



**IQDHO**

Institut québécois du développement  
de l'horticulture ornementale  
www.iqdho.com

# À LA FINE POINTE



Fédération  
Interdisciplinaire  
de l'Horticulture  
Ornementale  
du Québec

16 Janvier 2002

Bulletin de Veille Stratégique

Page 1 de 4

## ASPECT TECHNOLOGIQUE

### À surveiller de près : le potyvirus de la sharka du prunier

Ayant détecté la présence du potyvirus de la sharka du prunier (Plum Pox Virus, PPV) dans des arbres fruitiers en Ontario et en Nouvelle-Écosse et afin de réduire la propagation du virus, le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada a signé un Arrêté ministériel. L'Arrêté déclare certains lieux infestés par le virus de la sharka, et interdit et restreint l'entrée et la sortie de tous les arbres fruitiers à noyaux sensibles au virus dont toutes les espèces de *Prunus*, à l'exception de certaines espèces, dans quatre zones de quarantaine dont trois en Ontario et une en Nouvelle-Écosse.

Les zones touchées en Ontario sont :

- Ville de St. Catharines;
- Ville de Lincoln;
- Ville de Niagara-on-the-Lake ;
- Ville de Grimsby;
- Emplacement de Fonthill;

- Emplacement de Vittoria;
- Emplacement de Blenheim;
- Emplacement de la vallée de l'Annapolis.

Les informations à jour sur le potyvirus de la Sharka du prunier sont disponibles sur le site de l'Agence Canadienne d'Inspection des Aliments (ACIA). Les producteurs inquiets ou soucieux d'en savoir davantage peuvent suivre le dossier à l'adresse Internet : « <http://www.inspection.gc.ca/francais/plaveg/protect/facren/ppvf.shtml> » ou s'adresser directement à un représentant de l'ACIA.

### Hausse des coûts de chauffage aux États-Unis : bilan de l'hiver 2001 et prévisions pour 2002

La crise énergétique que subissent en ce moment les Américains force les producteurs en serre à prendre des mesures parfois drastiques pour réduire les pertes énergétiques. Pendant l'hiver 2000-2001, 22% des producteurs d'annuelles ont abaissé les températures de culture, 15% ont révisé l'isolation de leur serre, 13% ont commencé la production plus tard et 12% ont amélioré la gestion de l'espace pour réduire les superficies chauffées. La majorité des producteurs prévoit contracter le gaz pour l'année prochaine alors que seulement 6% l'avait fait cette année.

Parallèlement à ces mesures, les prix de vente ont monté de 8% en moyenne pour se stabiliser à 7,21\$ au gros et 12,95\$ au détail pour un plateau d'annuelles (prix US). Le marché de la bouture a, quant à lui, été marqué par une hausse des prix de 6%.

Les prévisions pour l'année 2002 sont plus optimistes en raison des températures plus clémentes attendues (l'hiver passé était 7% plus froid que la moyenne) et de la baisse de coût du baril de pétrole.

Le bulletin de décembre 2001/janvier 2002 du Conseil Canadien de la Gestion Agricole contient un dossier sur l'efficacité énergétique disponible à cette adresse : « <http://www.farmcentre.com/french/gea/GEA.htm> ».

#### SOMMAIRE

##### Aspect technologique

- À surveiller de près : le potyvirus de la sharka du prunier
- Hausse des coûts de chauffage aux États-Unis: bilan de l'hiver 2001 et prévisions pour 2002
- La maladie de la mort subite du chêne : la Californie et l'Orégon en quarantaine

##### Commercialisation et portrait d'industrie

- Les États-Unis parlent de renforcer le contrôle de l'importation de produits de pépinière
- Présence plus importante des femmes sur les marchés de consommation
- Utilisation d'Internet chez les multiplicateurs en serre
- Les effets du 11 septembre sur le commerce de détail
- Stratégies de vente aux États-Unis suite aux événements du 11 septembre
- Floriade 2002 : une exposition majeure débute bientôt en Hollande
- Un bel exemple de marketing efficace
- Un nouveau chef de file en paysagement au Québec
- Les employés horticoles américains mieux rémunérés que jamais
- Deux fois plus de directeurs en finance et en marketing qu'en 1996
- Ventes d'annuelles : les plus gros vendeurs en 2001 aux États-Unis

## La maladie de la mort subite du chêne : la Californie et l'Oregon en quarantaine !

L'importation au Canada de matériel végétal de la Californie, de l'Oregon, de l'Allemagne et des Pays-Bas est très sérieusement compromise par la quarantaine en vigueur pour contrer la maladie de la mort subite du chêne. L'importation d'espèces réglementées provenant des zones touchées est complètement interdite alors que celle qui est en provenance de régions non-réglementées nécessite l'obtention d'un permis d'importation de matériel végétal de l'Agence Canadienne d'Inspection des Aliments (ACIA) et d'un certificat phytosanitaire. L'importation d'espèces non réglementées en provenance des régions réglementées est permise si les plantes sont exemptes de sol, de sable ou de matière connexe.

À ce jour, les genres suivants sont réglementés : *Acer* (érable), *Aesculus* (marronnier d'Inde), *Lonicera* (chèvrefeuille), *Quercus* (chêne), *Rhododendron*

(rhododendron et azalée) et *Viburnum* (viorne). Les fraises et les pommes sont également touchées.

Le « United States Department of Agriculture (USDA) » a jusqu'au 31 janvier 2002 pour démontrer hors de tout doute à l'ACIA que la maladie ne se propagera pas d'un état à l'autre par commerce domestique, sans quoi la quarantaine risque d'être étendue à l'ensemble du territoire américain. Il est en effet à craindre que les producteurs des zones touchées contournent volontairement ou non la quarantaine en vendant leur production à des pépinières de zones non-réglementées.

La liste de plantes et les dernières nouvelles sur le sujet sont disponibles sur le site de l'ACIA.

« <http://www.inspection.gc.ca/francais/plaveg/for/sodmscf.shtml> »

---

## COMMERCIALISATION ET PORTRAIT D'INDUSTRIE

### Les États-Unis parlent de renforcer le contrôle de l'importation de produits de pépinière

Le Service d'Inspection des Plantes et des Animaux des États-Unis (*Animal and Plant Health Inspection Service*) a l'intention de renforcer sa politique concernant l'importation de plantes en rendant obligatoire l'obtention d'un permis pour l'importation de matériel de pépinière. L'organisme américain veut ainsi limiter l'entrée de plantes nuisibles sur son territoire.

Peu de détails sont actuellement disponibles et les implications de cette politique pour les producteurs canadiens sont peu connues. La principale crainte réside dans la probabilité que le coût du permis devienne limitatif pour les transactions de faible volume. Pensons, par exemple, à l'exportation de semences où le coût du permis risque de dépasser le coût du matériel expédié.

L'information contenue dans le communiqué de presse émis par le Service d'Inspection des Plantes et des Animaux des États-Unis est disponible sur Internet : « <http://www.aphis.usda.gov/lpa/press/2002/01/nurstock.txt> »

### Présence plus importante des femmes sur les marchés de consommation

Selon M. Jacques Pelletier de Pelletier Société Marketing, du fait de la plus grande scolarisation des

femmes et de leur plus grande longévité (un homme pour deux femmes après 65 ans), on peut s'attendre à une croissance des achats effectués par la clientèle féminine pour les vingt prochaines années. Les stratégies pour attirer et fidéliser cette clientèle risquent donc de s'avérer particulièrement pertinentes et payantes.

Pelletier, Jacques. 2001. La richesse proviendra des femmes; les fleurs aussi. *Québec Vert.* 23 (6), p. 20-24.

### Utilisation d'Internet chez les multiplicateurs en serre

Un sondage réalisé par la revue *Greenhouse Grower* indique que :

88% des producteurs américains de boutures ont un site Web qui contient de l'information sur leur compagnie et leurs produits. De plus, le sondage révèle que :

- 40 % des sites contiennent les disponibilités de plantes en temps réel.
- 27 % des sites contiennent des fiches culturelles.
- 33% des sites offrent un catalogue en-ligne.
- 13 % des sites sont complètement transactionnels (possibilité de passer des commandes et de payer par carte de crédit sur le site).
- 7% construisent actuellement leur système de commande en-ligne.

De plus, les dix plus grosses entreprises productrices ayant répondu au sondage affirment posséder un site Web.

À partir des moteurs de recherche tels Altavista et Yahoo, nous avons trouvé l'adresse de six d'entre elles. Les voici :

- Pleasant View (New Hampshire) :  
« <http://www.pvg.com/> »
- Euroamerican Propagator (Californie) :  
« <http://www.euroamprop.com/> »
- Grolink Specialities (Californie) :  
« <http://www.grolinkspecialities.com/> »
- Metrolina Greenhouse (Caroline du Nord) :  
« <http://www.metrolinagreenhouses.com/> »
- Oglesby Plants Int. (Florida) :  
« <http://www.oglesbytc.com/> »
- D.S. Cole Grower (New Hampshire) :  
« <http://www.dscolegrowers.com> »

Henne, Laura. 2001. Top 10 Liner Growers, Cutting in. *Greenhouse Grower*. 19 (11), P. 38, 40.

## Les effets du 11 septembre sur le commerce de détail

La situation économique instable aux États-Unis a des effets variés sur les entreprises. Alors que certaines compagnies affichent des baisses de rendement, procèdent à des coupures ou à d'autres mesures de rationalisation, Wal-Mart a confirmé le 2 octobre dernier sa plus grande expansion à vie. Wal-Mart prévoit l'ajout de 46 millions de pieds carrés de surface de vente dans la prochaine année fiscale aux États-Unis et de 120 à 130 nouveaux magasins à l'étranger. Pour sa part, Home-Depot a annoncé par communiqué le 30 novembre 2001, l'ouverture de 200 nouveaux magasins par année pour les trois prochaines années. Et enfin, Rona va de l'avant avec ses projets de croissance en Alberta et en Ontario.

Plusieurs analystes pensent que les événements du 11 septembre, en entraînant une baisse du nombre de voyages touristiques à l'étranger, vont profiter aux commerces orientés vers la vente de produits domestiques. Les gens profitant de vacances à domicile sont effectivement plus enclins à investir pour des activités comme la rénovation, le bricolage et le jardinage.

## Stratégies de vente aux États-Unis suite aux événements du 11 septembre

Suite à la tragédie du 11 septembre, le recours à la fibre patriotique américaine semble bien fonctionner pour la vente. Les étalages aux couleurs du drapeau, l'ajout de la mention "Buy American" ou

d'un petit drapeau sur les étiquettes, font partie de certaines des stratégies adoptées par nos voisins du Sud. Il sera peut-être intéressant de surveiller les ventes de fleurs bleues, blanches ou rouges cet été...

Kuack, David. 2001. Trends 2001. *GM Pro*. 21 (12), p. 39-43.

## Floriade 2002 : une exposition majeure débute bientôt en Hollande

Une des plus importantes expositions florales au monde, Floriade 2002 ouvre officiellement ses portes en Hollande le 6 avril prochain pour une durée de trois mois. Cette exposition s'adresse au monde de l'horticulture autant qu'au consommateur. Plus de 200 000 pépinières et 3,5 millions de particuliers de partout dans le monde sont attendus sur son imposant site d'exposition de 150 acres. Présentée à tous les 10 ans, la dernière édition (1992) avait attiré des centaines de milliers de visiteurs d'Allemagne, d'Angleterre, des États-Unis, de la France, de la Belgique, du Japon et d'ailleurs.

25 pays y sont représentés : l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, le Canada, le Chili, la Chine, la Colombie, la République Tchèque, la France, l'Allemagne, la Hongrie, l'Inde, l'Indonésie, l'Italie, le Japon, le Kenya, le Luxembourg, la Malaisie, le Pakistan, les Philippines, le Portugal, la Russie, l'Afrique du Sud, la Thaïlande et la Hollande.

Les personnes désirant plus d'information sur l'exposition peuvent consulter le site de Floriade 2002 « <http://floriade.com> ».

## Un bel exemple de marketing efficace

La représentation américaine à l'exposition Floriade 2002 est un exemple à citer d'un programme marketing bien conçu et dynamique ! En effet, le « Southern United Trade Association » (SUSTA), une division du United States Department of Agriculture, a conçu et met de l'avant un imposant programme marketing pour faire la promotion de l'industrie de la pépinière aux États-Unis et en même temps pour favoriser l'exportation des produits horticoles américains en Europe. Un imposant jardin thématique (Amerigarden) mettant en valeur les plantes produites aux États-Unis, un programme publicitaire, un système de relations publiques, des lieux de rencontres pour les vendeurs et acheteurs, un site Web, etc. sont mis de l'avant pour les pépinières désireuses d'exporter en Europe.

Le tout est commandité par le SUSTA ainsi que par plusieurs intervenants du milieu. Parmi les principaux commanditaires, on retrouve : American Nurseryman,

Bluemount Nursery, Flower City Nursery, Terra Nova Greenhouse et Hawksridge Farm.

Pour en savoir davantage, le site Web de Amerigarden est disponible en-ligne :  
« <http://www.amerigarden2002.com> »

### Un nouveau chef de file en paysagement au Québec

Les entreprises d'architectes et d'entrepreneurs paysagistes haut de gamme Stuart Webster & associates (Montréal) et Daccord (Hudson) se sont fusionnées le 31 décembre 2001. L'entreprise résultant de cette fusion adoptera une nouvelle identité corporative au début de 2002 et consolidera alors ses activités à son siège administratif du Vieux-Montréal. Les dirigeants espèrent percer de façon plus significative les créneaux industriel, commercial et institutionnel au Canada et aux États-Unis.

Pour plus d'information contacter Stuart Webster & associates au tél. (514) 876-0178.

### Les employés horticoles américains mieux rémunérés que jamais

Le sixième sondage annuel de la revue *Growertalks* sur les salaires et bénéfices des employés horticoles aux États-Unis est disponible dans l'édition de novembre 2001. Les salaires moyens par région, par type d'emploi et par grosseur d'entreprise sont disponibles, de même que les avantages sociaux (vacances, assurance-maladie, régime de retraite, etc.).

Depuis 1996, le salaire moyen des employés horticoles américains a grimpé de 24% alors que le coût de la vie aux États-Unis a augmenté de 13%. Entre 2000 et 2001, les salaires ont augmenté de 4%.

De façon générale, les grosses entreprises offrent de meilleurs salaires à leurs employés qualifiés (gérants de production, employés de bureau, directeur, etc.) alors que les petits producteurs offrent de meilleurs salaires à leurs ouvriers et employés saisonniers.

### Deux fois plus de directeurs en finance et en marketing qu'en 1996

Toujours selon le sondage de la revue *Growertalks* sur les salaires et bénéfices des employés horticoles aux États-Unis, il est intéressant de noter que deux fois plus de répondants disent employer maintenant des directeurs en finance et en marketing que lors du sondage de 1996.

Serait-ce un signe que les entreprises américaines attachent plus d'importance aujourd'hui à la commercialisation et à la finance et se structurent davantage ?

Beytes, Chris et Lena James. 2001. On a pay roll. *Growertalks*. 65 (7), p.32-42

### Ventes d'annuelles: les plus gros vendeurs en 2001 aux États-Unis

Selon un sondage effectué par la revue *Greenhouse Grower* auprès de producteurs d'annuelles américains, il en ressort que les plus gros volumes de vente dans les annuelles ont été réalisés dans les catégories suivantes (par ordre décroissant) :

- |              |             |
|--------------|-------------|
| 1. Impatiens | 4. Bégonias |
| 2. Pétunias  | 5. Pensées  |
| 3. Géraniums |             |

Il semble que les Impatiens, bégonias, marigolds et géraniums soient légèrement en déclin alors que les ventes de pétunias de la série 'Wave', de bégonias 'Dragon Wing', de *Calibrachoa Million Bells* et d'Impatiens Fiesta soient à la hausse. Toutefois, aucune donnée officielle n'a encore été publiée aux États-Unis sur les volumes et les prix de vente par état.

Prévue en avril 2002, la publication du rapport annuel sur la floriculture du USDA donnera l'information sur les volumes de vente par état de même que les prix obtenus au gros.

À titre indicatif, les volumes des ventes en 2000 pour les cinq espèces citées précédemment ont été :

- |                           |                     |
|---------------------------|---------------------|
| 1. Impatiens walleriana : | 15 115 000 plateaux |
| 2. Pétunias :             | 11 318 000 plateaux |
| 3. Géraniums :            | 4 063 000 plateaux  |
| 4. Bégonias :             | 6 332 000 plateaux  |
| 5. Pensées et violas:     | 24 759 000 pots     |

Hopkins, Matt. 2001. Market Watch: 2001 Bedding Plant Season. *Greenhouse Grower*. 19 (10), p. 106-108

*Redigé par l'IQDHO  
pour le compte de la FIHOQ*

Pour plus d'information, contacter l'IQDHO :

3230, Rue Sicotte , B-219 St-Hyacinthe QC J2S 2M2  
Tél. (450) 778-6514 • Fax (450) 778-6537  
Courriel: [info@iqdho.com](mailto:info@iqdho.com)