

# MISE EN MARCHÉ

## Production au Québec

Le Québec, avec plus de 8000 hectares cultivés en arbres de Noël, est la province qui produit le plus d'arbres au Canada. Les deux principales régions de production sont l'Estrie (70 % des superficies) et la Chaudière-Appalaches (19 % des superficies).

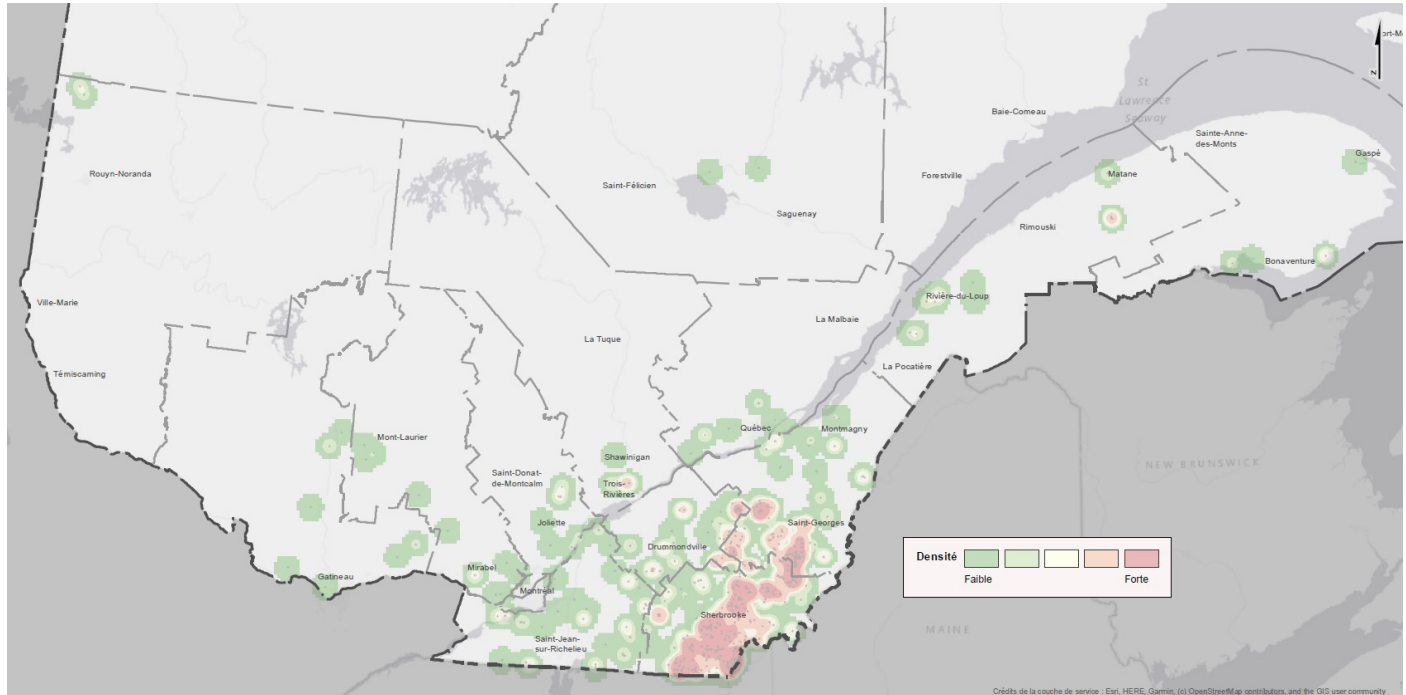


Schéma 1. Densité des superficies cultivées en arbres de Noël au Québec (mars 2019)

Environ 1,8 million d'arbres sont coupés annuellement. De ce nombre, 70 % sont exportés aux États-Unis, en majorité vers les états de la Nouvelle-Angleterre. Ce marché représente 95 % des exportations. D'autres provinces canadiennes et plusieurs états américains cultivant des arbres de Noël vendent aussi leurs arbres auprès de ce grand bassin de population.

Environ 2 % des arbres produits au Québec se retrouvent dans d'autres pays, en particulier aux Caraïbes, en Amérique centrale et en Amérique du Sud. L'Europe, très peuplée, représenterait un marché intéressant, mais l'importation de conifères avec leur feuillage est interdite sur ce continent pour des raisons phytosanitaires.

Région	Nombre d'entreprises			Total	Superficie cultivée (ha)
	< 20 ha	20 à < 50 ha	50 ha et +		
Estrie	66	27	28	121	5714
Chaudières-Appalaches	35	4	7	46	1460
Montérégie	27	1	-	28	162
Centre-du-Québec	16	5	2	23	386
Laurentides	11	-	-	11	37
Bas-Saint-Laurent	7	1	-	8	97
Outaouais	7	-	-	7	27
Capitale-Nationale	6	-	-	6	25
Lanaudière	6	-	-	6	38
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	3	1	-	4	32
Mauricie	2	1	-	3	-
Saguenay - Lac-Saint-Jean	2	-	-	2	-
Abitibi-Témiscamingue	1	-	-	1	-
<b>Total de la province</b>	<b>189</b>	<b>40</b>	<b>37</b>	<b>266</b>	<b>8055</b>

Tableau 1. Nombre d'entreprises par strates de superficies cultivées en arbres de Noël par région du Québec (mars 2019)

En 2016, la valeur des arbres coupés était de plus de 35 millions de dollars au Québec. De ce nombre, environ 8 millions de dollars provenaient des ventes provinciales et interprovinciales (données de 2008). Les exportations québécoises représentent environ 65 % de l'ensemble des exportations canadiennes.

Certaines entreprises du Québec vendent en Ontario, principalement dans les villes situées à l'est, mais ce marché est peu développé, car cette province répond à sa demande. D'autres vendent dans les Prairies canadiennes, mais le marché est limité par le bassin de population et les distances à parcourir. D'ailleurs, ces marchés sont comblés en partie par les états américains autour des Grands Lacs comme le Michigan. En ce qui concerne la Colombie-Britannique, ce sont principalement les états producteurs d'arbres de Noël de l'Ouest américain comme l'Oregon qui approvisionnent le marché de cette province. Les entreprises du Québec ne vendent pas leurs arbres dans les provinces maritimes, puisque ces dernières exportent des arbres aux mêmes endroits ou presque.

## Occasions d'affaires

La mise en marché des arbres de Noël demande du temps, de l'initiative et des aptitudes pour la vente. Contrairement à d'autres secteurs d'activités agricoles, il n'existe aucune formule de mise en marché collective. L'Association des producteurs d'arbres de Noël du Québec (L'APANQ) offre des services promotionnels, mais chaque entreprise doit effectuer ses propres démarches afin de trouver sa clientèle. Les contrats de vente d'arbres se concluent avant le début de la coupe, en général pendant le mois de septembre et jusqu'à la mi-octobre. Dans la plupart des cas, l'entreprise exige une avance sur le montant total lors de l'entente (voir fiche [Coûts de production](#)).

### Vente aux consommateurs

Il est possible de vendre directement aux consommateurs en kiosque ou en autocueillette. Le marché de la vente directe a ses avantages :

- Prix de vente plus élevé;
- Écarts de prix peu importants selon la qualité;
- Contact entre l'entreprise et les clients.

Le contact avec le consommateur permet entre autres d'expliquer les pratiques culturales et de fidéliser la clientèle. En discutant avec les clients, il est possible de cibler leurs critères d'achat et d'ajuster l'offre.

Toutefois, des frais supplémentaires sont à prévoir en cas de vente directe aux consommateurs :



Kiosque d'arbres de Noël dans un marché public



Autocueillette d'arbres de Noël

- Ajout de personnel;
- Promotion;
- Achat d'équipements ou d'infrastructures;
- Frais de location et de sécurisation d'un kiosque.

### Vente aux courtiers

Le courtier est un intermédiaire entre l'entreprise qui vend les arbres et le détaillant ou le grossiste qui les achètent. Les termes « intermédiaire » et « broker » sont aussi utilisés pour parler d'un courtier. Un producteur peut lui-même agir comme courtier lorsqu'il produit des arbres et en achète d'autres entreprises pour fournir son marché.

Faire affaire avec un courtier allège considérablement la tâche de l'entreprise, puisqu'aucune mise en marché n'est nécessaire. Or, le courtier offrira un prix moindre pour l'achat des arbres que celui fixé par le marché. Afin de réduire au minimum les risques de perte de marché, la plupart des entreprises font appel aux services de plusieurs courtiers.

### Vente aux détaillants

Le détaillant est un commerçant qui pratique la vente au détail : il s'agit du dernier maillon de la chaîne de vente avant le consommateur. La vente au détaillant est une option intéressante pour les entreprises qui, en

général, obtiennent un meilleur prix pour leurs arbres que lorsqu'ils passent par un courtier. Le détaillant peut être québécois, canadien ou américain et peut posséder un ou plusieurs kiosques, un centre jardin ou une chaîne de magasins.

Plusieurs entreprises québécoises vendent chez les petits et moyens détaillants. Certes, le volume d'arbres vendus à chaque détaillant est moins élevé, mais en ayant plus de clients que si elles vendaient seulement à un plus gros détaillant, elles maintiennent leur volume de vente tout en diversifiant les marchés.

Peu de producteurs québécois font affaire avec les chaînes de magasins ou les magasins à grande surface. En effet, rares sont les entreprises qui arrivent à respecter les critères stricts de ce type d'acheteur : prix plus faible, volume d'arbres important, politique d'achat, conditions de livraison et de paiement, etc. Cependant, certaines chaînes canadiennes permettent à un magasin régional de faire des ententes individuelles. Dans cette situation, le magasin devient un détaillant indépendant et peut éventuellement devenir un client.

## Marché en ligne

Quelques entreprises ont réussi à percer le marché novateur de la vente en ligne, qui n'en est encore qu'à ses débuts. Le marché virtuel ouvre la porte à une nouvelle clientèle qui ne peut ou ne veut pas se déplacer et qui souhaite recevoir un arbre directement à la maison. Avant de se lancer, il est important de comprendre les coûts engendrés par ce marché, comme ceux de l'emballage et de la livraison. Le prix de vente des arbres doit demeurer concurrentiel.

[Retour vers la table des matières](#)

## Références

Arbres de Noël : Perspectives économiques, André Pettigrew, agr., Assemblée annuelle, L'Association des producteurs d'arbres de Noël du Québec, 10 avril 2001

Arbres de Noël : Perspectives économiques et impact possible, André Pettigrew, agr., 9<sup>e</sup> colloque, 14 février 2009

Données statistiques sur l'exportation des arbres de Noël québécois et canadiens de 2003 à 2016, MAPAQ, Direction régionale de l'Estrie

## Rédaction et collaboration

### Auteur

André Pettigrew, agronome, consultant

## Révision technique

Christian Lacroix, agronome, MAPAQ

Dominique Choquette, agronome, MAPAQ

Emilie Turcotte-Côté, agronome, Club agroenvironnemental de l'Estrie

Jacinthe Drouin, agronome, Fertior

## Édition et mise en page

Amélie Labonté, stagiaire en communication, MAPAQ

Christiane Bessette, conseillère en communication, MAPAQ

Emma Archambault, stagiaire en communication, MAPAQ

Frédérique Auclair, stagiaire en communication, MAPAQ

Julie Marcoux, technologue agricole, MAPAQ

Ce projet a été réalisé grâce au soutien financier du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, en vertu de l'entente Canada-Québec Cultivons l'avenir 2.