



L'offre et la demande des arbres de Noël naturels et des produits dérivés sur le marché nord-américain

Présenté à

Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec



Mai 2007

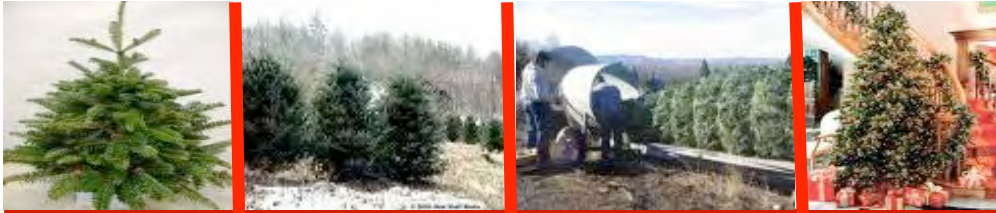


Table des matières

1

♦ Objectifs du mandat	3
♦ Mise en contexte	4
♦ Sommaire exécutif	
• Marché canadien	6
• Marché américain	8
♦ Méthodologie	10
♦ Tendances du marché nord-américain	12
♦ Marché canadien	16
• Ventes et production	17
• Exportations	24
• Importations	27
• Préférences en matière d'arbres de Noël	29
• L'impact de la croissance de la valeur du dollar canadien	30
• Concurrence	32
• Produits dérivés	33



Table des matières

2

♦	Marché américain	36
•	Ventes et production	37
•	Exportations et importations	39
•	Types d'arbres préférés	40
•	Arbre naturel vs artificiel	42
•	Lieu d'achat	43
•	Motif d'achat	44
♦	Recommandations	45
♦	Annexes	
•	Annexe 1 — Répondants - Entrevues téléphoniques	
•	Annexe 2 — Bénéfices associés à la culture des arbres naturels	
•	Annexe 3 — Exportations du Canada dans le monde	
•	Annexe 4 — Exportations du Québec dans le monde	
•	Annexe 5 — Production américaine	
•	Annexe 6 — Détails du marché du nord-ouest américain	
•	Annexe 7 — Détails du marché de l'Oregon	
•	Annexe 8 — Détails du marché de la Caroline du Nord	
•	Annexe 9 — Arbre artificiel	
♦	Références	



Objectifs du mandat

3

- ◆ MARCON-DDM a été mandatée par le ministère d'Agriculture, Pêcheries et Alimentation du Québec (MAPAQ) pour décrire l'offre et la demande des arbres de Noël naturels et des produits dérivés sur le marché nord-américain.
- ◆ La démarche de MARCON-DDM englobe trois objectifs secondaires :
 - identifier les États américains et les provinces canadiennes où les producteurs québécois d'arbres de Noël pourraient développer de nouveaux marchés;
 - identifier les types et les formats de produits les plus prometteurs à développer pour l'essor du secteur;
 - évaluer le nombre d'arbres de Noël naturels vendus au Québec annuellement et la valeur de ces transactions.



Mise en contexte

4

- ◆ Le mandat s'est inscrit dans la volonté du MAPAQ de mieux comprendre les perspectives de marché et ainsi aider les industriels du secteur à bien se positionner et assurer leur pérennité.
- ◆ De l'avis des professionnels consultés lors de notre survol préparatoire, l'industrie des arbres de Noël naturels se porterait bien. Les producteurs québécois comptent en grande partie sur les clients américains pour écouler leurs produits. Le Québec est la province canadienne où l'on produit le plus d'arbres de Noël. Les autres provinces productrices sont la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick et l'Ontario. Selon Statistique Canada, la valeur commerciale de l'industrie des arbres de Noël s'établissait à près de 74 millions de dollars au Canada en 2005.
- ◆ Le Québec a une production annuelle d'environ 1,5 million d'arbres. À ce volume, l'estimation des ventes selon les statistiques officielles s'établirait à 48.7 millions de dollars. Ce chiffre nous apparaît un peu élevé, puisque cela voudrait dire que les producteurs obtiendraient en moyenne 32 \$ pour un arbre. Une évaluation du marché à environ 30 millions de dollars apparaît plus réaliste.
- ◆ Selon les données recueillies, il se produirait annuellement environ 36 millions de sapins de Noël naturels en Amérique du Nord, le premier producteur étant les États-Unis. En 2005, la consommation d'arbres de Noël des États-Unis s'élevait à 33 millions d'arbres naturels et à près de 10 millions d'arbres artificiels dans ce pays.
- ◆ D'importants enjeux se présentent et ont un impact certain sur l'avenir d'une industrie comme celle des arbres de Noël :
 - La concentration dans la distribution;
 - L'impact des sapins de Noël artificiels et autres substituts;
 - Les changements démographiques, de composition de famille, la désinstitutionnalisation de la fête de Noël et les impacts migratoires.



Mise en contexte

5

- ◆ Selon les associations nord-américaines de producteurs d'arbres de Noël consultées, il existe peu de données publiques concrètes sur les ventes et la production dans ce domaine. Les producteurs d'arbres de Noël, majoritairement indépendants, hésitent à divulguer leur chiffre d'affaires en raison notamment des taxes de vente appliquées et de la vive concurrence. Les associations se fient donc aux données tirées du US Census Bureau, du Département d'agriculture américain, de Statistique Canada, du MAPAQ et du National Christmas Tree Association (NCTA). Cette dernière association réalise une étude annuelle à ce sujet auprès des consommateurs.
- ◆ Pour ce qui est des producteurs, ils se rapportent, en majorité, aux données statistiques de l'Association des producteurs d'arbres de Noël du Québec (A.P.A.N.Q) et du MAPAQ. Contrairement à la majorité des associations prétendant que les données de Statistique Canada et du US Census Bureau sont surestimées, plusieurs producteurs pensent que celles de Statistique Canada sont représentatives des marchés québécois et canadien.



Sommaire exécutif - marché canadien

6

- ◆ Les ventes d'arbres de Noël naturels au consommateur au Canada sont à la baisse depuis 2003. La diminution des ventes au Canada et du nombre de producteurs canadiens figurent parmi les raisons pour lesquelles les recettes monétaires ont fait l'objet d'une baisse significative en 2003. Toutefois, en raison d'une pénurie d'arbres en Amérique du Nord, les ventes des producteurs et des acheteurs au Québec, comme celles des acheteurs du reste du Canada, sont, depuis les trois ou quatre dernières années, à la hausse de 10 % environ.
- ◆ La demande pour les arbres de Noël naturels au Canada a subi une légère baisse qui peut être liée à plusieurs facteurs, dont le vieillissement de la population et l'impact des religions sur le comportement d'achat. La valeur de cette baisse ne peut être chiffrée en raison de l'augmentation de la demande nord-américaine.
- ◆ La demande, antérieurement assez homogène, est devenue variable. Les consommateurs ne recherchent plus nécessairement un arbre standard de 6 pi à 8 pi; ils cherchent plutôt un arbre facile d'entretien ou dont la taille est adaptée aux dimensions de la pièce. La variété accrue dans la demande pose donc un nouveau défi pour les producteurs.
- ◆ La compétition canadienne et américaine est forte, mais stable. On dénote un manque de relève dans ce domaine et peu de nouveaux producteurs se joignent à l'industrie. Lors de leur départ à la retraite, les producteurs ont tendance à vendre leur terrain à un autre producteur existant. Enfin, on constate une réduction du nombre d'acres consacrés à la culture d'arbres de Noël.
- ◆ En ce qui a trait aux ventes au détail, on dénote une augmentation considérable des parts de marché des grands détaillants.



Sommaire exécutif - marché canadien

7

- ◆ Les principaux exportateurs canadiens sont le Québec, suivis de la Nouvelle-Écosse et du Nouveau-Brunswick.
- ◆ Au Québec, comme au Canada, le sapin beaumier demeure le type d'arbres de Noël le plus populaire en raison de son odeur agréable. Le sapin Fraser se classe bon deuxième.
- ◆ En raison du climat, les espèces d'arbres présentes en Colombie-Britannique sont sensiblement les mêmes que dans le nord-ouest américain.
- ◆ La croissance du dollar canadien n'affecte ni la demande ni les ventes, mais a un impact certain sur les profits des arbres exportés aux États-Unis. Pour contrer cet effet négatif, les producteurs cherchent à augmenter leur volume des ventes et à réduire leurs coûts de production.
- ◆ Pour accommoder leurs clients, quelques producteurs leur offrent également des produits dérivés, même si ce marché ne représente pas un grand volume d'affaires. La majorité d'entre eux sont d'avis que le marché des produits dérivés est très compétitif, les profits y sont plutôt faibles et les coûts de main-d'œuvre, assez élevés. En général, les producteurs croient qu'il faut être spécialisé dans ce domaine pour connaître du succès dans ce marché.
- ◆ Par contre, la demande pour ces produits semble être soutenue et suit généralement la même tendance que celle observée pour le marché des arbres de Noël.



Sommaire exécutif - marché américain

8

- ◆ Les ventes d'arbres naturels connaissent une croissance soutenue aux États-Unis. Plusieurs producteurs et experts attribuent cette hausse au programme du National Christmas Tree Association (NCTA), organisme qui fait la promotion des arbres de Noël naturels.
- ◆ Comme au Canada, une proportion significative de consommateurs préfèrent les formats plus petits ou plus grands au format standard.
- ◆ Les principaux états américains producteurs sont l'Oregon, la Caroline du Nord, le Michigan, la Pennsylvanie, le Wisconsin et Washington.
- ◆ Les producteurs québécois exportent dans l'Est des États-Unis, précisément dans les régions métropolitaines où la population est élevée, soit New York, New Jersey, la Nouvelle-Angleterre, Boston et la Floride.
- ◆ Les espèces d'arbres les plus populaires sont le sapin Fraser, le sapin beaumier et le sapin Douglas. Le Fraser est préféré pour ses aiguilles qui restent fixées aux branches longtemps après la coupe. Toutefois, en raison du climat, on cultive d'autres espèces dans le Sud et l'Ouest américain.
- ◆ La demande pour les produits dérivés est stable aux États-Unis, mais plus élevée qu'au Canada. Les décorations composées de branches d'arbre et ornementées de cônes de pin, de « kissing balls » et de « grave blankets » jouissent d'une nouvelle popularité.



Sommaire exécutif - recommandations

9

- ◆ D'après les acheteurs interrogés, il y a une pénurie d'arbres en Ontario et aussi dans les Prairies. Ce marché pourrait potentiellement être intéressant pour les producteurs québécois, en raison d'une similitude en matière de préférence d'arbres. Il serait idéal d'entreprendre une étude du marché ontarien pour y évaluer plus en détail l'offre et la demande.
- ◆ Comme plusieurs acheteurs des Prairies affichent une insatisfaction à l'égard de la qualité générale des arbres provenant des Maritimes, ce territoire pourrait être un marché cible pour le Québec.
- ◆ Même si le Québec vend principalement à une clientèle américaine, il serait avantageux d'entreprendre une étude auprès des consommateurs canadiens, ce qui permettrait de dégager les tendances locales et de déterminer les provinces canadiennes avec lesquelles approfondir le développement.
- ◆ Les producteurs québécois devront prêter une grande importance au marché américain. Ce marché est potentiellement à risque. L'échange du dollar n'est plus à l'avantage des québécois. Ils ont pas non plus de stratégie de différenciation et de « branding ». Ils pourraient voir leurs volumes de vente aux États-Unis être compromis, surtout dans un contexte où les inventaires américains suffiraient à la demande.
- ◆ En raison du cycle très long de production des arbres naturels, une étude sur les tendances en matière de préférences en ce qui a trait au sapin Fraser, au sapin beaumier et à d'autres espèces cultivés au Canada devrait être menée prochainement.
- ◆ Le sapin Fraser pourrait représenter un potentiel aux États-Unis, mais compte tenu de son prix, il ne pourrait occuper qu'une part du marché. Encore une fois, pour une meilleure valorisation de ce produit, il serait utile de miser sur une promotion des caractéristiques spécifiques au Fraser du Québec.
- ◆ À l'heure des changements climatiques et de la sensibilisation à l'environnement, miser sur les bienfaits de l'arbre naturel versus de l'arbre artificiel s'avère tout à propos. Le Québec, voire le Canada devrait, comme le fait le NCTA, initier une campagne de promotion sur les arbres de Noël naturels.



Méthodologie

10

- ◆ Après avoir procédé à l'analyse des études et données provenant des données secondaires, nous avons mené des entrevues téléphoniques (voir la liste des répondants à l'annexe 1) et effectué des recherches pour dresser le portrait de l'industrie. Dans cette optique, dix organisations nord-américaines ont été contactées :
 - Statistique Canada
 - US Census Bureau
 - L'Association des Producteurs d'Arbres de Noël de Québec (A.P.A.N.Q.)
 - National Christmas Tree Association (NCTA)
 - Ohio Christmas Tree Association
 - Virginia Christmas Tree Growers Association
 - North Carolina Christmas Tree Association
 - Christmas Tree Farmers of Ontario
 - Saskatchewan Christmas Tree Growers Association
 - Christmas Tree Council of Nova Scotia
- ◆ Ces contacts nous ont permis de cerner les enjeux qui touchent cette industrie et les opportunités qui s'offrent aux producteurs du Québec. Il a été possible de constater, lors de notre recherche préparatoire, qu'il existe peu de données sur cette industrie. Nous avons profité de ces contacts pour administrer un questionnaire semi-structuré aux personnes rejointes afin de récolter le maximum d'information.



Méthodologie

11

- ◆ Nous avons mené quinze entrevues téléphoniques auprès de producteurs québécois pour recueillir les informations suivantes :
 - L'offre actuelle de sapins et autres produits connexes;
 - Les tendances et les perspectives dans la demande, tant sur le plan des produits que des territoires canadien et américain;
 - Les acheteurs et organismes influents dans le marché des arbres de Noël au Canada et aux États-Unis.
- ◆ À la base, ces entrevues devaient être menées auprès de dix fournisseurs d'arbres de Noël inscrits sur le site Web de l'A.P.A.N.Q. Toutefois, pour figurer sur ce site, des frais d'inscription sont requis. Étant donné que la liste des producteurs qui y sont affichés n'est pas exhaustive, les fournisseurs consultés ne sont pas nécessairement représentatifs. Afin de garantir une meilleure représentativité, nous avons décidé d'augmenter le nombre de fournisseurs à consulter. En contrepartie, comme les producteurs hésitaient à nous fournir le nom de leurs acheteurs, le nombre d'entrevues à mener auprès de ceux-ci a été porté à sept au lieu des dix prévues. Les noms des producteurs additionnels nous ont été fournis par l'A.P.A.N.Q. et la représentativité de ceux-ci a été validée par le MAPAQ.
- ◆ Ces entrevues nous ont permis de recueillir de nouvelles données sur le sujet, de valider les informations obtenues et de tracer un portrait global de l'offre et de la demande sur le marché nord-américain.



Tendances du marché nord-américain

12

- ♦ La demande pour les arbres de Noël naturels a subi une baisse au cours des dernières années au Canada. Nous verrons plus loin que les ventes ont connu un sommet en 2001-2002 et affichent depuis une baisse constante. De l'avis des associations nord-américaines, des acheteurs nord-américains et des producteurs québécois consultés, les facteurs qui affectent les ventes sur le marché nord-américain sont notamment :
 - La sensibilisation à l'environnement
 - La prise de conscience environnementale a un impact positif sur la demande d'arbres naturels. Autrefois, on pensait que la plantation du sapin naturel entraînait la déforestation. Les consommateurs ont désormais une meilleure compréhension de ce type de culture et adhèrent à l'idée du recyclage. Pour plus d'information à ce sujet, voir l'annexe 2.
 - Les nouvelles exigences
 - Les sapins naturels sont interdits à certains endroits en raison des risques possibles d'incendie. Les sapins plus petits au feuillage assez dense gagnent en popularité auprès des résidents de condominiums ou d'appartements, tandis que ceux qui habitent de grandes maisons préfèrent les grands sapins touffus. La gamme offerte sur le marché s'est élargie : la taille minimale est passée de 6 pi à 3 pi et la taille maximale, de 8 pi 20 pi. Ce type de production est non seulement plus difficile à obtenir, mais s'avère également plus dispendieux.
 - Le vieillissement de la population
 - Les aînés préfèrent s'acheter un arbre de Noël de petite taille demandant peu d'entretien, voire ne pas en avoir du tout.



Tendances du marché nord-américain

13

- Production

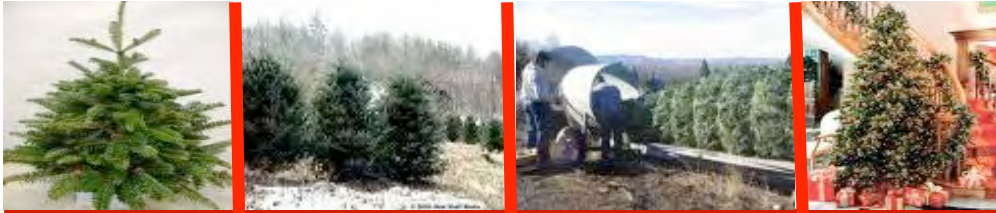
- De 1992 à 2000, l'industrie comptait plusieurs petits producteurs, soit le double de leur nombre actuel. En raison d'une offre supérieure à la demande, certains ont dû vendre leur production à un prix très bas. Conséquemment, au cours des années suivantes, plusieurs d'entre eux ont planté moins d'arbres, certains ont même cessé leurs opérations, ce qui s'est traduit, depuis 2003, par une pénurie d'arbres. Dès lors, la majorité des producteurs ont augmenté leurs inventaires. On estime que, dans trois ou dans quatre ans, soit lors du prochain cycle (leur durée est de sept à dix ans), l'offre égalera la demande. Il faudra alors évaluer l'impact de cet état de fait sur les prix et la rentabilité. L'industrie devra alors s'interroger sur les stratégies les plus pertinentes pour assurer sa pérennité dans un contexte de compétition avec les États-Unis avec une monnaie au pair.

- Qualité

- Dans l'Ouest canadien, particulièrement dans les Prairies, il y a une baisse de la demande d'arbres naturels. Celle-ci s'avère plus significative que dans le reste du Canada. Les acheteurs saskatchewanais s'approvisionnent dans les autres provinces et aux États-Unis et ont de la difficulté à trouver des arbres qui peuvent supporter leur climat aride. Les consommateurs tendent de plus en plus à se procurer des arbres artificiels, puisque les arbres achetés aux États-Unis et ailleurs au Canada ont tendance à sécher rapidement et à perdre leurs aiguilles avant même d'être vendus.

- Religion

- Au Québec et au Canada, il y a de plus en plus d'immigrants, des Non-Chrétiens, qui n'achètent pas d'arbres de Noël. De plus, au nom du pluralisme religieux, certains Néo-Canadiens ont demandé au gouvernement d'interdire les sapins de Noël dans les lieux publics, ce qui affecte la demande.
- Aux États-Unis, la religion ne joue pas un rôle déterminant dans la demande d'arbres de Noël; la majorité des immigrants proviennent de l'Amérique latine, où la religion dominante est le catholicisme.



Tendances du marché nord-américain

14

- Marketing
 - En matière d'arbres naturels, la demande est plus forte aux États-Unis qu'au Canada, en raison notamment, de la campagne agressive de marketing et d'information (écoles, journaux, relations publiques) initiée par le NCTA, dont l'un des objectifs est de sensibiliser la population à l'environnement. La NCTA a mis en place le « Real Tree Program », dont l'objectif est de reprendre les parts de marché perdues et d'accroître les ventes d'arbres de Noël naturels. Ce programme est financé par des dons volontaires de chefs d'entreprise.
- Lieu d'achat
 - En Amérique du Nord, les consommateurs se procurent de plus en plus leur arbre de Noël chez les grands détaillants, malgré la qualité inférieure de leurs produits.
 - Aux États-Unis, le concept « choisissez et coupez vous-même votre sapin de Noël » (*choose and cut*) est une mode qui prend de plus en plus d'ampleur chez les personnes adeptes de l'auto-cueillette. Cette activité de plein air permet aux familles d'acheter leur sapin directement dans la plantation, une expérience présentant une valeur ajoutée pour le client. Toutefois, cette pratique est dépendante des conditions climatiques favorables.



Tendances du marché nord-américain

15

- Types d'arbres préférés
 - Le sapin Fraser est de plus en plus populaire. Le sapin beaumier reste, quant à lui, toujours premier au Canada. Aux États-Unis, particulièrement sur la côte nord-est, le sapin Fraser lui est préféré en raison de la rétention de ses aiguilles. En effet, comme les consommateurs ont tendance à acheter leurs arbres plus tôt dans la saison, tout de suite après l'Action de grâce, il est plus pratique d'acheter ce type de sapin.
 - En général, les producteurs et les acheteurs offrent à leurs clients trois niveaux de qualité : Premium, Première qualité et Deuxième qualité. L'arbre naturel Premium affiche une allure parfaite alors que l'arbre de première qualité possède de petits défauts, comme un feuillage un peu moins fourni que le premier. Les consommateurs achètent, en général, des arbres Premium et de première qualité, mais certains préfèrent des arbres de deuxième qualité en raison du prix avantageux. Depuis les trois ou quatre dernières années, les consommateurs recherchent des arbres naturels au feuillage touffu ressemblant au Premium, mais qui sont vendus au prix de l'arbre de première qualité. Certains producteurs se sont donc mis à offrir des arbres de type Premium au prix des arbres de première qualité; d'autres ont préféré cibler d'autres débouchés.
- Arbre naturel vs artificiel
 - Pour ce qui est des arbres artificiels, les données sur la demande sont inconnues par les interlocuteurs, car la majorité des ventes sont concentrées chez les grands détaillants et que les arbres artificiels sont fabriqués en Chine.
 - Par ailleurs, les consommateurs sont de plus en plus informés de leur provenance, ce qui pourrait jouer en faveur des arbres naturels.

Marché canadien





Marché canadien : ventes et production

17

- ♦ La valeur des recettes monétaires agricoles tirées de la production d'arbres de Noël au Canada en 2005 est de 73,9 millions de dollars.
- ♦ La valeur des ventes de produits pour pelouse et jardin - qui incluent des articles tels que les arbres de Noël naturels - des grands détaillants au Canada en décembre 2005 est de 86,1 millions de dollars¹.

1. Statistique Canada, « Noël... en chiffres », [en ligne].
[[http ://www42.statcan.ca/smr08/smr08_069_f.htm](http://www42.statcan.ca/smr08/smr08_069_f.htm)] (janvier 2007)



Marché canadien : ventes et production

18

- ♦ En 2004, le Québec avait un inventaire de 18,8 millions d'arbres pour une valeur à la ferme de 48,7 millions de dollars. Les inventaires sont en baisse par rapport à 2000 et la valeur a connu un sommet en 2001. Malgré la diminution du nombre d'arbres cultivés, la valeur à la ferme en 2004 a tout de même augmenté comparativement à l'année 2000.
- ♦ Le Québec a une production annuelle d'environ 1,5 million d'arbres². À ce volume de vente, l'estimation à 48,7 millions de dollars nous apparaît un peu élevée, puisque cela voudrait dire que les producteurs obtiendraient en moyenne 32 \$ pour un arbre. Une évaluation du marché à environ 30 millions de dollars apparaît plus réaliste.
- ♦ Selon les données recueillies, la valeur des ventes d'arbres de Noël au Canada a augmenté de 6 % de 2003 à 2004. Comparativement aux autres provinces du Canada, le Québec a connu la plus forte augmentation, avec une hausse de 11 % au cours de cette période. L'effet de l'offre excédant la demande s'est répercuté sur la valeur en 2003.
- ♦ La culture des sapins de Noël est une industrie qui génère plusieurs milliers d'emplois dans la province. Selon l'A.P.A.N.Q, cette activité économique génère annuellement presque 30 millions en masse monétaire au Québec³.

Le nombre d'arbres	
2000	2004
23 576 684	18 794 808

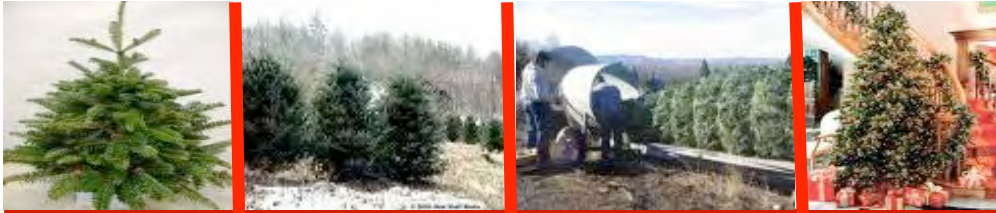
Source : MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles 1997, 2000, 2004.

Recettes monétaires agricoles de la vente d'arbres de Noël au Canada, 1997 à 2004									
Province	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2003 - 2004 variation (%)
Valeur (en milliers de dollars canadiens)									
Nouvelle-Écosse	11 102	10 778	10 800	10 789	10 297	10 500	10 794	10 530	-2%
Nouveau-Brunswick	6 999	6 904	6 720	6 581	6 523	6 606	6 557	6 852	4%
Québec	35 606	36 217	41 237	45 178	51 436	50 915	43 792	48 773	11%
Ontario	11 700	6 078	6 078	6 079	4 744	6 069	5 936	5 141	-13%
Autres provinces	1 477	1 807	1 496	1 787	1 546	1 408	1 470	1 478	1%
Canada	66 884	61 784	66 331	70 414	74 546	75 498	68 549	72 774	6%

Source : Statistique Canada

2. Journal de Québec, « Neige ou pas, les arbres ont la cote », 18 décembre 2006.

3. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Pourquoi acheter un arbre de Noël cultivé ?, [en ligne]. [http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Productions/Production/culturearbresnoel/pourquoi/](janvier 2007)



Marché canadien : ventes et production

19

- ◆ Quinze producteurs québécois et sept acheteurs nord-américains ont été consultés. Les ventes des producteurs variaient de 1 500 arbres vendus par année à 250 000 par année; celle des acheteurs variait de 1 500 arbres vendus par année à 30 000 par année.
- ◆ Depuis les quatre dernières années, neuf des quinze producteurs interrogés ont vu leurs ventes augmenter de 10 % en moyenne. Les ventes de quatre producteurs ont chuté en raison de la pénurie d'arbres et non de l'absence de la demande. Deux autres producteurs ont vu une stabilité dans leurs ventes. De plus, le cycle de production d'un arbre, relativement long, empêche les producteurs d'augmenter leur volume de ventes à court terme. En somme, la majorité des producteurs pensent qu'ils auraient vendu plus d'arbres si les inventaires avaient été plus importants.
- ◆ Les producteurs interrogés prévoient que leur volume de ventes restera stable ou soit à la hausse pour les trois ou quatre prochaines années. La même hypothèse s'applique aux acheteurs, mais ces derniers précisent que leurs ventes sont fonction de la demande, qui est fonction du prix et de la qualité de l'arbre.



Marché canadien : ventes et production

20

- ◆ Parmi les producteurs interrogés, deux ne vendent qu'au Québec et trois ne vendent qu'aux États-Unis.
- ◆ Les ventes des producteurs interrogés se répartissent ainsi :
 - 30 % au Québec
 - 3 % dans le reste du Canada (Alberta et Saskatchewan) et
 - 65 %, aux États-Unis (Nouvelle-Angleterre, New York, Floride, Connecticut, Long Island, New Hampshire, Washington, Vermont, Boston).
 - Le restant représente les exportations outre-mer (Venezuela, Caraïbes, Amérique latine).
- ◆ La Nouvelle-Angleterre et New York sont les destinations américaines les plus populaires auprès des producteurs interrogés et exportant aux États-Unis.
- ◆ Puisqu'ils entretiennent de bonnes relations avec leurs clients existants, la majorité des producteurs ne prévoient pas de changements en ce qui a trait à la distribution.
- ◆ Toutefois, en raison de la croissance de la valeur du dollar canadien, les producteurs qui prévoient des changements dans la clientèle desservie aimeraient augmenter leurs ventes à l'intérieur du Canada.
- ◆ Aux dires des acheteurs, les relations qu'ils entretiennent avec leurs clients sont très fortes. De ce fait, ils ne prévoient aucun changement à l'égard de leurs fournisseurs, dans la mesure où ceux-ci continuent à offrir des arbres de bonne qualité à prix abordable.



Marché canadien : ventes et production

21

- ♦ Au Canada, à l'exception de la Colombie-Britannique, les provinces ont subi, de 1996 à 2001, une baisse en ce qui a trait au nombre d'exploitations. Toutes les provinces canadiennes ont également diminué la superficie dédiée à la culture d'arbres de Noël.
- ♦ Selon les entrevues que nous avons menées, le nombre de producteurs est à la baisse en raison du vieillissement et du manque de relève. Près de leur retraite, les producteurs ont tendance à vendre leur terre aux plus gros joueurs.

Superficie et nombre d'exploitations d'arbres de Noël au Canada, 1996 et 2001				
	1996	2001	1996 - 2001 variation (%)	% Canada
Nombre d'exploitations				
Québec	562	395	-30%	13%
Nouvelle-Écosse	808	535	-34%	18%
Ontario	1 345	918	-32%	31%
Colombie-Britannique	390	526	35%	18%
Nouveau-Brunswick	592	252	-57%	9%
Autres provinces	380	307	-19%	10%
Canada	4 077	2 933	-28%	100%
Superficie (hectares)				
Québec	12 342	8 695	-30%	23%
Nouvelle-Écosse	11 582	9 490	-18%	25%
Ontario	11 286	8 808	-22%	23%
Colombie-Britannique	9 453	6 018	-36%	16%
Nouveau-Brunswick	4 284	2 928	-32%	8%
Autres provinces	2 124	2 000	-6%	5%
Canada	51 071	37 613	-26%	100%

Source : Statistique Canada



Marché canadien : ventes et production

22

- ♦ Au Québec, le triangle formé par Thetford, Mégantic et Sherbrooke représente la région la plus productive. C'est dans cette région que l'on retrouve 85 % des arbres cultivés⁴.
- ♦ Concernant les exploitations d'arbres de Noël plein champ au Québec, les régions les plus actives sont l'Estrie (50 %) et Chaudières-Appalaches (21 %). Elles dédient également le plus grand nombre d'hectares à cette culture, avec 66 % de la superficie du Québec concentrée en Estrie et 23 % dans Chaudières-Appalaches.
- ♦ C'est à son microclimat propice à la production d'arbres que l'Estrie doit sa performance. La valeur de ces arbres est d'environ 40 millions de dollars (ou 25.5 millions selon notre évaluation plus conservatrice) et presque 75 % de la production est exportée aux États-Unis, tandis qu'une petite proportion est acheminée vers d'autres pays d'Amérique⁵.

Superficie des exploitations ayant des arbres de Noël								
	Superficie en location		Propriétaire		Superficie totale		Arbres de Noël plein champ	
	Exploitations	Hectares	Exploitations	Hectares	Exploitations	Hectares	Exploitations	Hectares
région								
01 - Bas-Saint-Laurent	3	108,76	7	585,09	8	693,85	8	107,58
02 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	0		2	162,11	2	162,11	2	15,90
03 - Capitale-Nationale	4	109,58	6	176,23	8	285,81	8	26,65
04 - Mauricie	1	78,30	1	92,48	2	170,78	2	28,88
05 - Estrie	38	3565,89	105	17216,31	115	20782,20	115	5524,01
07 - Outaouais	1	67,98	3	185,92	4	253,90	4	26,00
11 - Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1	465,34	1	1,00	1	466,34	1	150,00
12 - Chaudière-Appalaches	14	1363,65	46	5768,24	48	7131,89	48	1896,67
14 - Lanaudière	1	16,53	4	188,65	4	205,18	4	75,99
15 - Laurentides	1	80,42	5	262,42	6	342,84	6	27,13
16 - Montérégie	1	143,32	14	833,72	14	977,04	14	97,09
17 - Centre-du-Québec	5	209,47	16	1283,63	17	1493,10	17	370,31
Total Québec	70	6209,24	210	26755,80	229	32965,04	229	8346,21

Source : MAPAQ, Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles 2004.

4. Journal de Québec, « Neige ou pas, les arbres ont la cote », 18 décembre 2006.

5. BOUCHARD, Marie-Christine, « Un Noël de rêve pour les producteurs d'arbres », *La Tribune*, 9 décembre 2006.



Marché canadien : ventes et production

23

- ◆ D'après les acheteurs interrogés, l'Ouest canadien, hormis la Colombie-Britannique, accuse une plus grande baisse de la demande d'arbres de Noël que dans le reste du Canada. Les problèmes en approvisionnement d'arbres de qualité ont contribué à cette situation.
- ◆ La Colombie-Britannique subit rarement de pénurie d'arbres; elle compte de nombreux producteurs et importe surtout de l'Oregon et de Washington. Cependant, il y a peu de producteurs dans les provinces des Prairies. Ceux-ci doivent s'approvisionner dans les autres provinces et aux États-Unis. Les cinq dernières années ont été particulièrement difficiles, surtout en raison de la qualité des arbres importés.
- ◆ Plusieurs facteurs affectent la qualité des arbres importés dans les Prairies :
 - Le climat
 - Plusieurs arbres, particulièrement venant des Maritimes, ne peuvent supporter le climat de l'Ouest canadien, ce qui se traduit par un dessèchement prématuré et une perte des aiguilles.
 - La coupe prématurée. Celle-ci engendre la sécheresse des arbres.
 - Les longs délais de transport. Ils peuvent affecter la durabilité des arbres.
- ◆ Les arbres de mauvaise qualité encouragent les consommateurs à acheter des arbres artificiels
- ◆ Il y a plus de cinq ans, les provinces des Prairies s'approvisionnaient en arbres en Colombie-Britannique et en Ontario. Depuis, l'approvisionnement en Colombie-Britannique s'avère nettement moins marqué, les arbres « naturels » de cette province ne répondant pas aux critères définis par les résidents des Prairies, lesquels vouent une préférence pour les arbres au feuillage dense. Les achats d'arbres de l'Ontario ont également souffert, l'offre étant limitée en raison d'une pénurie d'arbres.
- ◆ Présentement, les Prairies se procurent leurs arbres en Nouvelle-Écosse, au Québec, en Ontario, en Colombie-Britannique et aux États-Unis (principalement au Minnesota, à Washington et au Wisconsin).



Marché canadien : exportations

24

- ◆ Le Canada a exporté 2 388 000 arbres de Noël en 2005. Le Québec compte pour 43,5 % de ces exportations, suivi de la Nouvelle-Écosse (36,2 %) et du Nouveau-Brunswick (17 %).
- ◆ Au Canada, le nombre total d'arbres exportés a atteint deux sommets avant de connaître une baisse en 2003; le premier en 1997-1998; le second en 2001-2002.
- ◆ Au Québec, le nombre total d'arbres de Noël naturels exportés était à la hausse depuis 1993 et a atteint un sommet en 2001. De 2002 à 2003, les exportations ont enregistré une chute de 7,5 % et sont depuis à la baisse.

Données sur l'exportation des arbres de Noël 1993 à 2005													
	Nombre d'arbres exportés												
	1993 (000)	1994 (000)	1995 (000)	1996 (000)	1997 (000)	1998 (000)	1999 (000)	2000 (000)	2001 (000)	2002 (000)	2003 (000)	2004 (000)	2005 (000)
Québec	783	848	921	1110	1301	1362	1377,00	1417,90	1497	1457	1348	1154	1037,99
N.-Écosse	819	825	814	808	838	781	728,00	720,60	742	899	820	874	864,02
N.-Brunswick	367	378	368	347	377	336	298,00	354,80	363	384	393	384	405,45
C.Britannique	62	40	29	14	23	19	52,00	11,70	21		5	13	6,56
Ontario	25	24	9	28	41	48	32,00	27,00	18		15,5	15	13,68
I.-P.-Édouard			0,592	0,359	4,6	1,6	3,80	2,20	2			4	1,39
Alberta			0	0	26	102	0,00	0,00	4			0	0,55
Manitoba									12		40	30	54,77
Saskatchewan			1,6	8,2	1,4	1	0,84	2,20	0		0,4	0	3,24
Canada	2057	2119	2143	2317	2612	2650	2492	2536	2659	2795	2626	2474	2388

Source : Statistique Canada



Marché canadien : exportations

25

Données sur l'exportation des arbres de Noël 1993 à 2005													
	Valeurs (\$)												
	1993 (000)	1994 (000)	1995 (000)	1996 (000)	1997 (000)	1998 (000)	1999 (000)	2000 (000)	2001 (000)	2002 (000)	2 003 (000)	2004 (000)	2005 (000)
Québec	10 839	11 656	12 128	14 582	17 105	19 599	20 611	22 589	25 737	25 527	21 903	19 398	18101
N.-Écosse	8 730	8 408	8 617	8 713	9 331	9 412	8 975	9 559	10 958	11 063	9 852	10 798	10910
N.-Brunswick	4 654	4 907	4 739	2 079	4 960	5 169	4 594	5 658	6 253	6 416	5 691	5 285	4839
C.Britannique	0	0	0	106	156	198	165	67	154		90	94	99
Ontario	376	299	138	301	474	598	521	531	426		365	281	306
I.-P.-Édouard		6	6	13	59	47	109	117	43		89	62	10
Manitoba									130		39	263	499
Alberta			0	0	494	1 199	0	0	86			3	4
Saskatchewan		0	0	0	10	26	21	31	9		7	8	33
Canada	23 904	25 462	25 882	28 549	32 590	36 248	35 010	38 551	43 796	43 901	38 037	36 192	34801

- ♦ Au Canada, la valeur totale des arbres de Noël naturels exportés a connu un sommet en 2001-2002 et affiche depuis une baisse constante. En 2005, la valeur totale était de 34,8 millions de dollars. Le Québec a suivi la même tendance.
- ♦ En 2005, le Québec comptait pour 52 % de la valeur totale canadienne des exportations en 2005, soit 18,1 millions.
- ♦ Le Québec a exporté 43% des arbres en 2005 mais remporte 53 % de la valeur des expéditions.

Rapport en % (provinces/Canada) des arbres exportés en 2005			
	nombres d'arbres	valeurs	prix moyen par arbre
Québec	43%	52%	17,44 \$
N.-Écosse	36%	31%	12,63 \$
N.-Brunswick	17%	14%	11,93 \$

Source : Statistique Canada



Marché canadien : exportations

26

- ◆ Les États-Unis représentent le plus important marché pour les arbres de Noël en provenance du Canada, avec plus de 2,6 millions d'arbres. Les ventes ont connu un sommet en 2001-2002 et depuis, le nombre d'arbres de Noël exportés aux États-Unis a subi une baisse constante⁶.
- ◆ En 2005, les États-Unis ont reçu plus de 2,2 millions d'arbres, suivis du Panama et du Venezuela, lesquels ont reçu respectivement 91 000 et 27 500 arbres canadiens⁷.
- ◆ Les exportations canadiennes vers le Venezuela et les Antilles néerlandaises ont augmenté considérablement de 1995 à 2004, en valeur et en volume des ventes, soit 165 % et 124 % respectivement pour le Venezuela et 623 % et 209 % respectivement pour les Antilles néerlandaises. Les exportations d'arbres de Noël du Canada dans le monde, selon le pays, de 1995 à 2004 sont détaillées à l'annexe 3.
- ◆ Au Québec, les ventes d'arbres de Noël naturels représentent quelque 30 millions de dollars par année et près de 80 % des arbres cultivés sont destinés aux marchés d'exportation⁸.
- ◆ Un tableau décrivant les destinations d'exportations d'arbres québécois est présenté à l'annexe 4.
- ◆ Selon les entrevues menées auprès des organismes, la Nouvelle-Écosse fait la cueillette d'environ 1,5 million d'arbres par année. 90 % d'entre eux sont vendus à l'extérieur de la province, 75 % sont exportés aux É.-U. et 15 %, dans le reste du Canada.

6. Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, « Exportations d'arbres de Noël Canadienne par pays et par États de 2000 à 2005 ».

7. Statistiques Canada, « Noël... en chiffres », [en ligne].
[http://www42.statcan.ca/smr08/smr08_069_f.htm] (janvier 2007)

8. Association des Producteurs d'arbres de Noël de Québec, « Les plantations d'arbres de Noël - Un apport important à l'assainissement de l'air », [en ligne].
[<http://www.agrireseau.qc.ca/horticulturearbresdenoel/documents/envi1.pdf>] (janvier 2007)



Marché canadien : importations

27

- ◆ En 2006, 91 % des arbres de Noël importés au Canada étaient des arbres artificiels.
- ◆ En 2005, la valeur totale des importations d'arbres de Noël artificiels au Canada s'est établie à 38,7 millions de dollars. La valeur des arbres de Noël artificiels importés de la Chine était de 36,6 millions de dollars⁹.
- ◆ D'après les entrevues menées dans le cadre de ce mandat, les importateurs d'arbres artificiels sont de grands détaillants, tel Wal-Mart.

CANADA				
Type	Code	Description	Année	Valeur
M	9505100010	Arbre de Noël artificiel	2006	36 616 756
M	0604911010	Arbre de Noël naturel	2006	3 593 412

Source : Statistique Canada

9. Statistique Canada, « Noël... en chiffres », [en ligne].
[\[http ://www42.statcan.ca/smr08/smr08_069_f.htm\]](http://www42.statcan.ca/smr08/smr08_069_f.htm) (janvier 2007)