Claire Bélisle

Plantes
Tropicales

Les plantes vertes cultivées au Québec: un produit en voie de disparition?

Les temps sont durs depuis déjà plusieurs années pour les producteurs de plantes tropicales destinées au marché de la plante d'intérieur. Paradoxalement, les spécialistes de la plante verte espèrent que cette nouvelle crise stimulera leur marché qui en a grand besoin.



Alors que les coûts de production montent en flèche, le prix de gros des plantes d'intérieur baisse. Il n'est pas rare de voir qu'un panier suspendu vendu 7 $ il y a 20 ans se vend 4,50 $ aujourd'hui. Pour améliorer la compétitivité des producteurs en serre du Québec, le secteur a hâte de voir le gouvernement du Québec investir dans la sécurité du revenu, comme le fait déjà son homologue ontarien. Photo prise aux Serres Dutch Greenhouses.
Photos: Claire Bélisle

Cette tendance a déjà été observée par le passé: les consommateurs voyagent moins et améliorent leur quotidien en y mettant un peu de verdure. Lors de l'expo FIHOQ 2008, la directrice de la Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec, Luce Daigneault, a d'ailleurs vanté les bienfaits des plantes vertes pour assainir l'air des maisons et des édifices à bureaux. Chez les producteurs, on rêve que cette sensibilisation s'étende à la population par le biais d'une campagne promotionnelle qui mettrait de l'avant l'excellence des plantes d'intérieur produites au Québec.

Une situation pressante

Même si dans l'ensemble le moral tient bon, l'inquiétude est palpable et l'on craint pour l'avenir. De nombreux producteurs regrettent l'accumulation des ententes non respectées avec de gros clients et des conditions de vente très désavantageuses les plaçant dans une position précaire. Pire, la popularité des plantes d'intérieur naturelles semble en déclin selon certains. «Normalement, les ventes enregistrées en janvier et février sont les plus fortes. Depuis trois ans, elles ne cessent de baisser, observe Vaghn Nissen des Serres Dutch Greenhouses de Napierville. Même les plantes considérées pendant longtemps comme des valeurs sûres ne se vendent plus qu'au compte-gouttes. En 51 ans d'existence, nous n'avons pas connu de crise aussi sévère que celle que nous vivons présentement.»

L'explication de ce phénomène diffère selon les interlocuteurs. Certains pointent du doigt le mode de vie trépidant d'aujourd'hui. Occupés par leur carrière, leurs enfants et leurs loisirs, les gens ne veulent plus avoir à s'occuper de leurs plantes d'intérieur. Les plantes de soie gagnent des adeptes et ont la cote auprès des décorateurs qui n'ont plus à se préoccuper de l'éclairage ambiant. Plantes & Décors





L'entreprise Serres Dutch Greenhouses a toujours produit beaucoup d'*Aechmea* et, quoique les plants soient toujours aussi beaux et moins chers qu'il y a 20 ans, elle n'en vend plus qu'une cinquantaine par mois contrairement à 500.

Véronneau de Laval y a vu un potentiel énorme. Celui qui a bâti sa renommée sur la qualité et le choix de ses plantes naturelles dans les années 1980-90 s'est converti exclusivement à la plante artificielle depuis environ cinq ans.

Les magasins à grande surface

La distribution des plantes tropicales par les épiciers et les quincailliers depuis déjà plus de 20 ans a eu un impact important sur les prix de détail. Les grandes chaînes ont vu dans ce produit une façon d'attirer la clientèle et n'ont pas hésité à fixer un prix d'appel (lost leader pricing) pour stimuler l'achalandage. Malheureusement, les propriétaires de jardineries n'ont pas voulu suivre et plusieurs ont abandonné la partie.

Julie Francoeur de Foliera voit dans cet abandon une occasion manquée: «Une grande surface ne mettra jamais autant d'énergie sur l'entretien des plantes et les conseils aux clients qu'une jardinerie. En misant sur des achats impulsifs, elle amène toutefois les gens à s'intéresser à la culture des plantes vertes. Pour satisfaire leur nouvelle passion, ces gens se tournent éventuellement vers la jardinerie traditionnelle où des conseils d'experts et une plus grande variété de plantes bien entretenues et en santé devraient être offerts. Comme plusieurs jardineries ont baissé les bras et vendent de moins en moins de plantes d'intérieur, l'intérêt non stimulé des nouveaux amateurs s'émousse rapidement et les ventes en général baissent. C'est dommage, car toutes les jardineries profiteraient d'un achalandage accru en dehors de la période printanière, même si cela veut dire qu'il faut vendre au prix coûtant deux à trois fois dans l'année quelques variétés de plante. Le milieu de la jardinerie traditionnelle doit suivre la machine du commerce au détail et faire face à la musique en ce qui a trait à la commercialisation.»

Le Marché floral: pour ou contre?

Le Marché floral interprovincial (aussi connu par certains habitués sous le nom de L'Horloge) est un encan de fleurs au cours duquel les prix baissent au fil des heures jusqu'à l'intervention d'un acheteur ou l'atteinte d'un prix plancher. Une soixantaine de producteurs de plantes et de fleurs au Canada y participent, dont une vingtaine du Québec, mais ce sont des produits de plus de 120 entreprises qui y sont vendues. André Mousseau du Cactus fleuri de Sainte-Madeleine est actionnaire du Marché floral. Pour lui, il s'agit d'une façon simple de vendre ses produits et de ⇛

faire connaître son entreprise à un plus large bassin d'acheteurs.
Pour sa part, Patrick Marcil de G & P Horticulteurs à Lacolle a choisi de ne pas vendre au Marché floral. Il croit que pour équilibrer les forces du marché, les produits de niche comme les siens doivent demeurer une exclusivité des commerces horticoles indépendants, ce que Le Marché floral ne peut garantir avec son fonctionnement actuel. «En optant pour une production spécialisée et en gardant un contrôle sur mes prix de vente, j'obtiens une rentabilité supérieure, explique-t-il. Mes prix sont établis en fonction de mes coûts de production que je surveille de près. C'est la seule façon de connaître la rentabilité de chacun de nos produits et tout le monde devrait se plier à l'exercice. L'IQDHO a fait beaucoup de travail en ce sens depuis quelques années en développant des outils de calcul très performants.»

Sortir les plantes vertes de la maison!

Un courant s'installe parmi les producteurs pour promouvoir l'utilisation de la plante tropicale à l'extérieur durant l'été. Il sera toujours possible de les hiverner à l'intérieur pour ceux qui le voudront, mais on espère que plusieurs choisiront plutôt de les remplacer à chaque année. Henryk Maedler des Serres Maedler de Noyan croit pouvoir développer un marché en ce sens. Il compte déjà quelques variétés très intéressantes dont un bananier, un jasmin et bientôt quelques espèces de fougères arborescentes. Lui qui a considérablement réduit sa superficie en production au cours des quatre dernières années espère bien trouver là une avenue intéressante. QV



On attend des plantes naturelles qu'elles soient immortelles. Louis Van Cauwenberghe de Flora Park à Sherrington croit pourtant que ses violettes africaines se vendraient très bien si on les présentait comme des bouquets fleuris de très longue durée. Une fois la floraison passée, on remplace le plant par un autre bien fleuri.

Claire Bélisle est journaliste et consultante horticole <hortensis@videotron.ca>.