jardinage Guy Robert
Canton de Granby (Québec)

Jean-Claude Bernier

Producteur horticole
Pépinière Charlevoix
La Malbaie (Québec)

Lizette Binette

Producteur horticole
Serres Bergeron Inc.
Notre-Dame-de-la-Salette (Québec)

Marcelle Guay

Centre de Jardin
Serres de Chambort enr.
Chambord (Québec)

ANNEXE B - Liste des experts interrogés

Raymond Rouleau
PDG, Association des horticulteurs du
Saguenay-Lac-St-Jean
Saint-Gédéon (Québec)

Rock Fortier, propriétaire
Charles Auguste Fortier inc.
Beauport (Québec)

Sébastien Lemay
Producteur horticole
Vice-président
Pépinière François Lemay
Lanoraie (Québec)

ANNEXE C - Liste des producteurs interrogés

Gilles Landry

Directeur des ventes
Gastib Charbonneau Floral limitée
Laval (Québec)

Jacqueline Provost

Copropriétaire
Serres Arundel S.E.N.C.
Arundel (Québec)

Franck Zyromski

Propriétaire
Serres Franck Zyromski Inc.
L'Annonciation (Québec)

René Barabé

Responsable des ventes
Serres Sylvain Cléroux
Laval (Québec)

Suzanne Desrochers

Copropriétaire
Les vivaces québécoises
Laval (Québec)

Pierrette Tessier

Propriétaire
Serres Tessier Saint-Damase Enr.
Saint-Dominique (Québec)

Maurice Poirier

Propriétaire
Serres du Canton Enr.
Montmagny (Québec)

Jean-Claude Bernier

Propriétaire
Pépinière Charlevoix
La Malbaie (Québec)

Monique Simoneau

Propriétaire
Serres Fleuri-Cap
Cap-Saint-Ignace (Québec)

Claire Beaulieu

Copropriétaire
Serres de la rivière Enr.
Saint-Eusèbe (Québec)

Denise Caron

Propriétaire
Serres Caron Inc.
L'Islet (Québec)

Normand Tellier

Propriétaire
Jardinière du Nord
Saint-Félix-de-Valois (Québec)

Lise Gauthier

Propriétaire
Gauthier Fleurs & Jardins
Trois-Rivières (Québec)

Guylaine Lavoie

Propriétaire
Fleurs Serres Inc.
Saint-Roch-de-Richelieu (Québec)

Rock Fortier

Propriétaire
Charles-Auguste Fortier Inc. Paysagiste
Beauport (Québec)

Guy Robert

Propriétaire
Jardinage G. Robert
Canton-de-Granby (Québec)

Henry Alkema

Producteur horticole
Grimsby (Ontario)

Raymond Rouleau

Président de l'Association des horticulteurs
du Saguenay-Lac-St-Jean
Serres Dame Nature
Saint-Gédéon (Québec)

ANNEXE C - Liste des producteurs interrogés

Lisette Binette

Producteur horticole
Serres Bergeron Inc.
Notre-Dame-de-la-Salette (Québec)

Sébastien Lemay

Vice-président
Pépinières François Lemay
Lanoraie (Québec)

Marcelle Guay

Propriétaire
Serres Chambord Enr.
Chambord (Québec)

Jack Lavoie

Propriétaire
Artisans du paysage
Québec (Québec)

P.J. Vermeer

General manager
Westbrook Floral Ltd
Grimsby (Ontario)

Rob Dillon

Président and CEO
Dillon Floral Corporation
Bloomsburg, PA

Bill Halenbeck

Product Manager
Yoder Brothers Inc.
Barbeton, OH

Laurent Leblond

Propriétaire
Le paradis des orchidées
Sainte-Dorothée (Québec)