

**PRA**  
**Prairie Research Associates Inc.**

---

**Le marché des arbres de Noël au Manitoba**

**Rapport final**

**Le 13 mai 1992**

---

**111 Pulford Street   Winnipeg (Manitoba)   R3L 1X8   (204) 474-0756   Fax 452-4266**

# TABLE DES MATIÈRES

## SOMMAIRE

### 1.0 INTRODUCTION

- 1.1 Aperçu
- 1.2 Méthodologie
- 1.3 Aperçu du rapport

### 2.0 APERÇU DE L'INDUSTRIE

- 2.1 La demande d'arbres de Noël naturels en Amérique du Nord
- 2.2 L'offre d'arbres de Noël naturels en Amérique du Nord
- 2.3 Le marché canadien des arbres de Noël
- 2.4 Le marché des arbres de Noël au Manitoba
- 2.5 Les règlements sur l'utilisation et la production d'arbres de Noël au Canada et au Manitoba
- 2.6 Récapitulation

### 3.0 LA DEMANDE D'ARBRES DE NOËL DES CONSOMMATEURS

- 3.1 Aperçu
- 3.2 Introduction
- 3.3 Utilisation antérieure et actuelle d'arbres de Noël
- 3.4 Les caractéristiques des arbres de Noël les plus et les moins appréciées
- 3.5 L'origine des arbres de Noël
- 3.6 Satisfaction/Problèmes en ce qui concerne les arbres de Noël naturels
- 3.7 Analyse des préférences parmi les sous-populations
- 3.8 Transitions en matière d'utilisation des arbres
- 3.9 Les arbres cultivés au Manitoba
- 3.10 Les problèmes environnementaux
- 3.11 Les achats d'arbres de Noël en 1991
- 3.12 Le prix des arbres de Noël en 1991
- 3.13 Les caractéristiques des arbres : analyse qualitative des préférences des consommateurs
- 3.14 Prévisions de la demande d'arbres de Noël
- 3.15 Récapitulation

## **4.0 L'OFFRE D'ARBRES DE NOËL AU MANITOBA**

- 4.1 Aperçu**
- 4.2 Activités de plantation, de culture et de récolte**
- 4.3 Les ventes d'arbres**
- 4.4 Les prix**
- 4.5 Récapitulation**

## **5.0 LA PRODUCTION ET LA VENTE AU DÉTAIL DES ARBRES DE NOËL**

- 5.1 Aperçu de la production et de la commercialisation des arbres de Noël**
- 5.2 La production d'arbres de Noël - Aperçu**
- 5.3 Synthèse des études sur les coûts de production**
- 5.4 La commercialisation des arbres de Noël**

## **6.0 CONCLUSIONS**

**ANNEXE A Sondage Omnibus de 1992 au Manitoba**

**ANNEXE B Sondage Omnibus de 1992 à Winnipeg**

**ANNEXE C Sondage auprès des cultivateurs, des grossistes et des détaillants d'arbres de Noël au Manitoba**

**ANNEXE D Protocole des groupes de discussion sur les arbres de Noël**

**ANNEXE E Tableaux récapitulatifs des coûts de production des arbres de Noël**

## **Le marché des arbres de Noël au Manitoba**

### **SOMMAIRE**

#### **INTRODUCTION**

##### **Aperçu**

La Christmas Tree Growers Association du Manitoba ayant conclu à la nécessité d'une analyse de marché sur l'industrie des arbres de Noël au Manitoba, elle a chargé Prairie Research Associates (PRA) Inc. de Winnipeg de la réaliser. Les deux parties de cette étude sont consacrées à la demande et l'offre d'arbres et ont pour but de déterminer l'évolution probable du marché au cours des dix prochaines années en ce qui a trait aux prix, à l'approvisionnement, à la provenance, et à la demande des consommateurs.

Les arbres de Noël s'achètent une fois par an en Amérique du Nord dans un but précis qui, pour certains, remonte à une longue tradition. Cela sous-entend qu'il existe un marché principal propre à la demande de ce produit. Nul n'ignore que les arbres artificiels et les produits des arbres ont fait une forte percée sur le marché des arbres naturels. Les consommateurs ont été attirés par leur commodité, leur prix bas lorsqu'il est amorti sur toute la durée de vie d'un arbre, et les bienfaits pour l'environnement que l'on associe au fait de ne pas couper d'arbres vivants chaque année. La question cruciale qui se pose est de savoir si le marché des arbres artificiels se développera davantage.

Comme l'agriculture connaît actuellement une période difficile, beaucoup de cultivateurs aimeraient diversifier leurs activités, en faisant pousser des arbres de Noël, par exemple. Cette étude donne quelques indications sur cette possibilité, mais comme il ne s'agit pas d'un examen approfondi des coûts de production, on ne devrait pas se borner à utiliser les renseignements que nous présentons ici pour la planification commerciale d'une nouvelle exploitation au Manitoba et ailleurs.

Les objectifs de cette étude sont les suivants :

- Définir la demande d'arbres de Noël au Manitoba, les attributs des arbres naturels par rapport à ceux des arbres artificiels et faire des prévisions sur la demande d'arbres au cours des dix prochaines années.
- Déterminer l'offre d'arbres de Noël naturels au Manitoba et passer en revue les méthodes actuelles de vente en gros et au détail.

## **Méthodologie**

Nous avons étudié le marché des arbres de Noël sous l'angle de l'offre et de la demande. Pour comprendre ce type de demande, nous avons entrepris les tâches suivantes :

1. Étude de l'industrie à l'aide de sources d'information secondaires

Nous avons effectué une recherche documentaire par l'entremise de la bibliothèque de l'Université du Manitoba. Nous avons également consulté un forestier (W. Middleboro) du Ministère des ressources naturelles, des membres de la Christmas Tree Growers Association du Manitoba, d'autres associations provinciales d'arbres de Noël, la National Christmas Tree Growers Association, plusieurs agents de la Forestry Extension des États-Unis, et l'éditeur du Christmas Tree Journal. Ces sources ont constitué une base qui nous a permis d'examiner les tendances générales dans l'industrie.

2. Sondages auprès des consommateurs

Au début de décembre 1990, nous avons contacté par téléphone 805 Manitobains de plus de 18 ans pour connaître leurs intentions en matière d'achat d'arbres de Noël, leurs achats antérieurs et leurs préférences en général. En janvier, nous avons téléphoné à 459 habitants de Winnipeg pour savoir ce que leur arbre leur avait coûté et quel type d'arbre ils avaient acheté en décembre 1991.

3. Recherche qualitative

Plusieurs groupes de discussion ont été organisés avec des acheteurs d'arbres naturels et artificiels afin de mieux comprendre les motivations des consommateurs.

En ce qui a trait à l'offre d'arbres, à part l'examen des données secondaires et l'étude documentaire, nous avons entrepris les activités suivantes :

1. Entretiens avec des détaillants, des grossistes et des arboriculteurs

Nous avons eu des entretiens avec des détaillants, des grossistes et des cultivateurs afin de mieux comprendre la dynamique du marché des arbres au Manitoba.

2. Sondage auprès des fournisseurs d'arbres de Noël

Nous avons adressé à un échantillon de cultivateurs et de grossistes un questionnaire à retourner par la poste pour leur demander des renseignements sur les espèces qu'ils cultivent, leurs plantations d'arbres et leurs méthodes de vente.

### 3. Étude des documents sur la production

La portée de cette étude ne nous permettant pas de faire un examen approfondi des coûts de production, nous avons néanmoins étudié les documents qui s'y rattachent pour replacer l'offre d'arbres dans son contexte.

## **PRINCIPALES CONCLUSIONS - LA DEMANDE D'ARBRES DE NOËL NATURELS**

### **Le marché canadien des arbres de Noël - Aperçu**

- Une caractéristique frappante du marché canadien est l'absence de statistiques sur cette industrie. Les chiffres portant sur la production d'arbres de Noël et sur d'autres produits de la forêt et des terres à bois ne sont pas ventilés.
- Les espèces vendues sur le marché canadien reflètent largement le climat rigoureux du Canada. Les arbres «exotiques» sont moins courants, et les arbres vivants sont à peu près inexistantes en dehors de la Colombie-britannique. Les espèces qui ont le plus de succès sont habituellement l'épinette, le pin écossais et le pin blanc, ainsi que le sapin baumier et le pin de Douglas.
- Les consommateurs canadiens semblent être moins enclins à acheter des arbres artificiels. Néanmoins, il semble qu'on ait plus fortement tendance à utiliser des arbres artificiels au Manitoba que dans d'autres régions.
- Le Canada est un exportateur net d'arbres de Noël naturels, puisqu'il en a exporté environ 289 962 en 1989-90. Les importations se sont élevées à 72 937 arbres au cours de la même période. Ces chiffres doivent être utilisés avec circonspection, étant donné que trois sources d'erreur se conjuguent.
- La majeure partie des importations canadiennes est destinée à la Colombie-britannique, étant donné qu'entre 49 et 67 pour cent de la valeur en dollars des importations au Canada durant la période allant de 1988 à 1990 étaient attribuables à cette province. À l'autre extrémité de l'échelle, les provinces Maritimes, plus le Québec, comptent pour moins de un pour cent des importations, tandis que les Prairies représentent 30 à 40 pour cent du marché. Les six à dix pour cent restants sont la part du marché qui revient à l'Ontario.

## Le marché des arbres de Noël au Manitoba - Historique

Le Manitoba est actuellement un importateur net d'arbres de Noël et n'en a pas exporté durant la période allant de 1986 à 1990. Une étude réalisée par le ministère fédéral des Pêches et Forêts (direction des Forêts) en 1986 a évalué le nombre d'arbres vendus dans la communauté urbaine de Winnipeg à environ 40 000 arbres par saison.

Cette étude a démontré que l'épinette noire et le pin écossais formaient respectivement 70 et 26 pour cent du marché et que les autres espèces d'arbres constituaient le reste. Selon une étude plus récente (1990) du ministère des Ressources naturelles du Manitoba, la part du marché attribuable à l'épinette noire a chuté à 33 pour cent, et celle du pin écossais est passée à 50 pour cent. Le pin blanc et le sapin baumier représentent à présent 13 pour cent du marché. On notera que les chiffres du ministère des Ressources naturelles proviennent de sondages officieux auprès des détaillants et qu'ils ne sont peut-être pas représentatifs du marché.

## LA DEMANDE D'ARBRES DE NOËL DES CONSOMMATEURS

### Aperçu

Deux sondages téléphoniques ont été menés au Manitoba et à Winnipeg pour obtenir des données quantitatives qui permettent d'évaluer le marché et d'identifier les principales caractéristiques du marché des arbres naturels et de celui des arbres artificiels. Nous avons également formé quatre groupes de discussion afin de découvrir les valeurs sur lesquelles reposent les préférences des consommateurs.

TABLEAU I

Dates du sondage	Nombre de répondants	Secteur du sondage	Erreur approximative (théorique)	Échantillon du sondage (Nombre de personnes qui célèbrent la fête de Noël)
Du 9 au 14 décembre 1991	805	Manitoba	$\pm 3,5\%$ , 19 fois sur 20	774
Du 20 au 23 janvier 1992	459	Winnipeg	$\pm 4,7\%$ , 19 fois sur 20	433

Tous les répondants ont été choisis par sondage téléphonique à composition aléatoire (ce qui nous permet de faire appel à ceux qui ne sont pas inscrits dans l'annuaire ou qui ont

un nouveau numéro). On obtient ainsi un échantillon aléatoire comprenant le plus fort pourcentage possible de répondants admissibles. Nous avons interrogé des personnes de dix-huit ans et plus.

### **Les arbres de Noël naturels**

Environ 40 pour cent des répondants au sondage de décembre avaient l'intention d'utiliser un arbre de Noël naturel pendant les fêtes de 1991, et 34 pour cent des répondants au sondage de janvier (à Winnipeg uniquement), ont déclaré qu'ils avaient acheté un arbre naturel durant la période des fêtes de 1991). Comme il y a 240 000 ménages à Winnipeg, cela se traduit par une demande annuelle d'environ 82 000 arbres à Winnipeg, soit près de 140 000 arbres pour l'ensemble de la province. En termes de préférences, un peu moins de la moitié désirait un pin, et un tiers préférait une épinette.

- La caractéristique des arbres de Noël naturels qui a le plus de succès est son odeur, suivie d'une valeur immatérielle que l'on pourrait appeler «la tradition».
- C'est le pin écossais qui a la préférence des consommateurs, mais il semble que la popularité de cette espèce baisse en général.
- La chute prématurée des aiguilles et la mise au rebut des arbres sont les inconvénients que l'on associe le plus fréquemment à un arbre de Noël naturel.
- Ceux qui critiquent les utilisateurs d'arbres naturels (c'est-à-dire, les consommateurs d'arbres artificiels) prétendent qu'un arbre naturel nuit à l'environnement et constitue un risque d'incendie.
- La plupart des répondants (40 %) ont acheté leur arbre dans un lot exploité par un particulier ou une entreprise (ceux des pépinières de la région, par exemple). Vingt pour cent ont coupé leur arbre eux-mêmes sur un terrain privé, et moins de un pour cent sur un terrain appartenant à l'État.
- Six pour cent seulement des utilisateurs d'arbres naturels n'étaient pas satisfaits de leur arbre.
- Les familles qui ont des enfants et un revenu supérieur à la moyenne ont tendance à acheter des arbres naturels.
- Près de 60 pour cent des répondants croyaient qu'ils avaient acheté un arbre provenant du Manitoba.



## Variété d'arbres

### Utilisateurs d'arbres naturels - 1991

Pin 48 %		Pin 38 %
	Épinette 35 %	
Épinette 29 %	Ne sait pas / Pas de réponse 10 %	Ne sait pas / Pas de réponse 7 %
	Autre 1 %	Autre 1 %
Sapin 13 %	Sapin 19 %	
Intention d'achat		Achat réel

Pourcentage (à Winnipeg seulement)

**TABLEAU II**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël naturels qu'ils aiment LE MIEUX**

Caractéristique	Pourcentage (n = 774)*
Odeur	65
Attrait esthétique	20
Il est naturel	20
Il est traditionnel	17
Le décorer	3

**TABLEAU III**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël naturels (vrais) qu'ils aiment LE MOINS**

Caractéristique	Pourcentage (n = 774)
Les aiguilles tombent	46
Il faut faire un grand nettoyage après Noël	32
Risques d'incendie	13
Nuit à l'environnement	13
Peu commode à acheter	5

Nota : Comme on a relevé plusieurs réponses, le total dépasse 100 pour cent.

#### **Les arbres artificiels**

- Les arbres artificiels forment environ 52 pour cent du marché, se constituent d'arbres artificiels soit un pourcentage beaucoup plus élevé que dans d'autres parties de l'Amérique du Nord.
- Les utilisateurs d'arbres artificiels considèrent que les principales qualités de ces arbres sont leur commodité en général, leur souplesse d'utilisation (on peut les laisser en place indéfiniment), et le fait que les aiguilles ne tombent pas.
- Les arbres artificiels deviennent plus «vrais» et le problème posé par leur aspect factice est en voie de disparition.
- Ceux qui critiquent les arbres artificiels (c'est-à-dire les utilisateurs d'arbres naturels) trouvent à redire à l'aspect des arbres artificiels ordinaires.
- Les familles à bas revenu tendent à considérer le coût des arbres artificiels (à partir de 20 \$) comme un investissement intéressant étant donné que l'arbre peut être utilisé pendant au moins cinq ans. Les personnes âgées apprécient la commodité et la sécurité apparemment plus grande des arbres artificiels.
- Les arbres artificiels sont très répandus. Un groupe relativement important (15 %) utilise depuis toujours des arbres artificiels, et les autres (42 %) sont des personnes qui n'utilisent plus d'arbres naturels.

## **Les valeurs qui sous-tendent les préférences**

La préférence pour un arbre naturel ou artificiel s'explique parfaitement. L'impression qu'ont les consommateurs des avantages de ces deux types d'arbres est la même que dans d'autres études. La chute prématurée des aiguilles est le principal problème qui se pose à l'industrie du Manitoba. L'enlèvement de l'arbre après les fêtes de Noël, y compris le nettoyage de la maison et le ramassage, est perçu comme l'inconvénient majeur des arbres naturels.

Les consommateurs d'arbres artificiels sont hostiles au principe de couper un arbre uniquement pour quelques semaines d'utilisation. Il est indéniable que les méthodes de récolte des arbres de l'industrie forestière et la disparition de la forêt pluviale qui reçoit tant de publicité sont des facteurs qui contribuent largement à cette attitude. Ces opinions sont fortement enracinées et continueront probablement à se répandre à cause du mouvement général en faveur de la protection de l'environnement. Beaucoup de ceux qui utilisent des arbres naturels et artificiels ne semblent pas comprendre que la plupart des arbres poussent dans des plantations et que cette forme de culture est bénéfique à l'environnement.

On a pu constater lors des discussions dirigées que les préférences des utilisateurs d'arbres naturels et artificiels reposent sur des valeurs très fortes. Ces deux groupes célèbrent la fête de Noël avec la même ferveur en ce sens qu'ils ont tous deux adopté le même style de réunions familiales et observent les mêmes fêtes religieuses. Les utilisateurs d'arbres naturels évoquent la tradition à laquelle se rattache un arbre naturel, le choix d'un arbre (notamment lorsqu'on le coupe soi-même dans une exploitation), et le fait que l'arbre diffère chaque année et a ses caractéristiques propres. Des défauts tels que des branches manquantes ne sont pas considérés comme quelque chose d'important puisqu'on peut y remédier en tournant la partie abîmée contre le mur.

Il existe un marché pour des arbres exceptionnels. Bien que la plupart des participants aux groupes de discussion aient indiqué qu'ils ne payeraient pas un arbre plus de 35 \$, le fait que les arbres spéciaux et les espèces rares se vendent prouve l'existence d'un marché de ce genre.

Les utilisateurs d'arbres artificiels célèbrent la fête de Noël à peu près de la même manière. Pour certains d'entre eux, Noël est essentiellement une coutume sociale, tandis que l'observance religieuse est importante pour d'autres. Ce groupe a plus fortement tendance à se préoccuper de l'environnement et à ne voir dans l'arbre qu'un symbole des fêtes en général.

### **Le prix**

Nous nous sommes procurés des renseignements sur les prix de trois manières :

- Lors du sondage téléphonique de janvier, nous avons demandé ce qu'avait coûté l'arbre;
- Nous avons fait le tour des points de vente au détail pour relever les prix suivant la taille de l'arbre et sa variété;
- Le sondage auprès des arboriculteurs a permis de demander à ceux qui avaient coupé et vendu des arbres durant la saison 1991 à combien s'élevaient les prix de gros et de détail.

On trouvera dans le tableau IV le prix moyen de chacune des trois principales espèces d'après les répondants, y compris un certain nombre de personnes dont l'arbre provient de diverses sources, notamment les exploitations où l'on peut le choisir et le couper soi-même. Ces prix sont donc **inférieurs** au prix de détail réel.

**TABLEAU IV**  
**Prix des arbres naturels**  
(Tel qu'indiqué par les répondants au sondage de janvier)

Espèce d'arbre utilisée en 1991	Prix moyen
Pin	28,86 \$
Sapin	26,82 \$
Épinette	18,73 \$

On a demandé également aux répondants des groupes de discussion d'évaluer certaines améliorations aux divers types d'arbres et des services connexes tel qu'indiqué au tableau V.

**TABLEAU V**  
**Service ou caractéristique pour lesquels les participants**  
**sont disposés à payer un supplément**

<b>Service/Caractéristique</b>	<b>Supplément moyen</b>	<b>Pourcentage de participants qui ne payeraient pas de supplément (n = 25)</b>
Qualité supérieure	4,00 \$ (n = 18)	28 (n = 7)
Cultivé au Manitoba	2,70 \$ (n = 17)	32 (n = 8)
Livraison à domicile	1,50 \$ (n = 10)	60 (n = 15)
Ramassage après Noël	1,40 \$ (n = 11)	56 (n = 14)
Installation (lumières)	1,30 \$ (n = 6)	76 (n = 19)

Nota : Ces chiffres ont été établis à partir de petits échantillons et ne sont présentés qu'à titre indicatif. Ces estimations ne reposent pas sur des statistiques officielles.

Nous avons également effectué une enquête improvisée sur les points de vente au détail pour nous renseigner sur le prix que l'on demande actuellement pour diverses espèces d'arbres. Nous avons fait le tour d'environ 25 détaillants trois semaines avant Noël 1991 pour évaluer la plage des prix en vigueur à ce moment-là. Les résultats de cet examen sont indiqués dans le tableau VI selon l'espèce et la taille.

**TABLEAU VI**  
**Survol des prix de détail**

HAUTEUR	ÉPINETTE		PIN			
	NOIRE	BLEUE	ÉCOSSAIS	BLANC	LODGE POLE	
< 5	10 \$ - 15 \$		20 \$ - 30 \$	30 \$		
5 - 6	10 \$ - 20 \$	30 \$ - 35 \$	18 \$ - 45 \$	32 \$ - 45 \$	75 \$	
7 - 8	10 \$ - 30 \$	30 \$ - 35 \$	29 \$ - 45 \$	32 \$ - 48 \$	90 \$	
> 8	15 \$ - 30 \$		40 \$ - 80 \$	50 \$		
NOMBRE DE LOTS	13	1	22	11	1	
	<b>SAPIN</b>					
HAUTEUR	DOUGLAS	NOBLE	BAUMIER	FRASER	VANCOUVER	BLANC
< 5	12 \$ - 16 \$		7 \$ - 30 \$			
5 - 6	15 \$ - 24 \$	25 \$ - 35 \$	20 \$ - 55 \$	38 \$ - 50 \$	25 \$ - 35 \$	44 \$
7 - 8	24 \$ - 35 \$	25 \$ - 35 \$	25 \$ - 55 \$	50 \$ - 60 \$	25 \$ - 35 \$	44 \$
> 8		40 \$	48 \$ - 60 \$			
NOMBRE DE LOTS	9	2	12	4	1	1

Le tableau VI montre la très grande diversité des prix de vente d'arbres apparemment équivalents. On n'a pas calculé la moyenne parce que l'échantillonnage n'était pas aléatoire. Il est évident que l'écart entre les prix se maintient parce que les vendeurs offrent des produits de différente qualité et que beaucoup de consommateurs trouvent la présence d'un détaillant à proximité très commode. Il est certain que l'emplacement géographique dans la ville joue également un rôle à cet égard.

Les arboriculteurs et les détaillants ont fourni eux-mêmes des renseignements sur les prix auxquels leurs arbres s'étaient vendus à la période des fêtes de 1991. Le tableau VII indique le nombre d'arbres fournis par des arboriculteurs manitobains au marché de détail.

**TABLEAU VII**  
**Prix de détail indiqués par les répondants**

Type	Nombre d'arbres	Prix moyen		
		Moins de 5,5 pi	5,5 à 7 pi	Plus de 7 pi
Pin blanc	477	29,0 \$	32,5 \$	46,0 \$
Pin écossais	7 515	21,9 \$	31,6 \$	36,9 \$
Sapin baumier	185	30,0 \$	39,3 \$	43,5 \$
Sapin de Douglas	275	22,5 \$	30,5 \$	40,0 \$
Épinette blanche	100	30,0 \$	36,0 \$	42,0 \$
Épinette du Colorado	30	37,0 \$	43,0 \$	36,0 \$
Autre	255	61,0 \$	51,5 \$	76,5 \$

Ces prix semblent concorder avec les résultats du sondage auprès des détaillants et correspondent à peu près aux prix indiqués par les consommateurs, qui figurent au chapitre 3.

### **Les impressions des consommateurs**

Il y a beaucoup d'idées fausses au sujet des arbres naturels et artificiels. Les plus fréquentes sont les suivantes.

- La plupart des consommateurs croient que les arbres naturels posent un risque d'incendie, et que ce n'est pas le cas des arbres artificiels. En réalité, plusieurs démonstrations ont prouvé qu'un arbre naturel convenablement soigné ne constitue pas un risque d'incendie. De plus, certains arbres artificiels sont inflammables.
- Beaucoup de ceux qui s'opposent à ce que l'on coupe des arbres ne se rendent pas compte qu'il n'y a pas de différence entre la culture des arbres et toute autre forme de culture. Les arbres de Noël sont une ressource renouvelable tout comme les autres produits agricoles. En réalité, ces arbres poussent dans un sol sablonneux qui ne se prêtent pas à la culture de la plupart des céréales ou d'herbe pour le fourrage, ce qui signifie que

si les autres conditions du marché sont favorables, la production d'arbres peut offrir à l'agriculture des possibilités de diversification.

- Il est indéniable qu'un terrain planté d'arbres ne donne pas la même impression qu'un champ de blé. Beaucoup de consommateurs considèrent le principe de couper des arbres comme du gaspillage. Cette idée se renforce lorsque des arbres invendus sont mis au rebut.

En résumé, le prix d'un arbre ordinaire de six pieds est de l'ordre de 20 à 35 \$, et certaines espèces spéciales se vendent plus cher. En général, les participants appartenant à l'industrie ont l'impression que les prix baissent, notamment en ce qui a trait aux arbres de qualité «utilité» vendus par des grands magasins à succursales comme SuperValu. Les participants aux discussions dirigées ont mentionné qu'ils étaient prêts à payer un arbre naturel 20 à 30 \$, mais il est certain que l'arbre de 15 \$ présente de l'intérêt pour beaucoup de consommateurs. La probabilité d'un accroissement de l'offre au cours des prochaines années (voir ci-dessus) renforce la tendance à la baisse des prix. Il est probable que les prix moyens de détail continueront à chuter. Simultanément, il continuera à se créer un marché à créneaux pour les arbres spécialisés.

### **Les prévisions de la demande**

Si les tendances actuelles en matière d'achat se poursuivent, on prévoit que la demande d'arbres naturels des consommateurs augmentera légèrement pendant les huit prochaines années, puis chutera à mesure qu'une proportion croissante de personnes âgées délaisseront les arbres naturels et achèteront des arbres artificiels ou cesseront totalement d'acheter quoi que ce soit. À supposer que la proportion des ménages qui achètent des arbres ne s'accroisse pas, la demande, qui se chiffre actuellement à 136 000 arbres (34 % par 400 000 ménages), atteindra 170 000 arbres en l'an 2011. À Winnipeg, la demande passera de 84 000 arbres en 1992 à environ 100 000 en l'an 2011.

### **L'OFFRE D'ARBRES CULTIVÉS AU MANITOBA**

Les ressources allouées à cette recherche ne permettaient pas de faire une étude approfondie des coûts de production. Des entretiens avec des représentants de l'industrie, des arboriculteurs choisis et une étude documentaire nous ont fourni les indications suivantes sur l'offre d'arbres :

- Il faut habituellement de huit (pin) à 11 ans (sapin) pour qu'un arbre atteigne une taille marchande (6 pieds). Les arboriculteurs doivent donc planifier leur offre longtemps avant de récolter les arbres destinés au marché.



- Amener un arbre «ordinaire» à maturité au Manitoba coûte entre 9 à 10 \$ (plus de huit ans). Il faut y ajouter les frais de récolte, de transport et de vente en gros, qui s'élèvent approximativement à 9 dollars. Cela signifie que rien que pour couvrir les frais directs, le prix de gros au Manitoba doit être au moins équivalent à 18 ou 19 dollars, ce qui permettrait d'atteindre le seuil de rentabilité. Comme les détaillants doivent y ajouter des frais généraux et d'autres frais comme les permis et les coûts de main-d'oeuvre, le seuil de rentabilité est habituellement de l'ordre de 25 à 30 \$. Il est évident que la culture et la vente (en gros et au détail) des arbres manitobains sont à peine rentables.
- Les arbres importés au Manitoba sont habituellement vendus en gros à 5 ou 6 \$, ce qui permet à des détaillants comme Super Valu de les vendre entre 15 et 17 \$.
- Un sondage postal a permis de recueillir auprès des arboriculteurs manitobains des renseignements sur les types d'arbres qu'ils font pousser et leurs projets de plantation au cours des prochaines années. Les noms des répondants ont été extraits de deux sources : la liste des membres de la Christmas Tree Growers Association, et des listes d'acquéreurs d'arbres de semis provenant de pépinières du Manitoba au cours des dix dernières années.

Étant donné qu'une bonne part de ceux qui faisaient de la base du sondage sont devenus inactifs, et que nous y avons délibérément incorporé tous ceux qui étaient susceptibles de cultiver ou de vendre des arbres, le taux de réponse définitif est de 33 pour cent (53/159), ce qu'on peut considérer comme un bon résultat compte tenu de la nature de cette étude. Les résultats ne s'appliquent qu'aux répondants et non à l'ensemble de l'industrie. Nous ne disposons pas de renseignements permettant d'éliminer les biais inhérents au tirage de l'échantillon ou les non-réponses.

En résumé, les principales conclusions sont les suivantes :

- Le nombre d'arboriculteurs faisant partie du groupe des répondants qui déclarent avoir planté des arbres de semis est passé de 15 en 1987 à 42 en 1991.
- Sur les 53 répondants, 48 ont indiqué qu'ils avaient fait pousser ou coupé des arbres au cours des cinq dernières années.
- Cinq sur cinquante-trois n'ont indiqué que des activités de vente (pas de culture ou de récolte) durant les cinq dernières années.

- Dix-huit ont mentionné d'autres cultures végétales à part les arbres de Noël.
- La superficie totale cultivée était de 83 acres en moyenne, et la médiane se situait à 40 acres. Vingt-cinq pour cent des répondants cultivaient 15 acres au moins, et 10 pour cent seulement plus de 300 acres. L'industrie est manifestement dominée par des cultivateurs amateurs.
- En 1991, environ 69 000 arbres de semis ont été plantés par les répondants au Manitoba. Environ 10 000 arbres étaient prêts à récolter dans le groupe des répondants et ces derniers ont indiqué que 4 600 arbres en tout avaient réellement été coupés.
- Les répondants ont l'intention d'en planter davantage au cours des cinq prochaines années en accordant la priorité à l'épinette du Colorado et au pin blanc, cependant, les deux tiers ne comptent pas en planter plus en 1992 qu'en 1991.
- Les répondants ont indiqué qu'ils avaient vendu en tout 8 800 arbres directement au public à des prix s'échelonnant de 15 à 45 \$ selon l'espèce, principalement à Winnipeg.
- Depuis 1987, on a planté en tout 277 000 arbres de semis. En 1991, il y avait 20 600 arbres à maturité, mais les répondants n'en ont récolté que 5 615.

Le nombre total d'arbres que l'on cultive actuellement ou qui poussent à l'état spontané figure au tableau VIII.

**TABLEAU VIII**  
**Arbres cultivés ou croissant à l'état spontané**  
**selon les indications fournies**

Année	Total des arbres	
	Plantation	État spontané
	Total	Total
1991	243 945	11 105
1990	176 800	6 050
1989	150 350	6 010
1988	116 150	5 510
1987	81 100	4 510

**TABLEAU IX**  
**Offre actuelle et projetée d'arbres de Noël manitobains**

Année	Nombre d'arbres plantés	Offre possible (arbres cultivés)
1984	6550e	
1985	17167e	
1986	27784e	
1987	38400	
1988	52350	
1989	65925	
1990	59800	
1991	68825*	5000
1992	68825*	5000
1993	68825*	12875f
1994	68825*	20838f
1995	68825*	28800f
1996	68825*	39263f
1997	68825*	44850f
1998	68825*	51619f
1999	68825*	51619f
2000	68825*	51619f

e = nombre estimatif

\* = prévisions

f = projection

(On trouvera dans le rapport principal des détails sur la manière dont ces prévisions ont été calculées.)

Les prévisions du tableau IX démontrent que les arboriculteurs du Manitoba sont prêts à accroître leur part du marché provincial d'arbres de Noël. En 1992, ces exploitants ont satisfait 4 pour cent de la demande totale, mais d'ici 1997, ils seront en mesure d'approvisionner 35 pour cent du marché provincial. Cette situation présente quelques inconvénients :

- Le fait que les arboriculteurs manitobains aient la capacité d'approvisionner une part importante du marché ne garantit pas qu'ils y parviendront.
- Un certain nombre d'associations industrielles nord-américaines soulignent que, dans la plupart des régions, l'offre devrait augmenter au cours des prochaines années à un rythme supérieur à l'accroissement actuel de la demande, ce qui se traduira par une intensification de l'offre et des prix plus bas.
- Les arboriculteurs manitobains seront aux prises avec une concurrence beaucoup plus forte durant les deux ou trois prochaines années. Beaucoup d'entre eux se rendront compte que les prix de gros sont inférieurs à leurs coûts de production, de sorte que deux scénarios sont probables :
  - L'un, le plus probable, est que beaucoup d'arboriculteurs cesseront tout simplement de planter et laisseront leurs arbres continuer à pousser.
  - Quelques-uns d'entre eux essaieront de «tenir le coup» et d'abaisser leurs prix, de sorte que le fléchissement actuel des prix s'intensifiera.

## CONCLUSIONS

En résumé, les principales conclusions de cette étude sont les suivantes :

### La demande des consommateurs

- Le nombre d'arbres naturels vendus à Winnipeg à la période des fêtes de Noël 1991 se situe approximativement entre 80 000 et 84 000. Pour l'ensemble du Manitoba, nous estimons qu'entre 130 000 et 136 000 arbres ont été vendus.
- Les arbres artificiels constituent environ 52 pour cent du marché manitobain.

- Si les achats se poursuivent au même rythme, la demande d'arbres naturels devrait augmenter lentement durant les huit prochaines années, puis fléchir à mesure qu'une proportion croissante de personnes âgées délaisseront les arbres naturels.
- La fidélité des consommateurs envers une variété d'arbres particulière est très forte. Ceux qui achètent des arbres naturels citent la tradition et les qualités esthétiques. Bien que l'apparence ait de l'importance, la chute prématurée des aiguilles constitue le plus grave inconvénient de tous les arbres naturels. Les consommateurs tolèrent une forme peu satisfaisante, et certains n'aiment pas les arbres «trop parfaits», mais si les aiguilles tombent, ils rapportent rapidement l'arbre au détaillant.
- Certaines méthodes d'embellissement des arbres reçoivent un accueil mitigé. La plupart des consommateurs sont contrariés lorsqu'ils apprennent que les arbres sont teints. Certains craignent que cela présente un danger pour les enfants et les animaux familiers.

L'élagage suscite moins de controverses, mais une forme un peu moins parfaite ne semble pas préoccuper une bonne part des consommateurs.

On considère que secouer l'arbre est une pratique acceptable, et même nécessaire.

- La décision de beaucoup de consommateurs est motivée par le prix et comme les arbres artificiels «acceptables» coûtent moins de 25 \$, leur intérêt est évident. D'autres achètent des arbres artificiels coûteux pour leur apparence, parce qu'ils les considèrent comme sans danger et qu'ils jugent que le fait de couper des arbres nuit à l'environnement, et parce qu'un arbre artificiel est plus facile à monter et à démonter. Les arbres artificiels présentent de plus en plus d'attrait sur le plan esthétique, et s'ils ont été parfumés pour remplacer l'odeur des arbres naturels, ces arbres continueront à poser un très grand défi sur le plan de la concurrence à l'industrie des arbres de Noël naturels.
- La sécurité-incendie pose un problème à l'industrie des arbres de Noël. Il faut de l'éducation continue pour remédier à l'impression fortement enracinée et très répandue que les arbres naturels sont dangereux.
- En ce qui a trait à la perception des consommateurs, une autre question importante est l'idée que couper un arbre naturel nuit à l'environnement.

- Faire connaître l'apport des arboricultures bien gérées à la qualité du sol et de l'air constitue un défi important pour l'industrie, notamment auprès de la jeune génération.
- Les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux services à valeur ajoutée. Les exploitations du type «choisir et couper soi-même», qui offrent divers services comme des promenades en traîneau et la restauration font de l'achat d'un arbre une expérience plus complète et permettront aux arboriculteurs d'accroître leur marge bénéficiaire.
- Les consommateurs savent parfaitement ce qu'ils veulent et sont prêts à magasiner pour obtenir la qualité souhaitée. L'apparition de points de vente en masse dans les supermarchés a fait baisser les prix et la qualité à un point tel que la concurrence des prix s'intensifiera, mais cela permettra d'implanter un marché à créneaux et des services exceptionnels.

#### La production d'arbres de Noël

- Le taux de plantation d'arbres de semis a considérablement augmenté au cours des dernières années.
- Les arboriculteurs manitobains peuvent actuellement approvisionner moins de 8 pour cent du marché -- dans quatre ans, leur capacité d'approvisionnement du marché dépassera 30 pour cent.
- Le nombre d'arboriculteurs qui ont planté des arbres de semis durant les cinq dernières années est 2,5 fois plus élevé.
- Cette capacité d'approvisionnement accrue contribuera certainement à renforcer la tendance à la baisse des prix. À cause du coût de production, qui est actuellement de l'ordre de 8 à 10 \$, le prix des arbres de qualité «utilité» sera probablement de l'ordre de 15 \$. Comme un arbre coûte habituellement à un arboriculteur manitobain de 16 à 18 \$ jusqu'à son arrivée au marché, il faudrait qu'il le vende au moins 25 \$, et si possible 30 \$, pour que cela lui rapporte suffisamment.
- Les deux tiers des arboriculteurs du sondage entrent dans la catégorie des cultivateurs «amateurs», et leur exploitation couvre moins de 50 acres.

### Le défi à relever par l'industrie

L'industrie des arbres de Noël au Manitoba est dans une situation critique. Il risque d'y avoir un surplus d'arbres cultivés dans la province. Comme l'offre d'arbres importés continue à être forte, il est probable que les prix resteront bas. Une bonne part des producteurs qui ont actuellement l'intention de vendre des arbres doivent accepter d'abaisser leurs prix, ou mettre en marché des arbres exceptionnels. Il est clair que beaucoup de détaillants ne croient pas qu'un arbre provenant du Manitoba puisse être concurrentiel en termes de prix et de qualité.

La formule «choisir et couper soi-même» constitue un secteur prometteur. Un segment de la clientèle considère qu'une formule de ce genre est une manière agréable d'acheter un arbre. Les consommateurs semblent intéressés à payer un prix suffisant pour couvrir les coûts de production. Le Manitoba dispose d'un certain nombre d'exploitations du type «choisir et couper» rentables à proximité de Winnipeg. Ces arboriculteurs ont également la possibilité d'offrir d'autres services à valeur ajoutée comme de la restauration, des décorations de Noël, et des distractions (par ex. des promenades en traîneau). Dans ces circonstances, il y a peu de raisons que le gouvernement continue à exploiter un secteur de coupe provincial. L'industrie est en mesure de fournir des arbres de Noël à couper soi-même à des prix raisonnables.

Ce qu'il faut, c'est une forte association industrielle qui puisse promouvoir les arbres de Noël. Beaucoup de mythes sont liés à la production et à l'utilisation d'arbres naturels. Le rôle des arbres en tant que ressource renouvelable, la sécurité des arbres naturels lorsqu'ils sont convenablement soignés, et un programme actif d'enlèvement et de recyclage comme celui de Winnipeg sont des messages importants à renforcer pour lutter contre l'invasion des arbres artificiels sur le marché. Cette initiative n'incombe pas au gouvernement. Il est évident que la Christmas Tree Growers Association du Manitoba doit s'organiser de manière plus efficace pour soutenir la concurrence au cours des dix prochaines années.

## **Le marché des arbres de Noël au Manitoba Rapport final**

### **1.0 INTRODUCTION**

#### **1.1 Aperçu**

La Christmas Tree Growers Association du Manitoba ayant conclu à la nécessité d'une analyse de marché sur l'industrie des arbres de Noël au Manitoba, elle a chargé Prairie Research Associates (PRA) Inc. de Winnipeg de la réaliser. Les deux parties de cette étude sont consacrées à la demande et l'offre d'arbres et ont pour but d'établir l'évolution probable du marché au cours des dix prochaines années en ce qui a trait aux prix, à l'approvisionnement, à la provenance, et à la demande des consommateurs.

Les arbres de Noël s'achètent une fois par an en Amérique du Nord dans un but précis qui, pour certains, remonte à une longue tradition. Cela sous-entend qu'il existe un marché principal propre à la demande de ce produit. Nul n'ignore que les arbres artificiels et les produits des arbres ont fait une forte percée sur le marché des arbres naturels. Les consommateurs ont été attirés par leur commodité, leur prix bas lorsqu'il est amorti sur toute la durée de vie d'un arbre, et les bienfaits pour l'environnement que l'on associe au fait de ne pas couper d'arbres vivants chaque année. La question cruciale qui se pose est de savoir si le marché des arbres artificiels se développera davantage.

Comme l'agriculture connaît actuellement une période difficile, beaucoup de cultivateurs aimeraient diversifier leurs activités, en faisant pousser des arbres de Noël, par exemple. Cette étude donne quelques indications sur cette possibilité, mais comme il ne s'agit pas d'un examen approfondi des coûts de production, on ne devrait pas se borner à utiliser les renseignements que nous présentons ici pour la planification commerciale d'une nouvelle exploitation au Manitoba et ailleurs.

#### **1.2 Méthodologie**

Nous avons étudié le marché des arbres de Noël sous l'angle de l'offre et de la demande. Pour comprendre ce type de demande, nous avons entrepris les tâches suivantes :

##### **1. Étude de l'industrie à l'aide de sources d'information secondaires**

Nous avons effectué une recherche documentaire par l'entremise de la bibliothèque de l'Université du Manitoba. Nous avons également consulté un forestier (W. Middleboro) du Ministère des ressources naturelles, des membres de la Christmas Tree Growers Association du Manitoba, d'autres associations provinciales d'arbres de Noël, la National Christmas Tree Growers Association, plusieurs agents de la



Forestry Extension des États-Unis, et l'éditeur du Christmas Tree Journal. Ces sources ont constitué une base qui nous a permis d'examiner les tendances générales dans l'industrie.

## 2. Sondages auprès des consommateurs

Nous avons fait appel aux services de sondage Omnibus de Prairie Research Associates pour réaliser un enquête sur les consommateurs au Manitoba. Début décembre, nous avons contacté par téléphone 805 Manitobains de plus de 18 ans pour connaître leurs intentions en matière d'achat d'arbres de Noël, leurs achats antérieurs et leurs préférences en général. En janvier, nous avons téléphoné à 459 habitants de Winnipeg pour savoir ce que leur arbre leur avait coûté et quel type d'arbre ils avaient acheté en décembre 1991.

## 3. Recherche qualitative

Plusieurs groupes de discussion ont été organisés avec des acheteurs d'arbres naturels et artificiels afin de mieux comprendre les motivations des consommateurs.

En ce qui a trait à l'offre d'arbres, à part l'examen des données secondaires et l'étude documentaire, nous avons entrepris les activités suivantes :

### 1. Entretiens avec des détaillants, des grossistes et des arboriculteurs

Nous avons eu des entretiens avec des détaillants, des grossistes et des cultivateurs afin de mieux comprendre la dynamique du marché des arbres au Manitoba.

### 2. Sondage auprès des fournisseurs d'arbres de Noël

Nous avons adressé un questionnaire à retourner par la poste à un échantillon de cultivateurs et de grossistes pour leur demander des renseignements sur les espèces qu'ils cultivent, leurs plantations d'arbres et leurs méthodes de vente.

## 1.3 **Aperçu du rapport**

Le chapitre 2 présente un aperçu de l'industrie sous forme de totalisations statistiques fondées sur les données secondaires et l'étude documentaire et on trouvera au chapitre 3 les résultats d'un sondage auprès des consommateurs, ainsi qu'un bref résumé des entretiens avec des groupes.

**Le chapitre 4 présente un sondage auprès des cultivateurs et des détaillants, et le chapitre 5 passe en revue l'état des connaissances en matière de production d'arbres de Noël au Manitoba. Pour terminer, nous récapitulons les principales conclusions au chapitre 6.**

## 2.0 APERÇU DE L'INDUSTRIE

Le marché nord-américain des arbres de Noël a connu des changements considérables au cours des 20 à 25 dernières années. L'utilisation accrue d'arbres artificiels, l'évolution démographique et les préoccupations environnementales ont profondément modifié la demande dans ce secteur. Trois facteurs conjugués : le développement de grandes plantations d'arbres, la mécanisation accrue, et l'entrée sur le marché de grands magasins de vente au détail ont radicalement modifié l'offre d'arbres. Ce chapitre passe en revue les tendances actuelles du marché nord-américain du point de vue de la demande et de l'offre.

### 2.1 La demande d'arbres de Noël naturels en Amérique du Nord

#### Les caractéristiques des arbres qui ont la préférence des consommateurs

Des études révèlent que les préférences en matière de choix des arbres de Noël sont fortement régionalisées, et que des espèces particulières prédominent sur certains marchés [Anaka, 1990; Winsor, 1990]. C'est pourquoi, il est difficile de savoir avec certitude quelles espèces d'arbres sont les plus appréciées des consommateurs. Ces études indiquent des caractéristiques qui plaisent au consommateur. Parmi les principaux attributs relevés par ces auteurs [Chapman et Wray, 1985], on note :

- **La forme.** La première grande caractéristique est la forme. Chapman et Wray ont défini deux formes particulières désirées par les consommateurs, la forme étant à son tour liée aux espèces d'arbres. Les consommateurs préfèrent que les épinettes et d'autres arbres aux aiguilles plus courtes soient de forme «conique». Les pins et les sapins sont considérés comme désirables s'ils sont taillés en forme de «larme». Chapman et Wray concluent que l'apparition d'arbres de plantation presque parfaits a eu de fortes répercussions sur l'opinion qu'ont les consommateurs de la forme qui convient à un arbre de Noël
- **La densité.** On entend par «densité» la manière dont le tronc de l'arbre est dissimulé. Chapman et Wray remarquent que l'on préfère des arbres à densité moyenne à des arbres très ou peu touffus. Les arbres denses sont trop difficiles à décorer et les arbres peu touffus semblent dépouillés même lorsqu'ils sont décorés. Ici encore, l'introduction d'arbres cultivés a influé sur la demande des consommateurs.
- **La rétention des aiguilles.** De nombreuses études révèlent que la chute prématurée des aiguilles est l'un des principaux motifs d'opter pour un arbre artificiel [Anaka, 1990; Winsor, 1990; Hildebrandt, 1991]. La capacité d'un arbre naturel à conserver ses aiguilles est un facteur

important de la demande des consommateurs. Les arboriculteurs ont réagi en fournissant plus de renseignements sur les causes de la chute des aiguilles et des instructions sur la manière de soigner un arbre naturel. Ils se sont également efforcés de développer des variétés d'arbres résistants à la chute des aiguilles, et ont parfois eu recours à des pulvérisations artificielles et à des produits chimiques pour que l'arbre retienne mieux l'humidité. La plupart d'entre eux secouent également les arbres avant la livraison. Rugg (1990) démontre néanmoins que ces méthodes ne donnent pas toujours de bons résultats.

### Les arbres artificiels

Le facteur qui a le plus influé sur la demande au cours des 25 dernières années est la popularité croissante de l'arbre de Noël artificiel. La National Christmas Tree Association (NCTA) estime que 5,7 millions de ménages nord-américains, soit environ 10 pour cent de l'ensemble du marché, utilisaient des arbres artificiels en 1965. Vingt-cinq ans plus tard, 36,2 millions de ménages en utilisaient, soit 40 pour cent du marché, ce qui représente une hausse de popularité de 535 pour cent. [Nanney, 1990].

Les motifs de remplacer les arbres naturels par des arbres artificiels ont été décrits dans plusieurs études. Ces motifs sont les suivants :

- **Le coût.** Au départ, un arbre de Noël artificiel coûte plus cher, mais comme il dure plusieurs années, il permet de réaliser des économies.
- **La commodité.** On affirme qu'un arbre artificiel est plus pratique à utiliser qu'un arbre naturel. Un arbre artificiel n'a pas besoin d'arrosages ou de soins, ne perd pas ses aiguilles, et il est «sans entretien». En outre, son achat n'exige pas de déplacement spécial, il dure plus longtemps qu'un arbre naturel, et on peut le laisser en place indéfiniment.
- **La qualité.** L'apparence des arbres artificiels s'est améliorée à mesure que les fabricants s'employaient à satisfaire la demande des consommateurs. À présent, ces arbres ont des aiguilles plus douces et leur forme est moins symétrique pour ressembler davantage aux arbres naturels.

Les producteurs d'arbres naturels aux États-Unis ont réagi à l'invasion des arbres artificiels par de la publicité et des programmes d'éducation du public. En 1988, la NCTA a lancé sa campagne en faveur des arbres naturels pour encourager les consommateurs à en acheter. D'autres initiatives sont intervenues au Canada, surtout en Colombie-Britannique et dans les Maritimes. De nombreuses études révèlent qu'il existe d'énormes possibilités d'accroissement de la demande d'arbres de Noël naturels aux

dépens des arbres artificiels [Rugg, 1990; Ministère de l'Agriculture, 1990; Hildebrandt, 1991].

### L'évolution démographique

La composition de la population nord-américaine a considérablement évolué depuis les années 1960. La génération du «baby boom» a vieilli et a moins d'enfants. Il se produit néanmoins un effet «en cascade», qui se traduit par une recrudescence du nombre d'enfants mis au monde par des femmes de 27 à 36 ans. Noël étant une fête à caractère familial, l'augmentation du nombre d'enfants pourrait intensifier temporairement la demande d'arbres naturels et artificiels.

Les familles à deux revenus ne sont plus l'exception, mais la règle, et le nombre de familles monoparentales a augmenté. L'immigration en provenance de pays qui ne font pas partie de la chrétienté s'est accrue, de sorte que les minorités ethniques et raciales sont plus représentées dans la population. Le taux d'immigration au Canada a triplé au cours des 5 dernières années, et 50 pour cent des immigrants sont originaires des pays d'Asie. Ces facteurs se sont conjugués pour modifier le marché des arbres de Noël naturels, et les répercussions de cette situation sur le marché manitobain sont examinées de façon plus détaillée au chapitre 3.

Diverses études ont confirmé que ce sont les couples mariés qui ont des enfants, dont le revenu est moyen à élevé, et qui vivent dans des maisons unifamiliales qui sont le plus susceptibles d'employer un arbre naturel. [Hamlett, 1989; Hildebrandt, 1991]. Ce marché «traditionnel» devrait avoir une croissance «réduite ou nulle» [NCTA/Gallup, 1990] durant les dix prochaines années ou presque. De plus, on estime que l'érosion du revenu disponible du consommateur nord-américain provoquée par la récession a eu d'importantes répercussions sur la «contraction» du marché [Nanney, 1991].

### Le mouvement pour la protection de l'environnement

À mesure que les préoccupations au sujet de l'environnement se généralisaient, certains groupes environnementaux se sont inquiétés des effets de l'utilisation d'arbres de Noël naturels [Rugg, 1991]. Tout d'abord, ces groupes considèrent que la consommation d'arbres de Noël naturels nuit à l'environnement, puisque ces arbres ne sont utilisés que pendant deux à trois semaines, puis jetés, ce qui est considéré comme un gâchis. Deuxièmement, beaucoup de personnes croient que la plupart des arbres que l'on coupe poussent à l'état sauvage et que cela contribue à la déforestation. Cette opinion négative de l'utilisation des arbres naturels se renforce lorsque les consommateurs constatent que la plupart d'entre eux finissent leurs jours dans le dépotoir de la région ou demeurent sur place invendus. En raison de l'intérêt qui commence à manifester pour les questions

environnementales, cette perception risque fortement de mettre un terme à la demande d'arbres de Noël naturels.

Au cours des dernières années, l'industrie des arbres a pris des mesures pour améliorer son image sur le plan de l'environnement. Il s'agissait principalement de campagnes d'information organisées par des cultivateurs et des détaillants d'arbres naturels. Ces campagnes étaient largement axées sur le fait que la plupart des arbres naturels sont à présent cultivés. Elles servent également à informer le public que la culture des arbres de Noël empêche l'érosion du sol et produit de l'oxygène à partir de terres généralement peu productives. Enfin, de nombreuses municipalités disposent actuellement d'un programme de déchiquetage pour permettre le recyclage des arbres naturels.

### La question de la sécurité

Beaucoup de consommateurs croient que les arbres de Noël naturels posent un risque d'incendie [Hildebrandt, 1991]. Par contre, les experts semblent avoir compris qu'un arbre naturel bien arrosé et soigné n'est pas plus dangereux qu'un arbre artificiel. Il a fallu que l'industrie déploie des efforts considérables pour éduquer et former les législateurs afin de parvenir à ce résultat. L'exemple de Régina montre jusqu'où les dirigeants de l'industrie ont dû aller pour prouver que leur produit est sans risques. En 1989, le conseil municipal de Régina envisageait d'adopter un règlement qui aurait interdit l'utilisation d'arbres de Noël naturels dans tous les immeubles résidentiels. Pour prouver qu'un arbre naturel n'est pas dangereux, le président de la Christmas Tree Growers' Association de la Saskatchewan a empilé 17 arbres, les a arrosés d'essence et y a mis le feu à l'aide d'un lance-flamme. Dès que l'essence a été consumée, le feu s'est éteint. Aucun des arbres n'a pris feu. Un certain nombre d'arbres artificiels ont été soumis au même test et l'un d'eux a pris feu. Impressionné par le degré de sécurité que présentent les arbres bien soignés, le conseil municipal de Régina a retiré son projet de règlement. D'autres campagnes de promotion du même ordre ont été organisées dans toute l'Amérique du Nord.

### Les arbres vivants

Pour dissiper les inquiétudes en ce qui a trait aux effets environnementaux des arbres de Noël naturels, on a mis en marché des arbres vivants en pots. Ces arbres sont cultivés pour servir d'arbres de Noël, puis on les replante pour qu'ils puissent poursuivre leur croissance. Ces arbres ont du succès dans certains États du sud, et ne constituent qu'un petit segment du marché [Dempster, 1989].

## 2.2 L'offre d'arbres de Noël naturels en Amérique du Nord

### L'emplacement et la quantité

Comme nous l'avons déjà mentionné, l'offre est passée au cours des 25 dernières années d'une situation où la plupart des arbres de Noël que l'on coupait poussaient à l'état sauvage, à celle où ils sont presque tous cultivés. Historiquement, il existe trois grands secteurs de production en Amérique du Nord :

- les Maritimes, notamment la Nouvelle Écosse et le Nouveau-Brunswick;
- la région des grands lacs aux États-Unis (le Wisconsin, le Michigan et l'est du Minnesota),
- les États de la côte nord-ouest du Pacifique (notamment l'Oregon et Washington).

Le sol et le climat de ces régions sont généralement favorables à ce genre de culture. Néanmoins, au cours des 10 à 15 dernières années, les activités des arboriculteurs se sont intensifiées dans tout le continent, si bien que l'on fait actuellement pousser des arbres de Noël dans la plupart des États et des provinces.

Le développement de cette culture commence à avoir de fortes répercussions sur l'offre d'arbres de Noël marchands. Selon la SCTGA, on plante actuellement trois fois plus d'arbres que l'on en coupe en Amérique du Nord, ce qui a été confirmé par l'étude effectuée par Rugg pour les arboriculteurs de la Colombie-Britannique. La NCTA a lancé un avertissement au sujet de l'engorgement de la production qui est sur le point de se produire [King, 1987]. A supposer que la demande n'augmente pas, cet accroissement de l'offre devrait avoir l'un des deux effets suivants sur le marché : soit le prix des arbres chutera et un grand nombre d'arboriculteurs seront obligés de quitter l'industrie, soit beaucoup d'arbres ne seront pas coupés ou seront jetés chaque année si l'industrie parvient à empêcher les prix de chuter. C'est la première de ces éventualités qui est la plus probable.

### L'entrée sur le marché de magasins à succursales multiples

Un certain nombre de magasins à succursales multiples ont ajouté des arbres de Noël à leur gamme de produits. Ces magasins achètent un grand volume d'arbres et les vendent directement dans leur terrain de stationnement. Ils peuvent d'autant plus facilement accéder au marché qu'ils disposent à la fois de l'espace et de la structure commerciale nécessaires à la vente d'arbres de Noël. Ces magasins n'ont généralement qu'une ou deux variétés d'arbres et offrent des arbres de différente qualité au même prix. Le but visé est

parfois d'intéresser les clients à d'autres produits. En effet, le principal avantage de ces magasins est la commodité (tous les achats effectués au même endroit).

L'entrée des magasins à succursales multiples a causé une certaine inquiétude dans l'industrie. Généralement, ce genre de magasin vend à des prix plus avantageux que les détaillants et les arboriculteurs indépendants parce que son volume de vente est élevé et que les frais fixes d'aménagement d'un point de vente au détail ont déjà été absorbés.

Les arboriculteurs craignent que les arbres vendus par les magasins à succursales multiples ne soient pas toujours de très haute qualité. On estime qu'un fort mécontentement des clients à cet égard a peu de conséquences néfastes pour un magasin de ce genre. La satisfaction des consommateurs compte beaucoup pour certains arboriculteurs et détaillants indépendants qui désirent conserver leur clientèle. Certains craignent également que les magasins à succursales ne soient pas intéressés à examiner leurs arbres pour s'assurer qu'ils sont exempts de parasites ou de maladies avant de les vendre. Des arbres malades ou contaminés peuvent fortement diminuer les ventes d'arbres de Noël des magasins à succursales et des détaillants et cultivateurs indépendants. D'autres arboriculteurs sont ravis de cette concurrence parce que cela leur permet d'axer leurs efforts sur des arbres de qualité supérieure.

#### Les exploitations du type choisir et couper soi-même

L'une des tendances les plus spectaculaires en matière d'offre d'arbres de Noël est le développement de formules du type «choisir et couper soi-même» ou «Vous le coupez vous-même». Ces nouvelles formes d'exploitation ont fourni 1,7 million d'arbres au marché nord-américain en 1965. En 1989, ce chiffre atteignait 8,6 millions, soit une augmentation de l'ordre de 405 pour cent [Nanney, 1990]. C'est «l'expérience» de couper un arbre de Noël qui constitue le principal produit de ce genre d'exploitation. L'accent n'est plus mis sur l'arbre, mais sur le fait de le couper. Beaucoup d'arboriculteurs offrent à leurs clients des promenades en traîneau ou des rafraîchissements pour rendre l'expérience plus intéressante.

L'augmentation du nombre de ces exploitations reflète une autre tendance assez forte, à savoir le nombre accru de cultivateurs qui vendent leurs arbres directement au public pour améliorer leur marge bénéficiaire et maintenir la qualité. Ils prennent ainsi davantage conscience des goûts de leurs clients et sont en mesure de satisfaire cette demande. Il est certain que cette évolution du service, qui comprend la livraison à domicile, le ramassage, et la promotion de l'expérience de couper son arbre, est appelée à se développer au cours des dix prochaines années.



### La diversification

Certains exploitants complètent le revenu qu'ils tirent de la vente des arbres de Noël en offrant d'autres produits. L'accessoire le plus courant est la couronne de Noël. Les couronnes sont relativement faciles à confectionner et n'exigent pas d'entretien particulier. En outre, la matière nécessaire à leur fabrication est toute trouvée puisqu'il s'agit de branches d'arbre coupées ou brisées. Ils offrent également d'autres accessoires, comme des décorations de Noël et des socles. Si cette forme de diversification n'est pas encore très répandue, elle se développe de plus en plus depuis dix ans [Nanney, 1991].

### 2.3 Le marché canadien des arbres de Noël

Comme une bonne part de ces considérations s'appliquent également au marché canadien, quelques remarques suffisent.

- Une caractéristique frappante du marché canadien est l'absence de statistiques sur cette industrie. Si la NCTA dispose de données détaillées sur la production et les exportations des arboriculteurs américains, il n'existe pas de mécanisme de ce genre au Canada. Les chiffres portant sur la production d'arbres de Noël et sur d'autres produits de la forêt et des terres à bois ne sont pas ventilés. Pour sa part, Douanes Canada consigne tous les arbres de Noël qui traversent la frontière par numéro de permis ou d'expédition, et non par marchandise. Agriculture Canada ne dispose de données que sur certaines espèces d'arbres.

Personne ne compile de chiffres sur les mouvements d'arbres de Noël d'une province à l'autre. Cela pose un problème particulier étant donné que beaucoup d'arbres importés transitent par l'Ontario avant d'être acheminés vers d'autres parties du Canada, de sorte que la valeur nette des importations et des exportations de chaque province est difficile à évaluer.

- Les espèces vendues sur le marché canadien reflètent largement le climat rigoureux du Canada. Les arbres «exotiques» sont moins courants, et les arbres vivants sont à peu près inexistantes en dehors de la Colombie-britannique [Rugg, 1990]. Les espèces qui ont le plus de succès sont habituellement l'épinette, le pin écossais et le pin blanc, ainsi que le sapin baumier et le pin de Douglas.
- D'après certains observateurs, les consommateurs canadiens semblent être moins enclins à acheter des arbres artificiels. On estime que le nombre de ménages canadiens qui emploient des arbres artificiels représente 26 à 31 pour cent de la population [Anaka, 1990; Winsor, 1990], tandis que la NCTA l'évalue à 40 pour cent pour les États-Unis. Malgré tout, ces études

soulignent que la popularité croissante des arbres artificiels ne devrait pas être prise à la légère. Les Canadiens seraient moins portés à utiliser un arbre artificiel que les Américains pour un certain nombre de raisons, en particulier le mouvement de «retour à la nature», une plus forte sensibilisation aux avantages des arbres naturels, et moins d'inquiétudes au sujet des risques d'incendie posés par les arbres naturels [Winsor, 1990]. Aux États-Unis, la concentration urbaine, qui est plus forte, dissuade la population d'employer des arbres naturels, car il est plus difficile de s'en débarrasser.

Néanmoins, d'après les données présentées ci-dessous, les arbres artificiels seraient beaucoup plus répandus au Manitoba qu'on ne le croyait.

- Le Canada est un exportateur net d'arbres de Noël naturels, puisqu'il en a exporté environ 289 962 en 1989-90 [Ministère de l'Agriculture]. Les importations se sont élevées à 72 937 arbres au cours de la même période. Ces chiffres doivent être utilisés avec circonspection, étant donné qu'il existe une combinaison de trois sources d'erreur. Tout d'abord, les statistiques officielles ne portent que sur les envois d'arbres inspectés et réglementés par le ministère de l'Agriculture. Les fonctionnaires admettent qu'un certain nombre d'arbres passent la frontière sans que le ministère le sache, de sorte que le chiffre des exportations et des importations est sous-estimé.

Deuxièmement, on relève une grande variabilité des données, comme le montre le tableau 2.1. On notera que les importations ont été supérieures aux exportations au Canada en 1987-88, ce qui semble inexact.

Enfin, les données nationales tendent à masquer le régionalisme marqué de la production d'arbres au Canada. La plupart des arbres canadiens sont produits dans les Maritimes par des exploitants qui en cultivent depuis longtemps. Ces provinces sont donc des exportateurs nets, tandis que les provinces des Prairies sont plutôt des importateurs nets. Le Manitoba n'exporte pas d'arbres aux États-Unis.

**TABLEAU 2.1**  
**Importations et exportations d'arbres de Noël naturels**

EXERCICE FINANCIER	IMPORTATIONS		EXPORTATIONS	
	CANADA	MANITOBA	CANADA	MANITOBA
1986-87	95 887	3 403	167 063	0
1987-88	381 552	5 196	293 223	0
1988-89	72 937	12 611	289 962	0
1989-90	s/o	s/o	266 871	0
1990-91	s/o	s/o	434 871	0

Source : Agriculture Canada

Statistique Canada révèle que la majeure partie des importations canadiennes est destinée à la Colombie-Britannique, étant donné qu'entre 49 et 67 pour cent de la valeur en dollars des importations au Canada durant la période 1988-90 étaient attribuables à cette province. À l'autre extrémité de l'échelle, les provinces Maritimes, plus le Québec, comptent pour moins de un pour cent des importations, tandis que les Prairies représentent 30 à 40 pour cent du marché. Les six à dix pour cent restants sont la part du marché qui revient à l'Ontario. La valeur des importations pour la période allant de 1988 à 1990 est indiquée dans le tableau 2.1 en dollars constants de 1986. On notera que la valeur des importations pour l'ensemble du Canada s'est considérablement accrue de 1988 à 1989 (16 %), puis a chuté légèrement de 1989 à 1990 (-1 %).

**TABLEAU 2.2**  
**Valeur des importations par province et année**

ANNÉE	EN MILLIERS DE DOLLARS										
	TN	IPE	NE	NB	QUE	ONT	MAN	SASK	ALB	CB	Total
1988	0	0	0	2	16	140	165	167	339	1 659	2 491
1989	0	0	0	9	0	255	346	184	407	1 688	2 893
1990	0	0	0	2	0	262	371	173	592	1 408	2 858

Source : Statistique Canada

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

L'étude effectuée par Rugg pour les arboriculteurs de la Colombie-Britannique et le manuel de la Christmas Tree Growers Association de la Saskatchewan indiquent que le Canada n'est pas aux prises avec la même surproduction que les États-Unis. Toutefois, on y relève que ses différents marchés ont été inondés de surplus américains, ce qui ne ressort pas des chiffres des importations. La valeur en dollars des arbres importés n'a pas considérablement augmenté de 1989 à 1990 (elle a même régressé sur les deux marchés). Il est possible que la diminution de la valeur des importations soit en partie attribuable aux effets de la surabondance d'arbres sur les prix, mais il y a de plus fortes chances que ce phénomène soit dû à une baisse du nombre d'arbres importés. Malheureusement, le manque de données au niveau provincial ne nous permet pas de déterminer plus clairement les effets de la surproduction américaine, ni de tirer de conclusions définitives à ce sujet. Il est probable qu'il faudra six à huit ans (ou davantage) de plus pour que le marché se libère de la surabondance d'arbres provenant des États-Unis. [Rugg, 1990]

#### 2.4 Le marché des arbres de Noël au Manitoba

Cette partie du rapport passe en revue les tendances historiques du marché manitobain. Le Manitoba est actuellement un importateur net d'arbres de Noël. Le ministère de l'Agriculture révèle également que la Manitoba n'a pas exporté d'arbres durant la période allant de 1986 à 1990 (tableau 2.1). Comme nous l'avons déjà dit, ces chiffres ne représentent peut-être pas exactement les entrées et sorties d'arbres de Noël, mais d'après nos entretiens avec des fonctionnaires du ministère de l'Agriculture et de celui des Ressources naturelles, ils donnent une idée assez précise de la situation du Manitoba sur le plan des importations et des exportations.

Une étude réalisée en 1968 par le ministère fédéral des Pêches et Forêts (direction des Forêts) a permis de déterminer l'importance et la nature du marché des arbres de Noël dans la communauté urbaine de Winnipeg. À l'époque, le marché de Winnipeg était évalué à environ 40 000 arbres par saison. Depuis lors, le ministère des Ressources naturelles a réalisé plusieurs études de marché ad hoc qui semblent corroborer l'étude de 1968, puisqu'on y indique que le marché délimité par l'autoroute périphérique est de 35 000 à 45 000 arbres. Les dernières estimations du ministère des Ressources naturelles sont légèrement supérieures à ce chiffre, et sont plutôt de l'ordre de 56 000 que de 45 000. On notera que ces estimations ont été faites à partir des sondages des détaillants et qu'elles ne sont peut-être pas tout à fait exactes parce que les bases de sondage sont très difficiles à établir<sup>1</sup>. L'étude sur les ménages présentée au chapitre 3 a abouti à un chiffre beaucoup plus élevé.

Une analyse plus récente du ministère des Ressources naturelles révèle que les espèces se sont quelque peu diversifiées sur le marché de Winnipeg. L'étude de 1968 a démontré

<sup>1</sup> Les détaillants s'installent de façon improvisée d'année en année, et changent souvent d'emplacement.

que l'épinette noire et le pin écossais formaient respectivement 70 et 26 pour cent du marché et que les autres espèces d'arbres constituaient le reste. Selon une étude plus récente (1990) de ce ministère, la part du marché attribuable à l'épinette noire n'est plus que de 33 pour cent, et la part détenue par le pin écossais est passée à 50 pour cent. Le pin blanc et le sapin baumier représentent à eux deux 13 pour cent du marché. Ici encore, on notera que les chiffres du ministère des Ressources naturelles proviennent de sondages officiels auprès des détaillants et qu'ils ne sont peut-être pas représentatifs du marché.

En résumé, le marché manitobain a évolué dans le même sens que le reste de l'Amérique du Nord. Les espèces se sont diversifiées et la stabilité relative du marché reflète la croissance relativement lente de la population et l'invasion des arbres artificiels.

## **2.5 Les règlements sur l'utilisation et la production d'arbres de Noël au Canada et au Manitoba**

Les règlements portant sur l'utilisation d'arbres de Noël sont généralement appliqués au niveau municipal. C'est pourquoi, les politiques relatives à leur utilisation diffèrent dans tout le Canada. Dans la plupart des cas, ces règlements sont imposés par le règlement de sécurité-incendie de la municipalité et appliqués par le service d'incendie local. Plusieurs municipalités obligent également les vendeurs d'arbres de Noël à détenir un permis pour vendre des arbres au public.

Beaucoup de municipalités ont compris que des arbres de Noël bien soignés présentent très peu de risques d'incendie et en ont tenu compte dans l'élaboration de leurs politiques. On y prescrit souvent que les décorations des arbres de Noël doivent être ininflammables. Plusieurs municipalités se sont dotées de règlements touchant l'enlèvement des arbres, mais ils sont principalement destinés à éviter que l'on se débarrasse des arbres en les brûlant.

Le règlement municipal de prévention des incendies de la Ville de Winnipeg et une directive du service d'incendie décrivent les règles et politiques de la ville en ce qui concerne l'utilisation d'arbres de Noël. Ces règles sont les suivantes :

- Aucun arbre de Noël naturel ne doit être placé dans des établissements de réunion. (écoles, salles communautaires, églises, etc. . .)
- Aucun arbre de Noël naturel ne doit se trouver dans des corridors publics ou des endroits qui constituent des issues, indépendamment de leur usage. En outre, on ne doit jamais laisser d'arbre artificiel ou vivant obstruer les issues ou empêcher les occupants d'y accéder directement.
- Dans les bâtiments de type «C», comme les immeubles à appartements, les maisons de ville, les immeubles en copropriété, etc., le propriétaire ou

l'agent peut spécifier dans les règles ou le bail qu'aucun arbre de Noël naturel ne sera autorisé sur les lieux.

- Lorsqu'un bâtiment n'entre pas dans la catégorie des établissements de réunion, ou des habitations (banque, bureau, etc. . . .) on peut y placer des arbres de Noël à condition qu'ils n'obstruent pas l'accès aux issues, qu'ils soient bien fixés, et qu'on les ait ignifugés à l'aide de produits approuvés par Le laboratoire des assureurs du Canada.
- Le service d'incendie de Winnipeg recommande au public de considérer que les arbres de Noël sont ignifuges. En outre, comme les arbres en métal sont conducteurs d'électricité, ils ne devraient pas être ornés de guirlandes de lumières, mais éclairés par des projecteurs.

La Ville de Winnipeg oblige tous les détaillants d'arbres de Noël à se procurer un permis de vente avant d'installer leur marchandise sur un coin de rue.

Il existe peu de règlements régissant la culture ou le transport d'arbres de Noël naturels. Les importations et exportations sont réglementées par Agriculture Canada dans le seul but d'empêcher la propagation des maladies ou des parasites. Les expéditions d'arbres sont par conséquent inspectées avant la frontière pour s'assurer que ces arbres n'introduisent pas de maladies ou de parasites. Les fonctionnaires d'Agriculture Canada inspectent les arbres expédiés aux États-Unis, tandis que leurs homologues américains examinent les arbres destinés au Canada. Les importations d'arbres provenant de régions contaminées des États-Unis sont interdites. Les producteurs d'arbres de Noël doivent se conformer à tous les règlements régissant la propagation de maladies ou de parasites.

Au Manitoba, un acte de vente ou toute autre preuve de propriété doit accompagner toutes les expéditions d'arbres de Noël. Cette formalité a pour but d'empêcher que l'on coupe illégalement des arbres sur des terres appartenant à l'État ou à des particuliers et de s'assurer qu'ils sont convenablement coupés ou inspectés.

## **2.6 Récapitulation**

Le marché des arbres de Noël naturels a évolué au cours des vingt dernières années. Sur le plan de la demande, les arbres artificiels ont conquis 40 pour cent du marché nord-américain en raison de leur commodité, de l'amélioration de leur apparence et des dommages à l'environnement que l'on associe à la récolte d'arbres naturels. Dans le secteur des arbres naturels, les espèces se sont diversifiées, et la part du marché détenue par le pin écossais et les variétés de sapins s'est accrue rapidement aux dépens de l'épinette noire traditionnelle. Cette tendance est tout aussi évidente au Manitoba que dans les autres provinces canadiennes.

Les principaux fournisseurs sont toujours les centres traditionnels de culture, c'est-à-dire les Maritimes, le Wisconsin et la côte nord-ouest du Pacifique, mais d'autres fournisseurs domestiques et locaux font leur apparition dans beaucoup d'autres régions. On convient généralement que l'industrie pourrait se trouver dans une situation de surabondance en cas de diminution des prix et que d'importants arboriculteurs et grossistes risquent de se retirer du marché. Les grossistes, détaillants et cultivateurs réagissent à la tendance à la baisse des prix en diversifiant leur production, et en offrant aux consommateurs des arbres à couper soi-même et des accessoires.

### 3.0 LA DEMANDE D'ARBRES DE NOËL DES CONSOMMATEURS

#### 3.1 Aperçu

Cette partie du rapport présente les résultats de deux sondages téléphoniques auprès d'habitants du Manitoba et de Winnipeg, et de quatre discussions dirigées. Le but visé était de constituer une base quantitative en vue de l'estimation du marché et de relever les principales caractéristiques qui forment le fondement du marché des arbres naturels et de celui des arbres artificiels.

#### 3.2 Introduction

Deux sondages téléphoniques ont été réalisés séparément - l'un avant Noël 1991, et l'autre au début de l'année suivante, après les fêtes. Ils comprenaient tous deux des questions sur l'utilisation des arbres de Noël (antérieurement et actuellement), les intentions d'achat et les attitudes envers différents types d'arbres.

#### L'échantillonnage

Le tableau 3-1 donne des détails sur la réalisation des deux sondages.

TABLEAU 3-1

Dates du sondage	Nombre de répondants	Secteur du sondage	Erreur approximative (théorique)
Du 9 au 14 décembre 1991	805	Manitoba	$\pm 3,5\%$ , 19 fois sur 20
Du 20 au 23 janvier 1992	459	Winnipeg	$\pm 4,7\%$ , 19 fois sur 20

Tous les répondants ont été choisis par enquête téléphonique à composition aléatoire (ce qui nous permet d'incorporer au sondage ceux qui ne sont pas inscrits dans l'annuaire ou qui ont un nouveau numéro). On obtient ainsi un échantillon aléatoire comprenant le plus fort pourcentage possible de répondants admissibles. Nous avons interrogé des personnes de dix-huit ans et plus.

Dans certains cas, lorsque les renseignements obtenus par échantillonnage aléatoire sont en contradiction avec l'information fournie par Statistique Canada, nous corrigeons de légères divergences en matière de sexe, d'âge et de revenu. Ces divergences peuvent par



exemple être dues au fait que les hommes ont beaucoup plus fréquemment que les femmes tendance à refuser de participer au sondage, et que les jeunes répondants (de 18 à 24 ans) sont plus difficiles à rejoindre le soir. Les chiffres pour le Manitoba et Winnipeg ont été pondérés pour corriger les différences dans les données démographiques. Les valeurs utilisées dans les tableaux et les figures présentés dans ce chapitre sont pondérées.

#### Filtrage - Sondage de décembre

On a posé aux répondants éventuels une question filtre pour savoir si on célébrait la fête de Noël dans leur ménage. En décembre 1991, on a demandé à ceux qui avaient répondu par l'affirmative leur opinion sur les meilleures et les plus mauvaises caractéristiques des arbres de Noël naturels et artificiels, le type d'arbres qu'ils avaient l'intention d'utiliser pendant les fêtes, et comment et où ils se procureraient l'arbre en question.

Quatre-vingt-seize pour cent des personnes rejointes en décembre célèbrent la fête de Noël dans leur ménage, et ces 774 répondants ont constitué un nouveau sous-échantillon à partir duquel on a calculé tous les pourcentages.

#### Filtrage - Sondage de janvier

En janvier 1992, on a demandé aux répondants qui avaient dit qu'ils fêtaient Noël dans leur ménage s'ils avaient utilisé un arbre de Noël naturel, quel type d'arbre ils avaient acheté et combien ils l'avaient payé. Quatre-vingt-quinze pour cent des habitants de Winnipeg qui avaient été rejoints, ont déclaré qu'ils fêtaient Noël, ce qui a permis de constituer un échantillon de 443 habitants de Winnipeg âgés de plus de 18 ans, sur lequel tous les pourcentages ont été fondés.

### **3.3 Utilisation antérieure et actuelle d'arbres de Noël**

#### Utilisation d'arbres artificiels

On a demandé aux répondants au sondage de décembre s'ils avaient déjà utilisé des arbres artificiels et s'ils avaient l'intention de recommencer. Un peu plus de la moitié (52 %) ont déclaré qu'ils installeraient un arbre artificiel durant la période des fêtes de 1991. Le cinquième (19 %) avait déjà utilisé des arbres artificiels, mais n'avait pas l'intention de le faire en 1991. Plus d'un quart (25 %) des répondants n'avaient jamais employé d'arbres artificiels.

### Utilisation des arbres naturels

Quarante pour cent des répondants ont affirmé qu'ils utiliseraient un arbre naturel en 1991 et un peu plus de 40 pour cent (43 %) ont déclaré qu'ils avaient déjà utilisé un arbre naturel, mais qu'ils n'avaient pas l'intention de recommencer en 1991. Seize pour cent seulement n'avaient jamais utilisé d'arbres de Noël naturels.

### **Intentions des consommateurs en 1991**

#### Arbres de Noël

On a demandé à tous les répondants du sondage de décembre qui avaient mentionné leur intention d'utiliser un arbre de Noël naturel (n = 313) pendant les fêtes de 1991 quel type d'arbres ils achèteraient. Étant donné que ce sondage a été mené en décembre, il est possible que certains répondants avaient déjà leur arbre, et que, par conséquent, ils ne déclaraient pas des intentions, mais des faits.

Une faible majorité d'entre eux (60 %) avaient l'intention de se procurer un arbre de six pieds de haut ou moins. Environ 40 pour cent préféraient un arbre plus haut. On a demandé aux répondants d'indiquer quelle longueur d'aiguilles ils préféraient. La réponse a été partagée sur cette question, puisque 40 pour cent ont mentionné des aiguilles longues, et 41 pour cent des aiguilles courtes.<sup>2</sup>

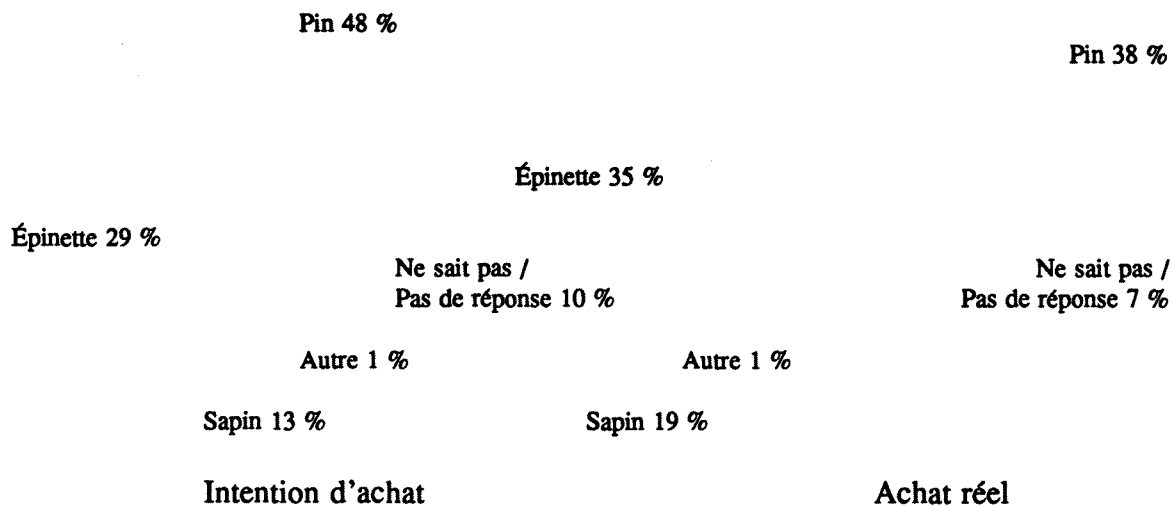
La dernière question portait sur la variété d'arbres de Noël naturels qu'ils avaient l'intention de se procurer (Figure 3-1) en décembre 1991. Un peu moins de la moitié désiraient un pin, et un tiers une épinette.

---

<sup>2</sup> Les termes «long» et «court» n'ont pas été quantifiés.

## Variété d'arbres

### Utilisateurs d'arbres naturels - 1991



Pourcentage (à Winnipeg seulement)

**FIGURE 3-1**

Il y a manifestement de la confusion entre les espèces d'arbres dans la population en général. Environ le quart (26 %) de ceux qui ont déclaré qu'ils désiraient un arbre aux aiguilles courtes avaient également l'intention de se procurer un pin. Par contre, parmi ceux qui désiraient des aiguilles longues, 18 pour cent ont déclaré qu'ils achèteraient une épinette et huit pour cent un sapin. Cela ne signifie pas qu'ils se sont trompés dans leurs préférences, mais que beaucoup de consommateurs ne connaissent pas les noms des arbres.

#### Autres produits de Noël

On a posé aux répondants plusieurs questions portant sur l'achat ou la fabrication de couronnes, de milieux de table, ou d'autres décorations de Noël. Les résultats sont présentés dans le tableau 3-2.

**TABLEAU 3-2**  
**Achat/Confection d'autres articles décoratifs**  
 (en décembre 1991)

<b>Décoration</b>	<b>Produits d'arbres naturels %</b>	<b>Produits artificiels %</b>	<b>Pas d'achat/de confection %</b>
Couronnes	11	13	74
Milieux de table	13	13	73
Autres décorations	5	21	73

Le quart seulement des répondants avait l'intention de confectionner ou d'acheter l'un de ces articles. La proportion de ceux qui désirent des produits d'arbres naturels et de ceux qui préfèrent des produits artificiels est à peu près égale.

#### **3.4 Les caractéristiques des arbres de Noël les plus et les moins appréciées**

On a demandé à tour de rôle aux répondants les caractéristiques des arbres de Noël naturels qu'ils aimaient le mieux et celles qu'ils aimaient le moins. Cette série de questions a également été posée à propos des arbres de Noël artificiels. L'interviewer ne leur a pas suggéré de réponses pour s'assurer qu'ils exprimaient tous leurs préférences profondes.

##### Arbres naturels

Comme le montre le tableau 3-3, la caractéristique des arbres de Noël naturels qui plaît le plus l'odeur, qui a été mentionnée par les deux tiers (65 %) des répondants.

**TABLEAU 3-3**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël naturels**  
**qu'ils aiment LE MIEUX**

Caractéristique	Pourcentage (n = 774)*
Odeur	65
Attrait esthétique	20
Il est naturel	20
Il est traditionnel	17
Le décorer	3
Bon pour l'environnement	2
Bon pour les enfants	1
Autre	4
Aucune caractéristique en particulier	9
Ne sait pas/pas de réponse	4

\* Ceux qui célèbrent la fête de Noël.

Nota : Comme on a relevé plusieurs réponses, le total dépasse 100 pour cent.

Vingt pour cent ont répondu qu'ils aiment les arbres naturels parce qu'ils sont vrais. Il est probable que cette réponse tend à exprimer beaucoup d'idées et de sentiments, comme le sens de la tradition, le lien symbolique avec la vie ainsi que l'odeur et l'attrait esthétique d'un arbre «naturel».

La beauté d'un arbre naturel a été citée par 20 pour cent et la «tradition» par 17 pour cent des répondants. Tous les autres aspects ont été mentionnés par moins de 10 pour cent d'entre eux, y compris l'idée que l'utilisation d'arbres naturels a des répercussions sur l'environnement. Neuf pour cent des répondants n'ont pas pu trouver de caractéristique particulière des arbres naturels qu'ils aiment le mieux. Lorsqu'on leur a demandé de décrire les caractéristiques des arbres de Noël naturels qui leur plaisent le moins, les

répondants ont généralement insisté sur les problèmes liés au fait que l'arbre se dessèche et se détruit graduellement pendant les fêtes (tableau 3-4).

**TABLEAU 3-4**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël naturels (vrais)**  
**que les répondants aiment LE MOINS**

Caractéristique	Pourcentage (n = 774)
Les aiguilles tombent	46
Il faut faire un grand nettoyage après Noël	32
Risques d'incendie	13
Nuit à l'environnement/Tue les arbres	13
Peu pratique/Difficile à acheter/Perte de temps	5
Coûteux/Argent gaspillé	5
Le jeter après Noël	4
Forme/Branches manquantes	1
Interdit par les règlements des immeubles	-
Arbres provenant d'autres régions/Importés	-
Autre	3
Aucune caractéristique en particulier	7
Ne sait pas/Pas de réponse	2

Nota : Comme on a relevé plusieurs réponses, le total dépasse 100 pour cent.

Près de la moitié des répondants (46 %) ne se souciaient pas que les aiguilles tombent. Le tiers a mentionné qu'il faut faire un grand nettoyage après Noël et 13 pour cent ont parlé des risques d'incendie et des problèmes environnementaux. Quatre pour cent des répondants estiment qu'il est difficile ou peu pratique de se débarrasser de l'arbre après Noël.

Deux répondants seulement ont mentionné que les arbres qu'ils achetaient ne provenaient pas de la province (le Manitoba). Il est clair que cela ne constituait pas une priorité pour les utilisateurs d'arbres de Noël.

### Les arbres artificiels

Comme le montre le tableau 3-5, la caractéristique des arbres artificiels qui a le plus de succès auprès des répondants est sa commodité en général (46 % d'entre eux l'ont mentionnée). Le fait que les arbres artificiels ne sont pas salissants a été mentionné par un quart des répondants (27 %) comme la caractéristique qu'ils aimaient le mieux.

**TABLEAU 3-5**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël artificiels**  
**qu'ils aiment LE MIEUX**

<b>Caractéristique</b>	<b>Pourcentage (n = 774)</b>
Commodité	46
Pas de nettoyage à faire	27
Peu coûteux (à long terme)	13
Beauté	8
Protège l'environnement	8
Pas de risques d'incendie	8
Les règlements des immeubles interdisent les arbres naturels	-
Autre	4
Aucune caractéristique en particulier	18
Ne sait pas/Pas de réponse	3

Nota : Comme on a relevé plusieurs réponses, le total dépasse 100 pour cent.

Plus de dix pour cent (13 %) estimaient que les arbres artificiels étaient moins coûteux à long terme que les arbres naturels. Huit pour cent considéraient qu'un arbre artificiel nuit à l'environnement. Le fait que les arbres artificiels ne soient pas «naturels» ne plaisait pas à près de la moitié des répondants (tableau 3-6). Il est probable que plusieurs idées se combinent également ici, comme un manque de tradition, ainsi que l'absence d'odeur et de symbolisme.

**TABLEAU 3-6**  
**Les caractéristiques des arbres de Noël artificiels**  
**qu'ils aiment LE MOINS**

Caractéristique	Pourcentage (n = 776)
Ne semble pas réel/N'est pas réel	48
Manque d'attrait esthétique	18
N'a pas l'odeur des arbres naturels	14
Peu pratique/Entreposage/Pièces de rechange/Difficile à assembler	9
Pas traditionnel	6
Coûteux	2
Nuit à l'environnement	2
Autre	3
Aucune caractéristique en particulier	14
Ne sait pas/Pas de réponse	4

Nota : Comme on a relevé plusieurs réponses, le total dépasse 100 pour cent.

Dix-huit pour cent ont mentionné explicitement le manque d'attrait esthétique; quatorze pour cent ont relevé l'absence de l'odeur qui caractérise un «arbre naturel». Un peu moins de 10 pour cent n'aiment pas ranger les arbres artificiels, trouver des pièces de rechange, ou les monter.



### Comparaison entre ce que les répondants aiment et n'aiment pas

De toute évidence, les répondants qui aimaient une certaine caractéristique des arbres naturels avaient davantage tendance à citer l'absence de cet attribut en ce qui concerne les arbres artificiels. En voici des exemples :

- Ceux qui aiment l'aspect «tradition» des arbres naturels ont déclaré que les arbres artificiels n'étaient pas traditionnels (17 % contre 4 % des autres répondants).
- Les gens qui trouvaient les arbres de Noël esthétiques considéraient que les arbres artificiels ne le sont pas (36 %, contre 14 % des autres).
- Les trois quarts (74 %) des personnes qui aiment les arbres naturels parce qu'ils sont vrais ont également mentionné explicitement que les arbres artificiels ne leur plaisent pas parce qu'ils ne sont pas naturels. Cet aspect des arbres artificiels ne plaisait pas à quarante-cinq pour cent seulement des autres répondants.

Cette tendance s'est également dégagée des réponses au sujet des caractéristiques des arbres artificiels que les répondants préfèrent :

- Les répondants qui pensaient que les arbres artificiels sont bénéfiques à l'environnement ont déclaré que l'utilisation d'arbres naturels avait un effet contraire (53 % contre environ seulement 9 % des autres répondants).
- Ceux qui appréciaient le fait que les arbres artificiels ne sont pas salissants ont déclaré qu'ils ne se souciaient pas de la saleté produite par un arbre naturel (48 % contre 27 % des autres répondants).

Si l'on se contente de considérer les caractéristiques d'un arbre naturel, on constate que l'expérience influe sur ce que les répondants aiment et n'aiment pas. Ainsi :

- Ceux qui ont dit qu'ils ne préféraient aucune caractéristique particulière d'un arbre naturel étaient moins enclins à dire qu'ils n'aimaient pas les aiguilles qui tombent (27 %, contre 49 % des répondants qui ont au moins trouvé une chose qui leur plaisait en ce qui concerne les arbres naturels).
- Les répondants qui n'aimaient aucun aspect des arbres naturels avaient également moins tendance à parler du nettoyage à faire après Noël (20 %, contre 34 % des autres répondants).

- Ceux qui aimaient l'odeur des arbres de Noël naturels étaient plus portés à dire qu'ils détestent que les aiguilles tombent (52 %, contre 37 % des autres répondants).

En résumé, la préférence pour un arbre naturel ou artificiel s'explique parfaitement. L'impression qu'ont les consommateurs des avantages de ces deux types d'arbres est la même que dans les autres études. La chute prématurée des aiguilles est le problème le plus sérieux qui se pose à l'industrie au Manitoba. L'élimination après Noël, y compris le nettoyage de la maison et le ramassage, est perçu comme le principal inconvénient des arbres naturels. Il semble que si l'on trouvait le moyen de régler ce problème en offrant des sacs pour le nettoyage et un service de ramassage à domicile, l'industrie pourrait en tirer profit.

### 3.5 L'origine des arbres de Noël

#### Où les arbres ont été achetés/coupés en 1990

On a demandé aux répondants au sondage de décembre qui avaient utilisé un arbre naturel durant la période des fêtes de 1990 d'indiquer comment ils se l'étaient procuré. Le tableau 3-7 présente une ventilation selon l'origine des arbres.

**TABLEAU 3-7**  
**Où avez-vous acheté/coupé votre arbre en 1990**

Origine des arbres en 1990	Les répondants qui utilisent des arbres naturels (n = 336) %
Coupé - sur un terrain du gouvernement	9
Coupé - sur un terrain privé	21
Acheté - oeuvre de charité	15
Acheté - grand magasin à succursales	10
Acheté - terrain privé	39
Autre origine	1
Ne se souvient pas/Pas de réponse	5

Le groupe le plus important (40 %) a acheté son arbre dans un lot exploité par un particulier ou une entreprise (ceux des pépinières de la région, par exemple). Vingt pour

cent des répondants ont coupé leur arbre eux-mêmes sur un terrain privé, et moins de dix pour cent sur un terrain appartenant au gouvernement.

En résumé, les deux tiers (66 %) de ceux qui ont utilisé un arbre naturel pendant la période des fêtes de 1990 l'avaient acheté. Environ trente pour cent (à peu près 90 répondants) ont indiqué qu'ils avaient coupé leur arbre eux-mêmes.

#### L'endroit où ces personnes ont l'intention de se procurer leur arbre en 1991

On a demandé aux répondants qui avaient utilisé un arbre naturel en 1990 s'ils en achèteraient un au même endroit en 1991. Un peu plus de quarante pour cent (42 %) des personnes de ce groupe pensaient faire appel à la même source pour se procurer un arbre. Quarante pour cent s'adresseraient à un autre fournisseur et 18 pour cent n'avaient pas encore pris de décision.

Le tableau 3-8 montre le pourcentage de répondants qui avaient l'intention de se procurer leur arbre de Noël en 1991 au même endroit qu'en 1990, en le ventilant selon la source utilisée en 1990.

**TABLEAU 3-8**  
**Utilisation d'un arbre de la même origine en 1991**

<b>Origine de l'arbre en 1990</b>	<b>Achat au même endroit en 1991 Pourcentage de répondants</b>
Coupé - sur un terrain du gouvernement	68
Coupé - sur un terrain privé	60
Acheté - oeuvre de charité	64
Acheté - grand magasin à succursales	56
Acheté - terrain privé	40

#### Arbres provenant du Manitoba

On a demandé aux répondants si, à leur avis, l'arbre qu'ils avaient obtenu en 1990 provenait du Manitoba :

- près de 60 pour cent (59 %) pensaient que leur arbre avait poussé dans la province;
- moins du tiers (29 %) ne savaient pas d'où provenait leur arbre;
- treize pour cent seulement ont déclaré qu'il ne provenait pas du Manitoba.

Bien entendu, la plupart des gens qui ont coupé eux-mêmes leur arbre en 1990 ont indiqué qu'il provenait du Manitoba<sup>3</sup>. La plupart des utilisateurs qui ne savent d'où provenait leur arbre indiquent que ce n'est pas un facteur très important; il se peut que ces personnes ne se soucient pas de l'origine d'un arbre. Il est également possible qu'ils n'aient pas acheté eux-mêmes cet arbre ou qu'ils ne se souviennent tout simplement pas d'où il provient.

### 3.6 Satisfaction/Problèmes en ce qui concerne les arbres de Noël naturels

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur satisfaction à l'égard de leur arbre de Noël en 1990, la grande majorité des utilisateurs d'arbres se sont déclarés très satisfaits (Figure 3-2).

#### SATISFACTION À L'ÉGARD DES ARBRES NATURELS (1990)

Très satisfaits 72 %

Très mécontents 2 %

Légèrement mécontents 4 %

Relativement satisfaits 22 %

Pourcentage

**FIGURE 3-2**

<sup>3</sup> Cependant, six répondants coupent des arbres en dehors de la province. Par exemple, deux ont rapporté des arbres d'un chalet en Ontario, et un a coupé un arbre dans le Montana.

Six pour cent seulement de ces consommateurs ont éprouvé un certain mécontentement. On leur a demandé ensuite de préciser les problèmes qu'ils avaient rencontrés (le cas échéant) en ce qui concerne leur arbre naturel en 1990. Le tableau 3-9 montre que le principal problème posé par ce genre d'arbre en 1990 était la chute des aiguilles, un sujet de mécontentement traditionnel. À peu près le cinquième des personnes que l'on a interrogées avait connu ce problème. Pourtant, la majorité d'entre elles, c'est-à-dire près des deux tiers (62 %), ont déclaré que cela ne leur avait posé aucun problème.

**TABLEAU 3-9**  
**Problèmes posés par les arbres de Noël naturels -**  
**Période des fêtes de 1990**

Problème rencontré	Ceux qui ont utilisé un arbre naturel en 1990 (n = 333) %
Chute prématurée des aiguilles	21
Forme/Branches manquantes	7
Arbre difficile à monter	6
Nettoyage à faire après Noël	4
Élimination de l'arbre après Noël	-
Autres problèmes	5
Pas de problème	62
Ne se souvient pas/Pas de réponse	1

### 3.7 Analyse des préférences parmi les sous-populations

On ne relève pas de différences marquées en analysant l'échantillon par sous-populations. Nous ne traiterons ici que les points essentiels.

### L'âge des répondants

- À mesure qu'ils avancent en âge, les répondants se préoccupent de moins en moins de la saleté produite par les arbres de Noël naturels. Plus de 40 pour cent des personnes de 18 à 24 ans l'ont mentionnée, tandis que 20 pour cent seulement des répondants de 65 ans ou plus s'en soucient.
- Bien que 13 pour cent seulement estiment que les arbres naturels posent un risque d'incendie, ce sentiment était beaucoup plus partagé par des personnes plus âgées que par des personnes plus jeunes. Un quart des répondants de 64 ans et plus avaient cette impression, contre 20 pour cent du groupe des 40 à 64 ans, 10 pour cent de celui des 25 à 39 ans et un pour cent de celui des 18 à 24 ans.
- De même, les répondants plus âgés étaient plus enclins à mentionner que les arbres artificiels ne présentent pas de risques d'incendie. Cette tendance peut découler du fait que beaucoup de personnes âgées vivent dans des immeubles à appartements et des maisons de retraite, où une préoccupation de ce genre aurait beaucoup d'importance.
- Les personnes plus âgées avaient davantage tendance à dire qu'il n'y a aucun des attributs des arbres artificiels qui ne leur plaît pas.
- Plus de la moitié (54 %) des répondants les plus jeunes (18 à 24 ans) ont indiqué qu'ils utiliseraient un arbre de Noël naturel en 1991. Cette proportion diminue à mesure que l'âge des répondants augmente.
  - 54 pour cent des répondants de 18 à 24 ans;
  - 46 pour cent de ceux de 25 à 39 ans;
  - 34 pour cent de ceux de 40 à 64 ans;
  - 22 pour cent des répondants les plus âgés (plus de 64 %).
- À mesure que l'on avance en âge, on a plutôt tendance à choisir une épinette qu'un pin.

### Le revenu familial

Bien qu'il y ait très peu de différences entre les répondants appartenant à diverses catégories de tranches de revenu familial, quelques tendances semblent se dégager selon lesquelles ceux qui ont un revenu supérieur préfèrent dans l'ensemble un arbre naturel.

- À mesure que le revenu familial augmente, les répondants ont de plus en plus tendance à dire qu'il n'y a aucun des aspects des arbres artificiels qui leur plaît le mieux.
- Plus de soixante pour cent (62 %) de ceux qui se situent dans la tranche de 35 000 à 50 000 dollars ont dit qu'ils ne s'intéressaient pas aux arbres artificiels simplement parce qu'ils ne sont pas naturels, tandis que 43 pour cent de ceux qui gagnent moins ont fait la même remarque.
- Les répondants dont le revenu familial est plus élevé avaient davantage tendance à dire qu'ils utiliseraient un arbre naturel en 1991. Près de la moitié (48 %) de ceux qui gagnent plus de 35 000 dollars avaient l'intention d'en utiliser un, ce qui était le cas de 35 pour cent de ceux qui gagnent de 20 000 à 37 000 dollars, et de 20 pour cent de ceux qui gagnent moins de 20 000 dollars.

#### La composition de la famille

- Environ le tiers (32 %) des répondants sans enfants et la moitié de ceux qui ont des enfants (51 %) avaient l'intention d'avoir un arbre naturel en 1991.
- Plus de soixante pour cent (62 %) des répondants sans enfants projetaient d'acheter un pin, et le quart une épinette. Par contre, parmi ceux qui avaient des enfants, 44 pour cent désiraient un pin et 40 pour cent une épinette.

#### L'éducation

- Une proportion légèrement plus élevée de ceux qui ont fait des études post-secondaires avaient tendance à dire que les arbres naturels nuisent à l'environnement (17 % contre 9 % ou moins de ceux qui ont moins d'instruction).
- Si plus de 40 pour cent de ceux qui possèdent au moins un diplôme d'études secondaires avaient l'intention d'employer un arbre naturel en 1991, 29 pour cent seulement des répondants moins instruits comptaient le faire. Ce choix est manifestement lié au revenu.
- Parmi les répondants qui se sont procurés un arbre naturel en 1991, ceux qui avaient fait des études post-secondaires étaient beaucoup moins portés à couper leur arbre eux-mêmes que les autres (23 % contre plus de 40 % des autres répondants).

### Les répondants des régions urbaines et rurales

- Bien entendu, une proportion plus importante des répondants ruraux qui avaient utilisé un arbre naturel en 1990 l'avaient coupé eux-mêmes (44 % contre 24 % des habitants de Winnipeg qui ont utilisé un arbre naturel). Pourtant, la majorité des deux groupes ont acheté leur arbre.
- De même, plus de répondants ruraux (90 %) ont affirmé que leur arbre de 1990 avait poussé au Manitoba (76 % des utilisateurs d'arbres au Winnipeg pensaient que leur arbre était d'origine locale).

### **3.8 Transitions en matière d'utilisation des arbres**

Une bonne part du sondage auprès des consommateurs avait pour but d'évaluer la dynamique des deux marchés, notamment la transition entre l'emploi d'arbres réels et artificiels. Lorsqu'on met en corrélation les réponses aux questions sur l'usage prévu et antérieur d'arbres artificiels et naturels, il se dégage un profil d'utilisateurs d'arbres de Noël. La manière dont ces questions ont été formulées permet d'évaluer approximativement la taille des divers segments du marché, comme :

- ceux qui n'ont jamais utilisé d'arbres artificiels;
- ceux qui n'ont jamais utilisé d'arbres de Noël naturels;
- les consommateurs qui viennent d'adopter l'un des deux types d'arbres.

D'après les résultats du sondage, les répondants qui célèbrent la fête de Noël dans leur ménage appartiennent à trois catégories d'utilisateurs d'arbres, tel qu'illustré à la figure 3.3.



## TENDANCES EN MATIÈRE D'UTILISATION D'ARBRES DE NOËL

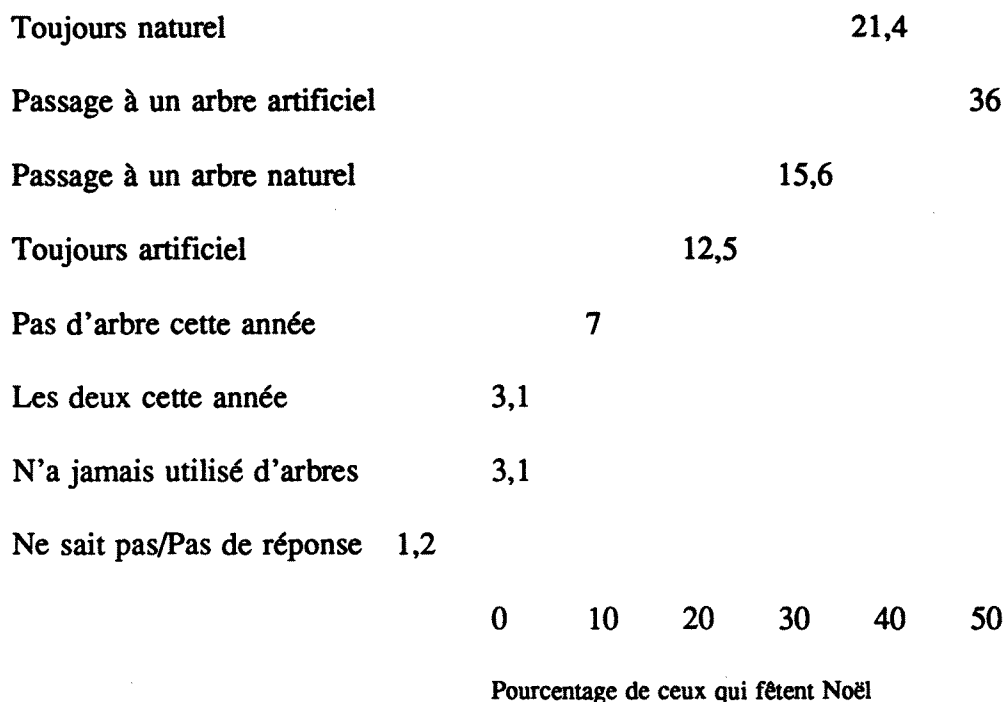


FIGURE 3-3

On constate qu'un tiers de ces répondants (36 %) sont passés d'un arbre de Noël naturel à un arbre artificiel. 31 pour cent de ce groupe ont fait ce changement avant Noël 1990, et les (5 % restants) ont utilisé un arbre de Noël naturel en 1990, mais avaient l'intention de changer pour les fêtes de 1991. Par contre, environ 16 pour cent de ceux qui fêtent Noël sont passés antérieurement des arbres artificiels aux arbres naturels à un moment ou à un autre.

Les deux autres grands groupes représentent des utilisateurs fidèles : ceux qui ont utilisé toute leur vie des arbres naturels (21 %), et ceux qui n'ont utilisé que des arbres artificiels (13 %). Il existe plusieurs petits segments : les personnes qui fêtent Noël, mais qui n'ont jamais utilisé d'arbre (7 %); et celles qui ont utilisé antérieurement l'un des deux types d'arbres, mais qui avaient pas l'intention de changer en 1991 (3 %).

Si l'on ne choisit que les répondants qui ont affirmé qu'ils utiliseraient, soit un arbre naturel, soit un arbre artificiel, pendant les fêtes, on crée un profil modifié (tableau 3-10).

TABLEAU 3-10

**Tendances en matière d'utilisation des arbres**  
 Uniquement les répondants qui ont l'intention d'utiliser  
 soit un arbre naturel ou soit un arbre artificiel

Tendances en matière d'utilisation des arbres	Pourcentage (n = 662)
Ont toujours utilisé un arbre naturel	25
Utilisent actuellement un arbre naturel (ceux qui utilisaient auparavant un arbre artificiel)	18
Ont toujours utilisé un arbre artificiel	15
Utilisent à présent un arbre artificiel (ceux qui utilisaient auparavant un arbre naturel)	42

Environ 85 pour cent de ceux qui ont indiqué que leur ménage fêtait Noël utiliseraient l'un des deux types d'arbres. Les deux douzaines qui utilisent les deux types d'arbres ont été exclus ainsi que ceux qui n'en emploieraient pas pour une raison quelconque.

Dans le groupe de ceux qui utilisent un arbre à Noël, le quart a toujours eu un arbre naturel, et 15 pour cent ont toujours eu un arbre artificiel. Les autres répondants ont changé de type d'arbre dans leur ménage antérieurement.

Il est intéressant de constater que plus de consommateurs sont passés des arbres naturels aux arbres artificiels (42 %) que l'inverse (18 %). La période au cours de laquelle s'est produite cette perte du marché des arbres naturels (environ 20 %) n'est cependant pas définie. Ces résultats confirment que les arbres artificiels se sont implantés au Manitoba, une tendance qui sera difficile à contrecarrer.

Les attributs qui plaisent le mieux et le moins

Bien entendu, une forte proportion de ceux qui avaient l'intention d'utiliser des arbres naturels en 1991 les aimaient parce qu'ils sont «vrais». Ces répondants étaient également beaucoup plus portés à mentionner la tradition à laquelle se rattachent les arbres naturels.

Ceux qui ont adopté des arbres artificiels étaient moins enclins à dire que les arbres naturels sont beaux. Les répondants qui n'ont jamais eu d'arbre naturel n'avaient pas autant tendance à mettre l'accent sur l'odeur d'un arbre «vrai». Enfin, les utilisateurs d'arbres artificiels étaient plus nombreux à affirmer qu'aucun aspect des arbres naturels ne leur plaisait particulièrement.

Ceux qui ont déclaré qu'ils avaient toujours utilisé des arbres artificiels ont insisté sur deux inconvénients des arbres naturels. Ces personnes estimaient que les arbres naturels constituent un risque d'incendie, et leur utilisation nuit à l'environnement.

Environ 60 pour cent de ceux qui sont passés à des arbres artificiels aiment leur commodité, tout comme 62 pour cent de ceux qui employaient depuis toujours des arbres artificiels. Par contre, le quart de ceux qui n'ont jamais utilisé d'arbres artificiels avaient l'impression qu'ils seraient commodes. Même les répondants qui avaient déjà essayé des arbres artificiels et qui avaient changé d'avis par la suite avaient moins tendance à parler de la commodité.

Les utilisateurs d'arbres artificiels étaient plus enclins à dire que les caractéristiques des arbres artificiels qui leur plaisaient le plus étaient l'absence de saleté et leur prix bas. Près de la moitié des personnes qui utilisent des arbres naturels ont dit qu'elles n'avaient aucune préférence en ce qui a trait aux caractéristiques des arbres artificiels.

Les répondants qui avaient l'intention de se procurer des arbres naturels étaient davantage portés à trouver que les arbres artificiels n'ont aucun attrait et qu'ils ne les aiment pas parce qu'ils ne sont pas naturels. La plupart des répondants qui estiment qu'il n'y a «aucune» caractéristique des arbres artificiels qui leur plaît le moins avaient l'intention de s'en procurer un.

### Les problèmes

Les répondants qui ont opté pour un arbre artificiel l'année dernière (5 % seulement) avaient un peu moins tendance à dire que leur arbre naturel ne leur avait pas posé de problèmes l'année dernière (1990). Ils n'ont pas cité de problème particulier plus souvent que ceux qui avaient eu un arbre naturel en 1990.

Dans l'ensemble, la proportion de ceux qui sont passés d'un arbre naturel à un arbre artificiel est plus forte que l'inverse. Il s'agit là d'une tendance générale dans tous les segments de la population. Il y a pourtant des différences importantes.

- La tendance à se procurer un arbre artificiel augmente avec l'âge. Il se peut que des répondants plus âgés aient emménagé dans des appartements ou des maisons de retraite, que leurs enfants n'habitent plus avec eux, et qu'ils apprécient la commodité des arbres artificiels.

- À mesure que le revenu familial augmente, la tendance à passer à des arbres artificiels est plus faible. Le coût d'un arbre naturel semble être un obstacle pour les consommateurs à faible revenu, qui considèrent la dépense modeste que constitue un arbre artificiel (à partir de 17 \$ à Canadian Tire) comme un investissement intéressant.
- Les familles plus importantes qui ont des enfants tendent à utiliser des arbres naturels. Il est certain que la tradition encourage les personnes qui ont des enfants à se procurer un arbre naturel, et que celles qui n'ont pas d'enfants ou dont les enfants ont quitté le foyer familial ne s'en donnent pas la peine.

### TRANSFERTS ENTRE LES ARBRES NATURELS ET ARTIFICIELS

Transfert

Naturel à artificiel

Artificiel à naturel

Toujours naturel

Toujours artificiel

0 10 20 30 40 50

% de tous les répondants qui utilisent un arbre

Voir la formulation des questions à l'annexe 1.

### FIGURE 3-4

- Le nombre de répondants à l'extérieur de Winnipeg qui sont passés à un arbre artificiel est un peu plus élevé (47 %, contre 39 % des habitants de Winnipeg). La proportion des habitants de Winnipeg qui n'ont jamais employé d'arbre artificiel est également un peu plus élevée (28 %, contre 21 % de ceux qui ne vivent pas en ville).

## UTILISATION D'UN ARBRE DE NOËL

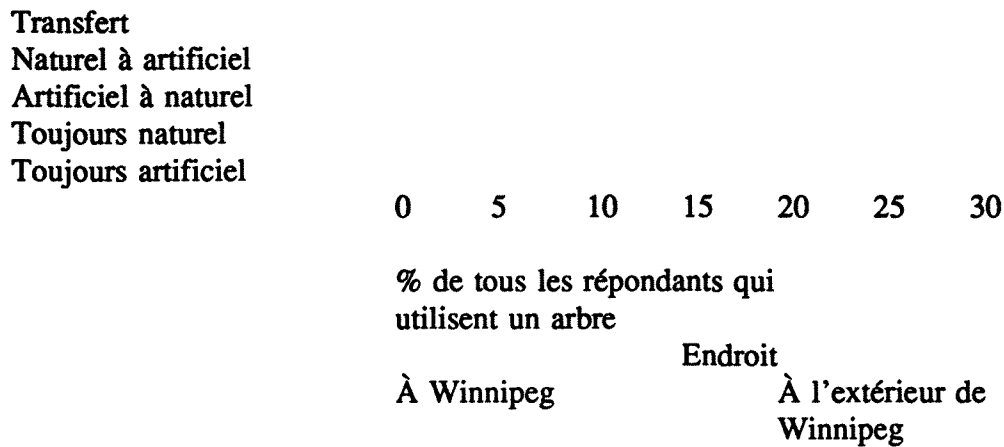


FIGURE 3-5

## 3.9 Les arbres cultivés au Manitoba

Il est impossible de savoir si les répondants qui ont utilisé un arbre de Noël naturel en 1990 savaient s'il provenait du Manitoba ou d'ailleurs. Un certain nombre de consommateurs, qui recherchent des produits locaux, posent la question avant d'acheter, tandis que d'autres ont probablement simplement supposé que leur arbre provenait de la province.

Récapitulation des résultats présentés ci-dessus :

- Environ 60 pour cent de ceux qui ont utilisé un arbre en 1990 pensaient qu'il avait poussé au Manitoba;
- treize pour cent seulement ont dit que leur arbre n'était pas d'origine locale;
- près de 30 pour cent ne savaient pas d'où il provenait.

Les caractéristiques des arbres du Manitoba telles qu'on les perçoit

Les répondants dont l'arbre de Noël n'avait pas poussé au Manitoba en 1990 étaient plus enclins à mentionner la chute des aiguilles (57 %, contre 44 % de ceux qui avaient un arbre de la région) ainsi que le nettoyage à faire (44 %, contre 33 %), comme l'aspect des arbres naturels qui leur plaisait le moins.

Un peu plus de 30 pour cent de ceux qui croyaient que leur arbre de 1990 avait été cultivé au Manitoba l'avaient acheté dans un lot privé (tableau 3-11). Par contre, 60 pour cent de ceux dont l'arbre avait poussé ailleurs ont dit qu'ils l'avaient acheté à un particulier. En réalité, la moitié de ceux qui ont dit que leur arbre provenait du Manitoba (48 %) l'avaient coupé eux-mêmes.

**TABLEAU 3-11**  
**Arbre coupé ou acheté en 1991**

Origine de l'arbre	Coupé %	Acheté %
Provenant du Manitoba	48	52
Importé	16	84

Au moins la moitié de ceux qui avaient acheté un arbre (en 1990) dans un grand magasin à succursales ne savaient pas si cet arbre était d'origine locale, ce qui est également vrai des 43 pour cent de ceux qui l'ont acheté à une oeuvre de charité, et de 36 pour cent des consommateurs qui achètent un arbre à un particulier.

Un peu moins de 90 pour cent (87 %) des répondants qui avaient acheté un arbre qui ne provenait pas de la région en 1990 en étaient assez ou très satisfaits, contre 97 pour cent de ceux qui avaient un arbre produit au Manitoba. En ce qui a trait aux problèmes particuliers que les gens ont éprouvé en 1990, il n'y a pas de différence entre les arbres qu'ils croient cultivés au Manitoba et ceux qu'ils pensent importés. Bien entendu, la plupart des arbres vendus au Manitoba sont importés. Les arboriculteurs du Manitoba ne sont tout simplement pas en mesure d'alimenter une part importante du marché.

### 3.10 Les problèmes environnementaux

Les effets environnementaux, positifs ou négatifs, de l'utilisation d'arbres de Noël ont été mentionnés par un petit nombre de répondants. Ces inquiétudes ont été exprimées sans être suggérées par l'interviewer c'est pourquoi elles pourraient servir de guide pour savoir si cette question est cruciale.

Le tableau 3-12 montre que 13 pour cent de l'ensemble des répondants (ceux qui fêtent Noël) pensent que l'utilisation d'arbres naturels est nuit à l'environnement. Très peu de gens considèrent que ce type d'arbre est bénéfique, ou que les arbres artificiels sont nocifs.

**TABLEAU 3-12**  
**Préoccupations environnementales au sujet des arbres de Noël**

	<b>Pourcentage (n = 774)</b>
Un arbre naturel est bon pour l'environnement	2 (n = 14)
Un arbre naturel est mauvais pour l'environnement	13 (n = 98)
Un arbre artificiel est bon pour l'environnement	8 (n = 62)
Un arbre artificiel est mauvais pour l'environnement	2 (n = 12)

Si l'on examine de plus près les répondants qui estiment que l'utilisation d'arbres naturels à Noël n'est pas bonne pour l'environnement, on constate que :

- ils sont certainement âgés de 25 à 64 ans;
- ils ont probablement fait des études post-secondaires;
- ils ont tendance à utiliser des arbres artificiels pour le moment.

Quarante pour cent des répondants de ce groupe ont indiqué qu'ils étaient passés des arbres naturels aux arbres artificiels antérieurement, et le quart d'entre eux (24 %) n'avait jamais eu d'arbres naturels. Près d'un quart de ces personnes (23 %) avaient l'intention d'utiliser un arbre naturel en 1991.

### 3.11 Les achats d'arbres de Noël en 1991

Une deuxième série de questions a été posée au cours du sondage Omnibus de janvier 1992 afin d'évaluer plus précisément les tendances en matière d'achat et les prix.

#### Achat d'arbres de Noël naturels

On a tout d'abord demandé aux répondants s'ils avaient utilisé un arbre de Noël naturel pendant les fêtes. Le tiers (34 %) a affirmé que oui comparativement aux 40 pour cent de répondants de Winnipeg qui avaient déclaré lors du sondage de décembre qu'ils avaient l'intention d'employer un arbre naturel. C'est ce pourcentage que nous avons utilisé pour faire des prévisions concernant l'achat d'arbres de Noël.

### Caractéristiques des arbres achetés

Dans l'ensemble, les répondants avaient acheté autant de grands arbres (plus de 6 pieds) que de petits (6 pieds de haut ou moins). Les réponses à la question portant sur la longueur des aiguilles étaient partagées de façon à peu près égale : 52 pour cent avaient un arbre aux aiguilles longues, et 48 pour cent un arbre aux aiguilles courtes.

On a demandé aux répondants quelle espèce d'arbre ils avaient acheté. La proportion des utilisateurs manitobains qui ont réellement utilisé un pin (38 %) est plus faible qu'au cours du sondage de décembre où 48 pour cent des répondants avaient indiqué qu'ils se procureraient un pin (voir la Figure 3-1). Toutefois, la comparaison entre les deux tableaux doit être effectuée avec prudence : les données de janvier comportent un plus grand nombre d'erreurs; les échantillons s'excluent mutuellement, et il est impossible de savoir à quel point les consommateurs connaissent les variétés de conifères. Toutefois, cette tendance confirme l'impression de l'industrie que le pin écossais a moins de succès.

### 3.12 Le prix des arbres de Noël en 1991

La Figure 3-8 présente une ventilation des prix que les répondants ont affirmé avoir payé pour leur arbre de Noël en 1991. On remarquera que 12 pour cent (n = 18) ont déclaré que leur arbre ne leur avait rien coûté et qu'un répondant a prétendu qu'il l'avait payé 100 dollars. Environ 8 pour cent ne s'en souvenaient pas, ou n'ont pas indiqué combien ils l'avaient payé.

#### PRIX DES ARBRES DE NOËL EN 1991 (Indiqué par les acheteurs en 1992)

PRIX INDIQUÉ (\$/ARBRE)

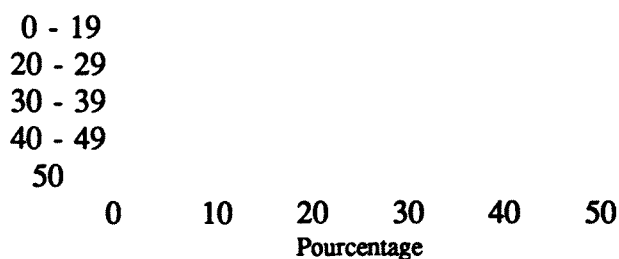


FIGURE 3-8

Le prix qui a été payé en moyenne, (ce qui comprend ceux qui n'ont rien payé) est de 21,74 \$. La médiane se situe à 20 \$. Quelques-uns des répondants à qui leur arbre ne leur avait rien coûté ont indiqué (sans qu'on le leur suggère) que leur arbre était un cadeau



ou qu'il l'avait «trouvé». Si l'on retire ces personnes de l'échantillon, ainsi que l'arbre de 100 \$, le prix moyen est alors de 24,53 \$, et le prix médian de 23 \$.

Les prix moyens payés pour chaque espèce sont énumérés dans le tableau 3-13. On notera qu'il s'agit des prix indiqués par les répondants et qu'on a tenu compte des cadeaux, des arbres que l'on coupe soi-même et d'autres acquisitions gratuites. Ces prix sont en réalité inférieurs aux prix moyens de détail à Winnipeg dans une proportion d'environ 15 à 20 pour cent. Les sondages auprès de nos détaillants et arboriculteurs qui sont présentés dans d'autres parties de ce rapport donnent une autre perspective sur les prix.

**TABLEAU 3-13**  
**Prix des arbres de Noël**  
(Tel qu'indiqué par les répondants au sondage de janvier)

Espèce d'arbre utilisée en 1991	Prix moyen
Pin	28,86 \$ (n = 48)
Sapin	26,82 \$ (n = 24)
Épinette	18,73 \$ (n = 42)

### 3.13 Les caractéristiques des arbres : analyse qualitative des préférences des consommateurs

Cette partie du rapport présente un résumé de quatre discussions dirigées organisées avec des consommateurs choisis. Cette formule permet de mieux connaître la motivation des consommateurs en ce qui a trait à des produits précis. Trois groupes de discussion ont été formés avec des utilisateurs d'arbres de Noël naturels et un avec des utilisateurs d'arbres artificiels.<sup>4</sup>

#### Les utilisateurs d'arbres de Noël naturels

Comme prévu, ces personnes ont insisté sur les caractéristiques esthétiques et les traditions liées aux arbres naturels.

<sup>4</sup> Les groupes de discussion ont été constitués à partir des répondants du sondage téléphonique, en y ajoutant d'autres personnes au besoin. Les participants ont reçu des honoraires fixes de 25 \$ et on a utilisé un protocole détaillé pour diriger la discussion. On fait appel à des questionnaires pour donner aux répondants la possibilité de faire une pause et de donner leur avis. Les protocoles et les résultats des questionnaires administrés aux groupes de discussion figurent dans les annexes de ce rapport.

### Moment de l'achat, de l'installation et du démontage

Près de la moitié des participants ont acheté leur arbre environ deux à trois semaines avant Noël. Voici quelques raisons de l'acheter de bonne heure :

- les enfants des participants voulaient que l'arbre soit installé plus tôt;
- le choix est plus vaste au début de la saison.

Les raisons d'acheter un arbre très peu de temps avant Noël qui ont été invoquées étaient au nombre de trois :

- la tradition familiale (cela rend la véritable période de Noël plus intense);
- les aiguilles ne tomberont qu'après Noël;
- les prix sont plus bas et on peut marchander plus facilement.

Le moment où les participants enlèvent leur arbre est très variable :

- certains le laissent en place jusqu'au Noël ou au Nouvel an ukrainien;
- six autres l'ont enlevé juste après le 1<sup>er</sup> janvier;
- quelques-uns préfèrent se débarrasser de l'arbre tout de suite après le lendemain de Noël;
- d'autres ont dit qu'ils attendaient jusqu'au dernier jour de recyclage possible.

### Achat d'arbres coupés dans des lots voisins et au coin des rues

Environ les trois-quarts des participants ont acheté leur dernier arbre de Noël dans un lot exploité par un particulier ou par un organisme comme le «Y». Ceux qui avaient opté pour un fournisseur privé ont indiqué que la principale raison de choisir cette source d'approvisionnement était la commodité. Les répondants qui s'étaient procurés leur arbre auprès d'une association de bienfaisance comme le «Y» ou les Scouts ont affirmé qu'ils l'avaient fait pour encourager la cause.

Quelques-uns des participants (6 sur 23) parrainent le même organisme chaque année. Leurs raisons étaient les suivantes :

- L'argent sert à une bonne cause (le YMCA);

- la fidélité - les arbres sont toujours de bonne qualité;
- les gens qui exploitent le lot ont *servi du lait de poule et avaient allumé des feux de joie*<sup>5</sup>;
- le fournisseur se trouvait à proximité de la maison.

D'autres ont indiqué qu'ils visitaient plusieurs lots chaque année avant d'acheter un arbre :

- une personne aimait voir ce qu'il y avait de «nouveau» sur le marché;
- certains considéraient l'achat d'un arbre comme une fête familiale;
- d'autres cherchaient un *arbre raisonnable à un prix raisonnable*.

#### La coupe d'arbres dans des lots provinciaux et privés

Les participants qui coupent leur arbre eux-mêmes considéraient généralement cette opération comme une sortie ou une tradition familiale :

- La plupart ont souligné que c'était une distraction pour leur famille;
- le fait que cet arbre coûte moins cher n'a jamais été mentionné comme l'une des principales raisons d'aller le couper soi-même;
- les participants ont indiqué que les arbres des secteurs de coupes provinciaux étaient moins intéressants que ceux de beaucoup de lots commerciaux, du type «Coupez-le vous-même», mais qu'ils constituaient une expérience plus intéressante en général.

#### Le temps que l'on passe à choisir un arbre

Ceux qui ont acheté des arbres déjà coupés à proximité de chez eux n'ont pas passé beaucoup de temps à le choisir :

- La plupart y ont passé de 10 à 30 minutes;

---

<sup>5</sup> Ces citations sont en *italiques*.

- quelques personnes seulement y ont consacré une heure ou davantage en visitant plusieurs lots;
- *J'aime voir les nouveautés, les espèces exotiques. J'ai été surpris par leur variété.*

Les membres de ces groupes qui coupent leur arbre eux-mêmes y consacrent une journée entière et en font leur sortie annuelle de Noël. La plupart d'entre eux ont des enfants et il serait surprenant que cette tradition se perpétue lorsque leurs enfants auront quitté leur foyer.

#### Le prix des arbres que l'on achète

Dans ces groupes, la plupart des participants qui ont acheté un arbre déjà coupé ont indiqué qu'ils avaient payé 30 \$ ou moins :

- Au moins six l'avaient payé moins de 20 \$;
- un nombre équivalent de personnes l'avaient payé entre 20 et 30 \$;
- en ce qui concerne les trois personnes qui ont indiqué qu'elles avaient payé plus de 30 \$, le prix maximum était de 46 \$.
- *Qui peut acheter un pin écossais de 65 \$?*
- *J'achète une bonne épinette pour 14 \$.*
- *Je ne pourrais jamais acheter un arbre de 35 \$.*

#### Le type d'arbre obtenu

Plus de la moitié des participants (n = 14) ont utilisé une variété quelconque de pin à Noël.

- La majorité des utilisateurs ont indiqué que leur arbre était un pin;
- la plupart des utilisateurs de pins ont déclaré qu'ils avaient eu un pin écossais;
- moins de six participants se sont procurés une épinette ou un sapin.

#### Les problèmes posés par les arbres naturels

Les participants ont mentionné très peu de problèmes posés par les arbres qu'ils avaient utilisés en 1991 et ceux qui en avaient éprouvé ne les ont pas trouvés très gênants. Voici quelques-uns des problèmes cités :

- *Il est difficile de dire à quoi ressemble un arbre quand il est enveloppé, on vous refile n'importe quoi.*
- *Je pensais qu'il y en avait deux ou trois sortes au Manitoba qui sont : Charlie Brown; les variétés exotiques; et le pin écossais.*

#### La popularité des différents arbres

On a montré aux participants trois photographies d'arbres de Noël<sup>6</sup> et on leur a demandé lequel ils étaient le plus enclins à acheter. Les résultats de ce questionnaire sont résumés dans le tableau ci-dessous :

- l'arbre le plus populaire était le pin écossais;
- le nombre de participants qui préfèrent les épinettes et les sapins était aussi élevé;
- *J'aime un arbre touffu, pas trop de décorations.*
- *Dans notre cas, l'arbre n'avait pas été taillé comme il faut, la tête était au mauvais endroit.*

---

<sup>6</sup> Les arbres présentés étaient un pin écossais, une épinette noire et un sapin baumier. Les photographies étaient des reproductions en couleurs de qualité supérieure pour s'assurer que la forme et la couleur ressortaient bien.

Les raisons invoquées pour justifier le choix d'un type d'arbre plutôt qu'un autre comprenaient les commentaires suivants :

Variété d'arbre	Commentaires positifs	Commentaires négatifs
Le pin écossais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il est important qu'un arbre soit touffu, qu'il n'y ait pas de parties dénudées</li> <li>- Il faut moins de décorations pour qu'il soit beau</li> <li>- La plus belle forme dans l'ensemble</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas de place pour les décorations, trop difficile à décorer</li> <li>- Il semble trop parfait, presque artificiel</li> <li>- Les aiguilles sont trop piquantes</li> <li>- <i>«Le pin écossais est meurtrier quand il sèche.»</i></li> </ul>
Le sapin baumier	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le plus odorant</li> <li>- Belle forme sans que son feuillage soit trop serré</li> <li>- Les branches et les aiguilles sont très douces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les décorations ne tiennent pas sur les branches molles</li> <li>- Il semble artificiel</li> </ul>
L'épinette noire	<ul style="list-style-type: none"> <li>- On peut décorer l'intérieur de l'arbre</li> <li>- Il a plus de «caractère» que d'autres arbres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tête de l'arbre est trop dénudée</li> <li>- A toujours eu ce type d'arbre, désire quelque chose d'autre</li> </ul>

Les trois-quarts des participants pensaient que le pin écossais serait le plus coûteux des trois, tandis que les autres estimaient que le sapin était le plus cher. Les prix suggérés («acceptables») pour ces arbres sont :

- Le pin écossais - entre 25 et 70 \$, c'est-à-dire à peu près 40 \$ en moyenne;
- Le sapin - entre 25 et 70 \$, soit près de 40 \$ en moyenne;
- L'épinette - entre 10 et 20 \$, soit un prix moyen de l'ordre de 16 \$.

### Les améliorations apportées aux arbres

L'idée qu'un arbre puisse être teint a choqué les participants. La plupart d'entre eux étaient fortement opposés à cette méthode et ont indiqué qu'il n'achèteraient pas d'arbres teints. Les raisons invoquées comprenaient :

- Ce n'est plus un arbre naturel «lorsqu'il est teint»;
- certains craignaient que des enfants ou des animaux domestiques mâchent les aiguilles teintes;
- d'autres se sont inquiétés des effets sur l'environnement des produits chimiques utilisés pour teindre les arbres.

Cependant, quelques-uns ont indiqué que si on ne leur disait pas que l'arbre était teint ou s'il semblait en bonne santé, cela ne les préoccuperait pas. La question de la teinture risque de poser un grave problème de marketing. On ne doit pas se montrer méprisant si les consommateurs ne savent pas que les pins écossais seraient jaunes s'ils n'étaient pas teints, et les arboriculteurs doivent expliquer pourquoi ils le font et s'assurer que les peintures ne sont pas toxiques pour éviter toute réaction brutale de la part des consommateurs.

L'élagage des arbres a soulevé moins de controverses mais quelques répondants se sont opposés à toute forme de modification de la forme des arbres. La plupart des opinions étaient toutefois plus modérées :

- Certains pensaient que les arbres cultivés dans une ferme forestière étaient tous probablement taillés;
- une personne a dit que des arbres qui n'ont pas été élagués ne seraient pas acceptables pour le public;
- beaucoup de participants ont déclaré qu'un léger élagage ne posait pas de problèmes tant que les arbres ne semblaient pas trop «parfaits»;
- *La vie n'est pas parfaite, alors pourquoi l'arbre devrait-il être parfait?*
- *Vous n'aimeriez pas que quelqu'un vous coupe le bras pour que vous ayez l'air parfait.*
- *Nous commençons par regarder le tronc, la forme a une importance secondaire.*

Quelques-uns étaient d'avis que la taille n'était pas véritablement dans l'esprit d'un Noël traditionnel. *S'il manque des branches, on place le côté le moins fourni contre le mur.* Un nombre étonnant de participants ne rendraient pas l'arbre uniquement parce que sa forme n'est pas belle - la plupart s'en contenteraient et l'*adopteraient* pour la saison des fêtes tout comme un animal domestique égaré.

Secouer les arbres a été considéré comme une pratique parfaitement acceptable. La plupart ont déclaré qu'il était bon que les arboriculteurs secouent les arbres, mais que les consommateurs le feraient de toute manière avant de les monter.

### Les origines des arbres

Beaucoup de participants supposaient que la plupart des arbres de Noël vendus au Manitoba provenaient d'une forme quelconque d'exploitation forestière pour les raisons suivantes :

- Si les arbres avaient poussé à l'état sauvage, ils ne seraient pas si parfaits;
- pour que ce soit une entreprise rentable, il faut que les arbres soient cultivés;
- certaines variétés qui poussent au Manitoba ne proviennent pas de cette province.
- Voici quelques réponses sur à l'origine des arbres
  - *Quelque part dans l'Est.*
  - *Une ferme forestière au Manitoba.*
  - *Je suppose que pour être rentables, il faut qu'ils viennent d'une ferme.*
  - *Je pense aussi que certains d'entre eux sont importés.*
  - *Tout ce qui est exotique provient d'une exploitation.*
  - *Le pin de Douglas ne provient pas du Manitoba, mais de la Colombie-Britannique ou de l'Orégon.*
  - *Je pense que les épinettes proviennent d'exploitations forestières, étant donné le volume à fournir.*

Certains étaient d'avis que les pins écossais sont certainement cultivés, mais que beaucoup d'épinettes étaient coupées dans la forêt.



En général, les participants ne considéraient pas l'arboriculture comme un problème :

- Une personne a dit que les arbres étaient une culture commerciale, comme le blé;
- l'idée que l'arboriculture permet de remplacer les arbres que l'on a coupé par d'autres plaisait beaucoup à plusieurs participants.

En général, les participants ont déclaré qu'ils préféraient acheter des arbres de Noël du Manitoba, et la plupart d'entre eux estimaient que l'on devrait faire de la publicité à cette sorte d'arbres. Trois ou quatre ont déclaré qu'il était important d'acheter un arbre qui a poussé quelque part au Canada, mais pas nécessairement dans la province.

Toutefois, lorsqu'on leur a demandé s'ils payeraient un supplément pour un produit manitobain, les avis étaient partagés :

- Au moins cinq ont affirmé qu'ils étaient prêts à payer davantage pour un arbre provenant du Manitoba;
- quatre pensaient que les arbres du Manitoba ne devraient pas coûter plus cher que les arbres importés;
- un participant a estimé que les arbres qu'on fait pousser dans la région devraient être moins chers que ceux qui sont importés.

Les résultats du questionnaire administré au groupe de discussion montrent qu'un tiers des participants ne payeraient pas plus pour un arbre qu'on fait pousser au Manitoba (tableau 3-14) :

- Deux participants ont dit qu'ils étaient prêts à payer un supplément de 10 \$;
- en moyenne, le supplément proposé par l'ensemble des participants était de 2,70 \$.

On a demandé aux répondants d'évaluer d'autres caractéristiques des arbres de Noël et d'indiquer leur valeur.

**TABLEAU 3-14**  
**Service ou caractéristique pour lesquels les participants**  
**sont disposés à payer un supplément**

<b>Service/Caractéristique</b>	<b>Supplément moyen</b>	<b>Pourcentage de participants qui ne paieraient pas de supplément (n = 25)</b>
Qualité supérieure	4,00 \$ (n = 18)	28 (n = 7)
Cultivé au Manitoba	2,70 \$ (n = 17)	32 (n = 8)
Livraison à domicile	1,50 \$ (n = 10)	60 (n = 15)
Ramassage après Noël	1,40 \$ (n = 11)	56 (n = 14)
Installation (lumières)	1,30 \$ (n = 6)	76 (n = 19)

Nota : Ces chiffres ont été établis à partir de petits échantillons et ne sont présentés qu'à titre indicatif. Ces estimations ne reposent pas sur des statistiques officielles.

On peut tirer quelques conclusions intéressantes du tableau 3-14, à savoir :

- Les participants ont considéré que les arbres de qualité supérieure en valaient la peine et ont suggéré un supplément d'environ 4 \$;
- la plupart des participants pensaient que les arbres de qualité supérieure et ceux qui sont cultivés au Manitoba valent bien un supplément quelconque;
- les autres ont indiqué qu'on ne devrait pas payer de supplément pour les services; la plupart des participants étaient du même avis.

Les arbres manitobains ont manifestement la préférence des répondants. Voici quelques-uns de leurs commentaires à ce sujet :

- *Absolument.*
- *Il serait vraiment illogique d'acheter un arbre d'une autre origine.*
- *Personne n'a jamais affiché «nous avons des arbres du Manitoba».*
- *Ne le faites pas remarquer.*
- *Les maraîchers vantent les produits du Manitoba.*

- *J'aimerais que les arboriculteurs d'ici soient compétitifs; ce que je veux dire, c'est que tout ce qu'on fait pousser (ici) doit être meilleur qu'à cent milles d'ici.*

Cependant, les opinions étaient également partagées en ce qui a trait à la question de savoir s'il faut payer beaucoup plus pour un arbre du Manitoba :

- *Je ne pense pas que je payerais davantage.*
- *Cela ne m'intéresse pas.*
- *Le prix d'un arbre canadien me conviendrait.*
- *Je suis prêt à payer quelques dollars de plus, c'est tout.*
- *Si un arboriculteur doit compter sur la publicité faite à un produit du Manitoba pour survivre, il ne devrait pas vendre d'arbres, il faut que leur prix soit concurrentiel. Ils devraient être moins chers.*
- *Pas de frais de transport.*
- *(Les arboriculteurs du Manitoba) doivent soutenir la concurrence grâce à la qualité.*
- *Je penche vraiment pour un arbre du Manitoba ou du Canada, par patriotisme. Je pense que ces sacrés Américains ne sont même pas capables de faire pousser des arbres, mais ils le font quand même et ils les expédient ici. Ils nous prennent pour des poires.*

Beaucoup de participants ont indiqué que la livraison et le ramassage à domicile pourraient être intéressants pour les types de personnes suivants :

- Les personnes âgées
- Les handicapés
- Ceux qui ne sont pas motorisés
- Les personnes très occupées
- *Pourquoi ces personnes devraient-elles payer un service de ce genre, surtout à Noël?*
- *Je pense que ça vaut deux ou trois dollars.*

Comme la ville de Winnipeg a instauré un service efficace de ramassage, il n'est pas difficile de se débarrasser des arbres après les fêtes.

### Les questions environnementales

Comme on le prévoyait, les utilisateurs d'arbres naturels ne considéraient pas que ces arbres nuisent à l'environnement. Voici quelques-uns de leurs commentaires :

- Les arboriculteurs plantent d'autres arbres;
- le mot «arbre» est le cheval de bataille des activistes de l'environnement - les autres types de récoltes ne dérangent personne;
- les arbres utilisés peuvent être recyclés, remis en terre;
- la fabrication des arbres artificiels consomme trop de ressources.
- *Les arbres sont une culture commerciale, c'est normal.*
- *Le fait que c'est un arbre, voilà le grand mot.*
- *Les arbres artificiels sont désastreux pour l'environnement, car cela gaspille de l'énergie et des ressources.*
- *Un arbre naturel fait partie du système (écologique).*

### L'élimination

Les participants se débarrassaient de leur arbre de plusieurs manières après Noël :

- Au moins le tiers le faisait déchiqueter ou recycler (au Centre Fort Whyte, au parc St. Vital, etc.);
- cinq d'entre eux avaient l'intention d'en faire du bois de chauffage ou de le brûler à l'extérieur de la ville au cours de l'année;
- quatre participants l'ont jeté à la poubelle;
- au moins trois l'avaient toujours dans leur cour;
- *Cela me tracasse que les vendeurs aient des arbres de trop qui finissent leurs jours au dépotoir. C'est un gâchis.*

Très peu d'entre eux pensaient qu'ils seraient obligés de se procurer un arbre artificiel si le ramassage des arbres de Noël par les éboueurs était interdit.

- Quelqu'un a suggéré que la ville déplace davantage ses déchiqueteuses pour encourager le recyclage;

- certains ont déclaré qu'ils recycleraient leur arbre s'il le fallait;
- une personne était d'avis que des entrepreneurs s'occuperaient du recyclage en cas d'interdiction.

### Les arbres naturels - Principaux avantages

Nous avons relevé quelques remarques sur les avantages des arbres naturels :

- L'odeur est importante;
- un arbre naturel est traditionnel et permet de vivre pleinement l'expérience de Noël;
- l'emploi d'arbres naturels permet aux arboriculteurs de survivre;
- cela permet de changer de variété d'arbre d'année après année, contrairement aux arbres artificiels;
- l'arbre naturel est naturel «Aimeriez-vous manger une tomate artificielle?»;
- il ne demande pas d'espace de rangement.
- *Il y a tant de choses dans la vie qui sont peu durables et factices, et vous donnez une très mauvaise idée de votre personnalité si vous achetez un arbre artificiel. C'est un symbole, et vous allez le dévaloriser....c'est un symbole nord-américain, européen...Je suis resté un an sans les décorer, parce qu'ils sont si beaux. Acheter un morceau de plastique, d'étain ou de chrome, parce que c'est plus commode et qu'après on n'y pense plus, en dit long sur une personne. Et ensuite tout votre système de valeurs s'écroule.*
- *Je pense que les personnes qui ont des arbres artificiels se sont privées des arbres naturels.*
- *Ils se privent du plaisir de les trouver et de les décorer. Ce n'est pas la même chose.*

### Les arbres naturels - Principaux inconvénients

Selon les participants, l'utilisation d'arbres naturels présentent peu d'inconvénients :

- Celui que l'on a mentionné le plus souvent est le ramassage des aiguilles;
- il est parfois difficile de se débarrasser de l'arbre.

Le problème le plus grave était la chute prématurée des aiguilles. Les utilisateurs d'arbres naturels ne rendront pas un arbre de forme irrégulière, mais ils le feront si les aiguilles tombent trop vite. Tous les participants étaient d'accord sur ce point.

### Quand décide-t-on de ne plus avoir d'arbres naturels?

Les participants utilisent un arbre artificiel dans les cas suivants :

- Emménagement dans un appartement où les arbres naturels sont interdits;
- apparition d'allergies aux arbres naturels;
- en cas de pénurie d'arbres naturels;
- lorsqu'il y a un enfant qui marche à quatre pattes dans la maison;
- *Uniquement en cas de retombées nucléaires.*

### **Les utilisateurs d'arbres artificiels**

Nous avons fait appel à un groupe d'utilisateurs d'arbres artificiels. Aucun des participants n'avait eu d'arbre naturel pendant au moins trois ans. On aurait pu imaginer au départ que ce groupe attachait moins d'importance à Noël et à ses traditions. C'est faux.

### Les arbres artificiels utilisés actuellement

Les participants utilisaient leur arbre artificiel actuel depuis un à huit ans, c.-à-d. depuis environ **quatre ans** en moyenne. Voici quelques-uns de leurs commentaires sur les arbres artificiels qu'ils utilisent :

- Achat d'un nouvel arbre artificiel pour remplacer celui qui a été utilisé pendant 11 ans;

- utilisation d'arbres artificiels pendant plus de 20 ans.
- *Je n'ai jamais eu d'arbre naturel depuis que j'ai quitté mes parents.*

Plusieurs participants ont déclaré qu'ils avaient eu plusieurs arbres artificiels et l'un d'entre eux a déclaré qu'il en décorait trois. Ils ont tous indiqué que Noël était une fête très importante pour eux.

#### Le coût des arbres artificiels

Les prix cités par les participants variaient fortement ;

- Un arbre était un cadeau et un autre ne coûtait que 17 \$;
- le coût de deux arbres était de l'ordre de 60 à 70 \$;
- deux participants ont payé leur arbre plus de 100 \$.
- *Ça me serait égal de payer 30 dollars pour un arbre si on pouvait le planter plus tard dans une cour.*

Tous ont fait remarquer que le prix baissait et la qualité augmentait. En outre, le prix des arbres est extrêmement bas aux États-Unis et il semble que beaucoup d'arbres artificiels aient été achetés aux «États» cette année.

#### Les problèmes posés par les arbres naturels tels qu'ils sont perçus

Sur le questionnaire les participants ont indiqué que le plus gros problème était le coût des arbres naturels, suivi des risques d'incendie et de la question de l'élimination (tableau 3-15).

**TABLEAU 3-15**  
**Les problèmes posés par les arbres naturels**

<b>Problème</b>	<b>Moyenne</b> 1 = Aucun problème 5 = Problème sérieux	<b>Nombre de ceux qui ont affirmé qu'il s'agit d'un grave problème</b> (n = 6)
Prix	4,5/5	3
Risques d'incendie	3,8/5	2
Élimination difficile	3,8/5	2
Chute prématurée des aiguilles	3,8/5	1
Branches manquantes	2,5/5	1
Forme peu satisfaisante après installation	2,5/5	-
Tronc tordu	2,5/5	-
Couleur médiocre	1,5/5	-

Nota : Ce tableau est fondé sur six (6) réponses.

### Les problèmes environnementaux

Tous les participants se sont inquiétés des effets environnementaux de l'utilisation d'arbres naturels :

- L'un d'eux estimait que cette coutume était «d'une indécence grossière»;
- un autre n'appréciait pas que l'on coupe de grands arbres pour en prélever la partie supérieure;
- deux participants ont mentionné que leurs enfants les dissuadaient d'utiliser des arbres naturels;
- *Je refuse tout simplement de couper un arbre rien que pour le regarder pendant deux semaines, et le jeter ensuite. Je regrette, cela n'a absolument pas de sens pour moi, pas du tout.*

Un participant aimerait savoir ce que l'on fait de tous les arbres invendus après Noël.



### Les problèmes posés par les arbres artificiels

On n'a attribué à aucun des problèmes énumérés sur le questionnaire une cote supérieure à la moyenne (tableau 3-16). À part les difficultés qu'ils avaient éprouvées en assemblant leur arbre, les participants n'avaient pas grand-chose à dire à ce sujet.

**TABLEAU 3-16**  
**Problèmes posés par les arbres artificiels**

Problème	Moyenne 1 = Pas du tout 5 = Problème sérieux	Nombre de ceux qui ont affirmé qu'il n'y a aucun problème (n = 6)
Difficile à monter	3,0/5	1
A l'air artificiel	2,8/5	-
Entreposage	2,3/5	2
Prix	2,2/5	1
Pièces manquantes ou cassées	2,0/5	2
Couleur médiocre	1,7/5	4
Usure prématurée	1,5/5	4

Il est clair que les utilisateurs d'arbres artificiels y sont attachés. Le fait que les aiguilles ne tombent pas et leur coût sont considérés comme une caractéristique très importante. On note que certains participants n'accordent pas d'importance au prix puisqu'ils disent qu'ils ont payé leur arbre plus de 100 dollars.

### Préférences à l'égard des arbres

On a montré aux participants les trois photographies d'arbres naturels, et on leur a demandé lequel ils aimeraient acheter (à supposer qu'ils désirent un arbre naturel).

- Quatre des six participants ont choisi le sapin;
- le pin écossais et l'épinette ont été choisis chacun par un seul participant.

Tous les participants croyaient que le pin écossais serait l'arbre le plus coûteux. Si ce groupe a préféré les sapins (contrairement aux utilisateurs d'arbres naturels qui préfèrent le pin écossais) c'est que les arbres artificiels ressemblent généralement à des sapins.

### Les principaux avantages des arbres artificiels

Voici certaines des raisons qui justifient le choix d'un arbre artificiel :

- Commodité;
- sécurité;
- moins de risques d'incendie;
- les arbres naturels sont interdits dans certains types de résidences;
- choix qui respecte l'environnement;
- on peut installer l'arbre plus tôt et l'enlever plus tard qu'un arbre naturel;

- *Pour moi, l'arbre est un symbole. Il symbolise Noël et qu'il soit réel ou non ne fait pas de différence. Je pourrais probablement accrocher des ornements sur un cône et ce serait toujours le symbole d'un arbre. Nous sommes pratiquement rendus au point qu'il y a une symbolique de l'arbre, c'est pourquoi un arbre artificiel convient parfaitement à la plupart d'entre nous. Il symbolise l'arbre, mais il ne doit pas nécessairement en être un.*

Dans l'ensemble, les utilisateurs d'arbres artificiels sont persuadés qu'un arbre naturel constitue un risque d'incendie, ce qui est probablement le cas des utilisateurs d'arbres naturels. En fait, une bonne part des anciens arbres artificiels présentent des risques d'incendie. Il s'agit là d'un inconvénient majeur sur le plan de la perception auquel il faut remédier.

De plus, les utilisateurs de ce groupe croyaient tous que le fait de couper un arbre est systématiquement mauvais pour l'environnement. Certains admettent (dans tous les groupes, et pas seulement dans celui des utilisateurs d'arbres artificiels) que les arbres produits dans des fermes forestières sont une ressource renouvelable. Le fait que tant de dommages écologiques soient associés à la destruction des arbres (par ex. la forêt pluviale) incite beaucoup de personnes à douter que l'arboriculture puisse être bénéfique à l'environnement.

### 3.14 Prévisions de la demande d'arbres de Noël

Le tableau 3-17 montre des prévisions de la croissance démographique à Winnipeg jusqu'en l'an 2011. On s'attend en général à ce que la population du Manitoba s'accroisse lentement. Cette croissance aurait principalement deux causes. Premièrement, on relève actuellement une recrudescence du nombre de bébés puisque les femmes qui sont au début de leur trentaine mettent au monde des enfants. Deuxièmement, il y aura de plus en plus d'immigrants au cours des dix prochaines années par suite d'une politique d'immigration plus généreuse. Si la majorité de ces personnes arriveront de pays qui ne font pas partie de la chrétienté, un certain nombre d'entre elles adopteront certaines coutumes en ce qui a trait aux fêtes. On prévoit que la fête de Noël aura un certain succès parmi les nouveaux Canadiens.

**TABLEAU 3-17**  
**Prévisions démographiques**  
(à Winnipeg)

Année	Scénario 1 (cas le plus probable)	Pourcentage de changement	Scénario 2	Pourcentage de changement
1971	535 233		535 233	
1976	560 874	6,67	560 874	6,67
1981	564 473	0,64	564 473	0,64
1986	594 551	5,33	594 551	5,33
1991	625 000	2,50	625 000	2,50
1996p	656 582	5,00	656 725	5,00
2001p	690 889	5,00	693 981	5,64
2006p	718 500	4,05	728 555	5,05
2011p	736 460	2,50	757 907	3,98

Source : Prévisions de Prairie Research Associates, printemps 1992.

La population de Manitoba devrait s'accroître moins rapidement que celle de Winnipeg, ce qui reflète la migration continue des régions rurales vers les régions urbaines. Dans l'ensemble, à supposer que cet accroissement soit de 1 pour cent par an de 1992 à 2011, la population du Manitoba devrait passer de son niveau actuel en 1992 (qui est de 1 050 000 habitants) à 1 260 000 personnes en l'an 2011. Le nombre de ménages

passerait donc de 400 000 (son effectif actuel) à environ 500 000. À supposer que la proportion des ménages qui achètent des arbres n'augmente pas, la demande qui se chiffre actuellement à 130 000 arbres (34 % par 400 000 ménages) atteindra 170 000 arbres d'ici 2011. À Winnipeg, la demande passera de 84 000 arbres en 1992 à environ 100 000 en 2011.

Les tendances à la baisse de ces estimations seront attribuables au nombre plus important de personnes âgées qui seront attirées par des arbres artificiels ou qui n'en achèteront pas. La proportion de la population du Manitoba qui dépasse 65 ans augmentera fortement après l'an 2000 et les ventes de 170 000 arbres prévues en 2011 devraient être considérées comme proches de la limite supérieure. Il est possible que le nombre exact d'arbres vendus soit plutôt de l'ordre de 150 000 en 2011.

À court terme (au cours des cinq prochaines années), on peut raisonnablement s'attendre à ce que la demande d'arbres continue à progresser lentement à condition que l'industrie relève un certain nombre de défis d'une importance vitale qui seront décrits plus tard dans ce rapport.

### **3.15 Récapitulation**

La demande d'arbres de Noël naturels demeure soutenue, mais les arbres artificiels ont fait une forte incursion au Manitoba et cette percée serait plus importante que dans d'autres régions. Les cultivateurs et les détaillants d'arbres naturels doivent se préoccuper tout particulièrement des points suivants ;

- La promotion de la qualité afin que ces produits soient bien acceptés des consommateurs;
- admettre qu'il existe un marché important pour l'arbre de 15 \$, ce qui soumettra les arboriculteurs et détaillants, sauf les meilleurs, à des pressions considérables;
- les consommateurs savent ce qu'ils veulent, même s'ils ne connaissent pas très bien les différentes espèces;
- une demande stable et progressant lentement au cours des prochaines années, suivie d'un fléchissement du marché après l'an 2000;
- l'importance des créneaux, y compris les arbres spéciaux et exotiques, pour lesquels il faudra payer un supplément, et le fait qu'un grand nombre de consommateurs s'habitueront à la formule d'exploitation «choisir et couper soi-même», qui constitue une expérience enrichissante susceptible de s'intégrer à la tradition familiale de Noël.

## **4.0 L'OFFRE D'ARBRES DE NOËL AU MANITOBA**

### **4.1 Aperçu**

Ce chapitre présente les résultats d'un sondage auprès des arboriculteurs et des détaillants. Ce sondage avait pour but de recueillir des renseignements sur les types d'arbres que l'on cultive et les projets de plantation au cours des prochaines années. Tout porte à croire que les arboriculteurs du Manitoba plantent actuellement un nombre important d'arbres en prévision de l'avenir et que les prix risquent de baisser encore plus.

#### La base de sondage et la méthode

La base de sondage est l'aspect le plus important d'une enquête. Comme il n'existe pas de liste complète des arboriculteurs, nous en avons élaboré une à partir des sources suivantes :

- La liste des membres de la Christmas Tree Growers Association.
- Des listes d'acheteurs de plants dans les pépinières du Manitoba pendant les dix dernières années ont été informatisées et traitées pour relever le nom de leurs clients habituels. Beaucoup de ces noms figuraient sur les listes de la Christmas Tree Growers Association.

Sur 228 questionnaires, nous avons reçu en tout 53 réponses valides. Nous avons ensuite appelé tous les répondants et 69 environ ont été retirés de l'échantillon parce qu'ils ne se trouvaient pas à l'adresse indiquée ou qu'ils avaient quitté l'industrie. Étant donné qu'une bonne part de ceux qui faisaient partie de la base de sondage sont devenus inactifs et que nous y avons délibérément incorporé tous ceux qui étaient susceptibles de cultiver ou de vendre des arbres, le taux définitif de réponse est de 33 pour cent, (53/159) ce qu'on peut considérer comme un bon résultat, étant donné la nature de cette étude. Nous prévenons néanmoins le lecteur que les résultats présentés dans ce chapitre ne concernent que les répondants et non l'ensemble de l'industrie. Nous ne possédons pas de renseignements permettant d'éliminer les biais inhérents au choix de l'échantillon ou les non-réponses.

#### Le questionnaire

Le questionnaire (voir l'annexe C) a été élaboré en étroite collaboration avec la Christmas Tree Growers Association. Les commentaires de M. Bill Middlebro du ministère des Ressources naturelles nous ont également été très utiles. Il s'agit d'un questionnaire détaillé destiné à recueillir toute une série de renseignements. Les résultats sont présentés sous forme de valeurs agrégées pour préserver l'anonymat des répondants et faire ressortir les tendances générales.

### Les principales conclusions

En résumé les principaux résultats du sondage sont les suivants :

- Sur les 53 répondants, 48 ont indiqué qu'ils avaient fait pousser ou récolté des arbres au cours des cinq dernières années.
- Cinq sur cinquante-trois n'ont indiqué que des activités de vente (pas de culture ou de récolte) au cours des cinq dernières années.
- À part les arbres de Noël, 18 ont mentionné d'autres cultures végétales. Au total, la superficie moyenne cultivée était de 83 acres, et la médiane se situait à 40 acres. Le quart des répondants cultivait 15 acres ou moins, et 10 pour cent seulement plus de 300 acres. L'industrie est manifestement dominée par des cultivateurs amateurs.
- En 1991, environ 69 000 arbres de semis ont été plantés par les répondants au Manitoba.
- Environ 20 000 arbres étaient prêts à récolter dans le groupe des répondants et ceux-ci ont indiqué que 5 600 en tout avaient réellement été coupés. Dans l'ensemble, les répondants ont l'intention d'en planter davantage au cours des cinq prochaines années en insistant davantage sur l'épinette du Colorado et le pin blanc, cependant les deux tiers ont l'intention de planter le même nombre d'arbres en 1992 qu'en 1991.
- Les répondants ont indiqué qu'ils avaient vendu directement au public environ 5 600 arbres à des prix variant entre 15 et 45 \$ selon l'espèce, principalement à Winnipeg.

## **4.2 Activités de plantation, de culture et de récolte**

### La plantation

Les répondants ont affirmé qu'ils avaient planté plus de 69 000 arbres de semis, principalement des pins écossais, que 36 répondants ont plantés. On a également planté un certain nombre d'épinettes blanches, de pins blancs et d'épinettes du Colorado. Si un répondant n'a pas fait de semis en 1991, c'est qu'il avait l'intention de quitter l'industrie.

En termes d'arbres cultivés, le tableau 4-2 montre que 277 000 arbres de semis ont été plantés en tout depuis 1987. En 1991, 20 600 arbres étaient arrivés à maturité, mais les répondants n'en ont coupé que 5 615. À supposer que le taux de récolte soit de 75 pour

cent et le cycle de croissance de huit ans, le fait que l'on ait indiqué que 20 600 arbres étaient arrivés à maturité en 1991 laisse entendre qu'environ 27 000 arbres de semis ont été plantés en 1984.

Il convient de noter que le nombre d'arboriculteurs faisant partie du groupe des répondants qui affirment avoir planté des arbres de semis est passé de 15 en 1987 à 42 en 1991.

**TABLEAU 4-1**  
**Arbres de semis plantés en 1991**

Type	Total	Nombre d'arboriculteurs	Moyenne par arboriculteur
Pin écossais	54 000	36	1 500
Épinette blanche	5 950	9	661
Pin blanc	2 900	5	580
Épinette du Colorado	2 800	6	467
Pin rouge	1 775	8	222
Autre	1 500	**	**
<b>Total</b>	<b>68 925</b>		

\*\* Renseignements fournis par moins de quatre arboriculteurs dont les noms ont été retirés pour assurer l'anonymat.

**TABLEAU 4-2**  
**Plantation**  
**(1987 - 1991)**

Année	Semis		
	Total	n	Moyenne
1991	60 825	37	1 644
1990	59 800	31	1 929
1989	65 925	30	2 198
1988	52 350	26	2 013
1987	38 400	19	2 021
<b>Total</b>	<b>277 300</b>		

Le nombre total d'arbres que l'on cultive ou croissant à l'état spontané est présenté au tableau 4-3, tandis que les projets de plantation indiqués par les répondants figurent au tableau 4-4.

**TABLEAU 4-3**  
**Arbres cultivés ou croissant à l'état spontané**  
**selon les indications fournies**

Année	Total des arbres	
	Plantation	État spontané
	Total	Total
1991	243 945	11 105
1990	176 800	6 050
1989	150 350	6 010
1988	116 150	5 510
1987	81 100	4 510



**TABLEAU 4-4**  
**Projets de plantations suivant l'espèce**

Année	Sapin baumier	Épinette blanche	Épinette du Colorado	Pin blanc	Pin rouge	Pin écossais	Autre	Total
1992	3 250	3 150	4 000	4 500	950	44 225	3 000	63 075
1993	3 250	1 600	4 700	8 000		45 925	2 000	65 475
1994	4 250	3 600	5 300	5 000	500	43 425	2 000	62 575
1995	4 750	5 100	4 200	5 000		43 925	1 500	62 975
1996	5 250	4 600	6 800	7 000		44 025	1 000	68 675

Le tableau 4-4 montre que les répondants envisagent d'accroître graduellement leurs plantations d'arbres au cours des prochaines années. Il semble que l'on accorde davantage d'attention au sapin baumier, à l'épinette du Colorado et au pin blanc. Le pin écossais devrait se maintenir à son niveau actuel. Il ne faut pas oublier que, dans le groupe des répondants, le nombre d'arboriculteurs qui ont planté des semis est passé de 15 en 1987 à 42 en 1991. Si de nouveaux entrants commencent à planter des arbres, on peut s'attendre à ce que les plantations dépassent ce niveau. Par conséquent, les prévisions figurant au tableau 4-4 sont sous-estimées, à moins que certains arboriculteurs quittent l'industrie.

#### Prévisions de l'offre jusqu'en l'an 2000

Nous pouvons évaluer les plantations en 1985 et 1986 par interpolation (5 000 arbres cultivés ont été vendus à des grossistes et détaillants manitobains, ce qui sous-entend que 6 650 arbres de semis ont été plantés en 1984). L'utilisation d'un taux de récolte équivalent à 75 pour cent du nombre d'arbres plantés permet de faire des projections de l'offre. On ne tient pas compte de la récolte d'arbres sauvages car on suppose qu'elle se maintient à un niveau relativement constant (15 000 arbres par an). Le tableau 4-5 montre que, si les plantations se maintiennent à leur niveau actuel, les arboriculteurs manitobains pourraient approvisionner 60 pour cent du marché de Winnipeg, et environ 35 pour cent du marché du Manitoba d'ici quatre ans. La plupart des arbres cultivés ont été coupés en 1991, ce qui signifie que l'offre commence à s'intensifier dans la province.

**TABLEAU 4-5**  
**Offre actuelle et projetée d'arbres de Noël manitobains**

Année	Nombre d'arbres plantés	Offre possible (arbres cultivés)
1984	6550e	
1985	17167e	
1986	27784e	
1987	38400	
1988	52350	
1989	65925	
1990	59800	
1991	68825*	5000
1992	68825*	5000
1993	68825*	12875f
1994	68825*	20838f
1995	68825*	28800f
1996	68825*	39263f
1997	68825*	44850f
1998	68825*	51619f
1999	68825*	51619f
2000	68825*	51619f

e = nombre estimatif

\* = prévisions

f = projection

Il faut se souvenir que ces calculs ne s'appliquent qu'aux répondants et que les projections de l'offre figurant dans le tableau 4-5 sous-estiment les véritables possibilités d'approvisionnement. Le nombre d'arbres réellement fournis pourrait être inférieur ou supérieur (ce qui est probable) suivant le nombre d'arboriculteurs.

### Répartition des arbres manitobains

Les répondants ont vendu en tout 5 625 arbres (dont 575 avaient poussé à l'état spontané). La répartition des arbres figure au tableau 4-6<sup>7</sup>.

**TABLEAU 4-6**  
**Répartition des arbres manitobains**

	<b>Arbres</b>
Arbres vendus à des grossistes manitobains	<b>776</b>
Arbres vendus à des détaillants manitobains	400
Arbres que l'on coupe soi-même	1 289
Autres arbres vendus personnellement	<u>300</u>
	<b>1 989</b>
<b>Total des ventes personnelles d'arbres au détail</b>	
Arbres vers le Québec et les Maritimes	
Arbres vers l'Ontario	2 700
Arbres vers la Saskatchewan	
Arbres vers l'Alberta/la C.-B.	
Arbres vers les États-Unis	
<b>Total des arbres vendus à l'extérieur du Manitoba</b>	<b>2 700</b>
Arbres abîmés/invendus	<u>160</u>
<b>Total des arbres manitobains vendus en 1991</b>	<b>5 625</b>

Il est intéressant de noter que certains arbres coupés au Manitoba ont été vendus en Ontario. Si l'on y ajoute les arbres que l'on coupe soi-même, cela représente 70 pour cent de la répartition des arbres manitobains. Peu d'arbres ont été vendus à des grossistes ou détaillants du Manitoba. Ces débouchés doivent manifestement se développer pour que l'offre projetée d'arbres manitobains soit absorbée par le marché.

<sup>7</sup> Il y a de légères divergences entre les tableaux 4-2 et 4-6 par manque d'uniformité entre les réponses aux questions.

#### 4.4 Les prix

Les répondants qui vendaient des arbres ont demandé des renseignements sur les prix. Le tableau 4-8 indique le prix des arbres vendus en gros par les répondants, et le tableau 4-9 les prix au détail de divers arbres.

**TABLEAU 4-8**  
**Prix de gros indiqués par les répondants**

Type	Nombre d'arbres	Prix moyen		
		Moins de 5,5 pi	5,5 à 7 pi	Plus de 7 pi
Pin blanc	25		17 \$	
Pin écossais	3 525	10,95 \$	13,98 \$	15,95 \$

**TABLEAU 4-9**  
**Prix de détail indiqués par les répondants**

Type	Nombre d'arbres	Prix moyen		
		Moins de 5,5 pi	5,5 à 7 pi	Plus de 7 pi
Pin blanc	477	29,0 \$	32,5 \$	46,0 \$
Pin écossais	7 515	21,9 \$	31,6 \$	36,9 \$
Sapin baumier	185	30,0 \$	39,3 \$	43,5 \$
Sapin de Douglas	275	22,5 \$	30,5 \$	40,0 \$
Épinette blanche	100	30,0 \$	36,0 \$	42,0 \$
Épinette du Colorado	30	37,0 \$	43,0 \$	36,0 \$
Autre	255	61,0 \$	51,5 \$	76,5 \$

Ces prix semblent concorder avec les résultats du sondage auprès des détaillants et correspondent à peu près aux prix indiqués par les consommateurs, qui figurent au chapitre 3.

Pour présenter un troisième point de vue sur les prix (le premier étant celui des consommateurs présenté au chapitre 3, et le deuxième les résultats du sondage auprès des arboriculteurs), nous avons fait le tour de quelques détaillants à Winnipeg. Environ 25 emplacements de vente au détail ont été examinés trois semaines avant Noël 1991 en vue d'évaluer la plage des prix en vigueur à ce moment-là. Le tableau 4-10 montre les résultats de cet examen selon l'espèce et la taille de l'arbre.

**TABLEAU 4-10**  
**Survol des prix de détail**

HAUTEUR	ÉPINETTE		PIN			
	NOIRE	BLEUE	ÉCOSSAIS	BLANC	LODGE POLE	
< 5	10 \$ - 15 \$		20 \$ - 30 \$	30 \$		
5 - 6	10 \$ - 20 \$	30 \$ - 35 \$	18 \$ - 45 \$	32 \$ - 45 \$	75 \$	
7 - 8	10 \$ - 30 \$	30 \$ - 35 \$	29 \$ - 45 \$	32 \$ - 48 \$	90 \$	
> 8	15 \$ - 30 \$		40 \$ - 80 \$	50 \$		
NOMBRE DE LOTS	13	1	22	11	1	
	SAPIN					
HAUTEUR	DOUGLAS	NOBLE	BAUMIER	FRASER	VANCOUVER	BLANC
< 5	12 \$ - 16 \$		7 \$ - 30 \$			
5 - 6	15 \$ - 24 \$	25 \$ - 35 \$	20 \$ - 55 \$	38 \$ - 50 \$	25 \$ - 35 \$	44 \$
7 - 8	24 \$ - 35 \$	25 \$ - 35 \$	25 \$ - 55 \$	50 \$ - 60 \$	25 \$ - 35 \$	44 \$
> 8		40 \$	48 \$ - 60 \$			
NOMBRE DE LOTS	9	2	12	4	1	1

Le tableau 4-10 montre la très grande diversité des prix de vente d'arbres apparemment équivalents. On n'a pas calculé la moyenne parce que l'échantillonnage n'était pas aléatoire. Il est évident que l'écart entre les prix se maintient parce que les vendeurs offrent des produits de différente qualité et que beaucoup de consommateurs trouvent la

présence d'un détaillant à proximité très commode. Il est certain que l'emplacement géographique dans la ville joue également un rôle à cet égard.

### Les produits de Noël connexes

L'industrie devient de plus en plus complexe et les arboriculteurs sont encouragés à diversifier leur gamme de produits et de services, notamment aux États-Unis. Le tableau 4-11 montre la plage des activités indiquées par les répondants.

**TABLEAU 4-11**  
**Ventes d'accessoires de Noël**

	Nombre
Arbres artificiels	75
Décorations des arbres	4 250
Couronnes naturelles	321
Couronnes artificielles	212
Socles	620
Autre	52

### **4.5 Récapitulation**

Dans ce chapitre, nous avons passé en revue les arbres de Noël offerts par les arboriculteurs manitobains. Il est évident qu'une forte augmentation des plantations améliorera l'offre au cours des prochaines années. À cause de la stabilité de la demande, de l'offre accrue en provenance des États-Unis, et de la concurrence des prix exercée par les magasins à succursales et d'autres détaillants de masse, les arboriculteurs seront soumis à des pressions plus fortes en matière de prix. Des créneaux comme les opérations «choisir et couper soi-même» semblent viables, mais cela obligera les cultivateurs à offrir des services à valeur ajoutée pour que l'expérience de couper un arbre soi-même devienne une tradition intéressante pour la plupart des familles.

## **5.0 LA PRODUCTION ET LA VENTE AU DÉTAIL DES ARBRES DE NOËL**

### **5.1 Aperçu de la production et de la commercialisation des arbres de Noël**

Parmi tous les rapports qui ont été publiés sur l'industrie des arbres de Noël, c'est la documentation sur la production des arbres de Noël qui est de loin la plus vaste. Elle couvre pratiquement tous les aspects de la production depuis l'endroit où l'on peut se procurer des semis et la terre qui convient le mieux jusqu'à la manière et le moment de tailler les arbres. Il nous est impossible de récapituler cette documentation dans un rapport aussi succinct. C'est pourquoi ce chapitre présente une très brève introduction à la production, y compris les coûts et la vente au détail des arbres de Noël. On y passe également en revue certaines initiatives récentes en matière de commercialisation de ces arbres, étant donné qu'il s'agit là du but ultime de la production.

### **5.2 La production des arbres de Noël - Aperçu**

Selon Chapman et Wray (1985), le genre de terrain qui convient le mieux aux semis est une surface légèrement vallonnée et bien drainée avec un léger couvert végétal. Ces auteurs relèvent que la fertilité du sol n'est presque jamais un facteur limitatif en ce qui a trait à la production d'arbres de Noël, étant donné que ces arbres poussent dans un sol pratiquement impropre à d'autres formes de végétation. Ils indiquent que les terres basses et humides ne conviennent généralement pas à la culture d'arbres de Noël, tout comme les terres recouvertes d'une quantité de broussailles.

Les plantations se font habituellement de façon cyclique afin d'assurer un apport régulier d'arbres marchands après le cycle d'origine. On peut planter au printemps ou à l'automne, mais le printemps est généralement préférable parce que le taux de survie est plus important. On plante à la main ou à la machine, selon l'importance de l'exploitation. Les plants sont espacés suivant le nombre et la taille des arbres que l'on désire faire pousser sur la parcelle de terre en question, et de manière à ce que l'arbre qui se développe soit constamment exposé à la lumière du soleil.

Le cycle de croissance peut varier de cinq à six ans au minimum jusqu'à douze à quinze ans suivant le climat, le type de terre et la taille désirée. On désherbe le terrain autour des plants au moins jusqu'à la troisième année de croissance (suivant la taille), puis on enlève les broussailles autour de l'arbre selon les besoins pour assurer une forme symétrique. La taille des arbres commence habituellement la quatrième année et s'effectue chaque année jusqu'à la récolte. On peut également les protéger par des pulvérisations d'insecticides ou de pesticides.

La récolte s'effectue normalement de la fin octobre au début décembre suivant l'ampleur et la portée de l'opération et la distance entre la ferme et le marché. Une fois coupés, les arbres sont habituellement secoués ou peignés pour enlever les aiguilles mortes. On peut

alors teindre l'arbre ou y appliquer un produit hydrofuge. Les arbres sont ensuite mis en balles, bottelés, et expédiés au marché.

### 5.3 Synthèse des études sur les coûts de production

#### Aperçu

Plusieurs études ont relevé les principaux frais liés à la production des arbres de Noël. Les estimations des coûts figurant dans ces études varient suivant le cycle de production, l'espèce et les méthodes de gestion. Il est donc difficile de se faire une idée précise des coûts de production dans l'industrie et de les rattacher au contexte manitobain. Nous avons récapitulé ces études pour donner une idée générale de la plage des coûts inhérents à la production d'arbres de Noël. Les tableaux et les coûts qui figurent plus loin sont présentés à titre indicatif et sont très généraux. Pour les appliquer à des cas particuliers, il faut se souvenir que des postes comme le coût du terrain et la préparation du sol sont extrêmement variables. Ces tableaux présentent les résultats d'un certain nombre d'études sur les coûts de production des arbres de Noël naturels suivant toutes sortes de méthodes de gestion et pour des espèces différentes. Lorsqu'on disposait de renseignements suffisants, les chiffres indiqués ont été modifiés de manière à s'appliquer à la production d'arbres de Noël au Manitoba. En outre, tous les chiffres sur les coûts ont été ajustés en fonction d'un taux d'inflation de 4 pour cent et du taux de change entre le dollar canadien et américain au cours des dernières années pour les ramener en dollars canadiens de 1992.

#### Hypothèses

Les renseignements sur les coûts énumérés ci-dessous correspondent à une exploitation de type vente en gros. Les arboriculteurs dont l'exploitation est du genre «choisir et couper soi-même» ou qui pratiquent d'autres activités de vente au détail trouveront que leurs coûts de production sont un peu plus élevés après y avoir incorporé ces frais supplémentaires. Il est également à noter que les taux de rentabilité indiqués ci-dessous ne seront pas les mêmes pour ces arboriculteurs étant donné que la marge bénéficiaire de l'arboriculteur-détaillant devrait être plus élevée que celle de l'arboriculteur-grossiste.

Selon Walkowiak et Howard (1986), le coût de production comporte six grands éléments :

- le coût du stock;
- les méthodes de gestion;
- le coût du terrain, y compris la préparation du sol et le nettoyage après la récolte;



- les techniques de culture (y compris la fertilisation, la lutte antiparasitaire, l'irrigation, etc.);
- la longueur du cycle;
- la main-d'oeuvre; et
- les taxes et les impôts.

Dans d'autres études, on y a incorporé le coût d'opportunité de l'utilisation de ressources pour la production des arbres de Noël plutôt que d'ajouter d'autres méthodes à la liste.

Le **coût du stock** de reproduction dépend du type de plantation, et se subdivise en semis et en transplants. Les semis sont de jeunes arbres que l'on n'a pas retiré des planches de semis où ils ont germé. Les transplants ou plantons sont des plants qui ont été retirés de leur planche de semis et repiqués ailleurs dans la pépinière. Les plantons sont généralement plus avancés, plus gros et plus chers que les semis. Une innovation en matière de plantation est l'introduction de plants en pots. Il s'agit d'arbres qui ont été plantés dans des conteneurs séparés en papier et en tourbe. Ces conteneurs sont mis directement en terre sans perturber le système racinaire du planton. Les arbres en pots sont plus coûteux que les plantons, qui coûtent à leur tour plus cher que les arbres de semis. Le coût du stock varie également suivant l'âge du plant, les arbres plus avancés étant plus chers. Les arbres à planter se vendent généralement par mille. Leur prix devrait varier entre 0,12 \$ et 0,50 \$ l'arbre, suivant la nature du stock. Chapman et Wray (1985) présentent le tableau suivant (qui a été ajusté en dollars canadiens de 1992) pour donner une indication du coût approximatif du stock :

**TABLEAU 5-1**  
**Plage des prix du stock de reproduction**  
(Chapman et Wray, 1985)

Semis	(prix par mille)
2-0	80 \$ - 160 \$
3-0	90 \$ - 185 \$
Transplants	
2-1	300 \$ - 560 \$
2-2	590 \$ - 720 \$

Les chiffres présentés pour chaque catégorie donnent une indication de l'âge de l'arbre. Le premier chiffre indique le nombre d'années dans la planche de semis et le second, le nombre d'années dans la planche de transplants. On notera que dans le tableau de Chapman et Wray, la plage des coûts des plants est très large. Elle comprend un certain nombre de facteurs, y compris l'espèce d'arbre et les frais de transport du stock de la pépinière à l'exploitation forestière. De plus, le taux d'inflation, qui a été fixé à 4 pour cent, peut être légèrement sous-estimé, mais cela devrait permettre aux arboriculteurs à se faire une idée assez précise de la plage des coûts du stock de reproduction.

Les **méthodes de gestion** s'entendent du temps passé à «gérer» la production d'arbres de Noël et de l'intensité de cette production. Selon Hart et Lindsey (1984), la production des arbres de Noël exige une gestion plus poussée que les autres formes d'exploitation forestière. Walkowiak et Howard (1986) distinguent deux types d'intensités de gestion et relèvent que chacune d'elles a un effet différent sur le coût global et la rentabilité de cette forme d'exploitation. Ils définissent l'«arboriculteur intensif» comme celui qui exploite une plantation d'arbres de Noël à plein temps ou pratiquement à plein temps. Les arboriculteurs intensifs ont plus fortement tendance à utiliser des arbres en pots ou des plantons, leur exploitation est mécanisée et ils ont généralement l'habitude de traiter leurs arbres de Noël avec des engrais et des produits appliqués par pulvérisation. Walkowiak et Howard remarquent que les méthodes intensives de gestion sont plus coûteuses, mais que le rendement obtenu est généralement plus élevé. L'arboriculteur «classique» est celui qui ne produit pas d'arbres de Noël à plein temps, mais pour compléter ses autres sources de revenus.

Les frais de gestion sont généralement définis dans les études sur les coûts comme les frais liés à la gestion directe d'une ferme (planification, supervision de la main-d'oeuvre, etc.) ou à la commercialisation et à la vente des produits récoltés. Selon diverses études, les frais de gestion d'un arboriculteur «classique» se situeraient entre 35 \$ et 250 \$ par acre d'arbres. Les fortes fluctuations des frais de gestion découlent directement de la nature de la production des arbres de Noël, qui est en soi extrêmement variable d'une région à l'autre et d'un arboriculteur à l'autre. Ceux-ci peuvent espérer abaisser leurs frais de gestion en créant un réseau de vente et en réalisant un cycle complet d'arbres de Noël dès le début. Hart et Lindsey relèvent que les frais de gestion des fermes forestières bien établies sont beaucoup plus bas et précisent que ces frais baissent après la période de démarrage.

Les **coûts du terrain** comprennent non seulement le prix d'achat du terrain, mais aussi les frais de préparation du sol qui varient suivant la nature du terrain proprement dit, cependant, des études révèlent que la production d'arbres de Noël convient le mieux à des terres qui ne se prêtent habituellement pas bien à d'autres formes de culture. Si ces frais varient, ce n'est pas uniquement à cause de la qualité de la terre, mais aussi de son emplacement et de son accessibilité. La plupart des études sur les coûts considèrent que les frais de location d'un terrain analogue donnent une idée approximative du véritable coût des terres utilisées pour la production d'arbres de Noël. Dans certains cas, ce coût

a été établi en multipliant une valeur estimative par le taux d'intérêt à long terme des prêts forestiers. Ces méthodes ont abouti à des valeurs uniformes, et elles établissent le coût moyen d'une terre à environ 70 à 120 \$ l'acre par an, ce qui représente les frais de location prévus par un arboriculteur, ou le coût de possession de la terre pendant une période d'un an. Les agriculteurs peuvent prévoir que les coûts du terrain représenteront de 6 pour cent à 18 pour cent de l'ensemble des frais d'exploitation.

**Le coût de préparation du sol** varie suivant l'emplacement. Les frais liés au sol comprennent généralement le défrichage au besoin, le fauchage ou l'emploi d'herbicides pour détruire la végétation indésirable, et l'application d'engrais ou de chaux en cas de nécessité pour que le sol se prête bien à la production d'arbres de Noël. Selon diverses estimations, la préparation du sol coûterait de 120 \$ à 300 \$ l'acre suivant le degré de préparation nécessaire.

**Les méthodes de culture** s'entendent de la manière de faire pousser les arbres de Noël et comprennent les frais de fertilisation, d'irrigation, de lutte antiparasitaire, et ainsi de suite. L'élagage et l'entretien en général, comme le fauchage, peuvent également entrer dans cette catégorie. Ces frais varient énormément suivant l'intensité de la production et l'importance de la plantation. Pour la plupart des arboriculteurs manitobains, la fertilisation ne devrait pas être nécessaire ou ne devrait représenter qu'une dépense peu importante. Toutes les études indiquent qu'il faut s'attendre à ce que les herbicides et les pesticides chimiques constituent de fortes dépenses, puisqu'elles varieraient de 90 \$ à 250 \$ l'acre par an suivant l'année du cycle. On tient également compte de formes non chimiques de désherbage (comme le fauchage), bien que ces dépenses soient fréquemment comprises dans l'entretien général. Comme les frais d'élagage sont intimement liés aux coûts de main-d'oeuvre, cette question sera traitée un peu plus loin.

**La longueur du cycle** influe sur les coûts de deux manières. Premièrement, les coûts de possession du stock augmentent en fonction de la longueur du cycle. Deuxièmement, plus le cycle est long, plus l'élagage, la pulvérisation de pesticides et le désherbage sont fréquents. Les méthodes de culture servant à raccourcir le cycle devraient donc abaisser le coût global. Walkowiak et Howard (1986) notent que l'emploi d'arbres en pots ou de plantons raccourcit le cycle d'environ deux ans dans les exploitations d'arbres de Noël de la Nouvelle-Angleterre. Ils indiquent également que la fertilisation a contribué à diminuer la longueur du cycle.

Walkowiak et Howard (1986) font remarquer que la **main-d'oeuvre** est un coût de production important, qui est fortement sous-estimé par les arboriculteurs débutants. Bien que les coûts de main-d'oeuvre soient généralement proportionnels au degré de mécanisation, certaines activités (notamment planter, tailler, et couper) exigent toujours une main-d'oeuvre intensive. Une étude réalisée en 1980 par Laimer et Dupra a révélé qu'il faut au moins douze journées de dix heures pour s'occuper d'un acre d'arbres de Noël pendant un an. Le manuel des cultivateurs d'arbres de Noël de la Saskatchewan indique que ce chiffre serait plutôt de l'ordre de quinze journées de dix heures par an,

récolte comprise. Ces frais de main-d'oeuvre s'ajoutent au temps nécessaire à la gestion. Comme nous l'avons déjà mentionné, planter, tailler, et couper sont les éléments de la production des arbres de Noël qui demandent le plus de main-d'oeuvre. Les frais de plantation devraient être fonction du nombre d'arbres que l'on plante, et pourtant la plupart des études indiquent qu'il faut jusqu'à deux journées de dix heures pour planter 1 000 arbres à la main. Planter à la machine demande moins de temps (et de main-d'oeuvre), mais il faut utiliser une planteuse. Walkowiak et Howard (1986) font remarquer que des élagueurs expérimentés peuvent tailler de 200 à 800 arbres en dix heures, mais que la qualité de l'élagage chute considérablement lorsque ce taux dépasse 400 arbres par jour. L'élagage demande donc de deux à trois jours-personnes par acre d'arbres plantés. Il faut habituellement de cinq à dix jours-personnes par acre pour la récolte, suivant l'ampleur des activités de teinture, de mise en balles, etc. Les frais de main-d'oeuvre devraient donc être élevés. Leefers et Witter (1988) notent que les frais de bûcheronnage devraient représenter entre 13 et 24 pour cent du total des frais. Tous les coûts de main-d'oeuvre seraient fonction du taux des salaires au moment de l'opération.

Les frais fiscaux comprennent les impôts personnels sur le revenu, les taxes foncières, les taxes sur le carburant et d'autres impôts indirects. Dans la plupart des cas, ces impôts et taxes doivent être répartis au prorata de la production des arbres de Noël pour déterminer avec précision les coûts des arbres de Noël, qui varient selon la région et la taille de l'exploitation.

Les tableaux de l'annexe E donnent une indication de la variabilité des coûts de production et du taux de rentabilité de la production d'arbres de Noël. Ces tableaux sont extraits des diverses sources utilisées pour réaliser cette synthèse. Ils sont présentés dans cette étude pour donner au lecteur le plus de renseignements possibles sur le coût de production des arbres de Noël en Amérique du Nord. Ces tableaux ont tous été révisés en fonction de l'inflation et du taux de change entre le Canada et les États-Unis. La source accompagne le titre de chaque tableau. Bien que chaque tableau représente une région différente, on peut voir que ces coûts de production sont relativement uniformes dans toute l'Amérique du Nord.

#### **5.4 La commercialisation des arbres de Noël**

Les arboriculteurs sont payés pour vendre des arbres de Noël, et non pour les faire pousser. Ce concept est devenu de plus en plus important à mesure que l'industrie se développait. En raison de la faible croissance de la demande que l'on anticipe et des problèmes existants de surproduction, les producteurs d'arbres de Noël commencent à faire appel à des techniques de marketing plus novatrices et deviennent plus audacieux dans leurs efforts de commercialisation. Dans cette section, nous passerons en revue les tendances actuelles en matière de commercialisation des arbres de Noël et présenterons les résultats des entretiens avec les grossistes et les détaillants.

### Choisir et couper soi-même

Comme cette technique a déjà été traitée à la section 2.2, nous nous contenterons de la mentionner. «Choisir et couper» constitue peut être la nouveauté en matière de commercialisation des arbres de Noël qui donne les meilleurs résultats. L'accroissement de la part du marché attribuable à ceux qui pratiquent ce type de vente donne une indication de son succès.

### La recherche démographique

La NCTA a lancé sa campagne de marketing des arbres naturels en 1988 afin de promouvoir la consommation d'arbres de Noël naturels. Dans le cadre de cette campagne, on a fait appel à une activité importante qui consiste à utiliser des données démographiques pour analyser et prévoir les tendances du marché. La NCTA a chargé Gallup de réaliser un sondage national sur la population américaine afin d'évaluer la consommation d'arbres de Noël et de se faire une certaine idée des conditions existantes du marché. Les résultats de cette étude démographique ont ensuite été utilisés pour axer les campagnes de publicité et de marketing sur les consommateurs d'arbres éventuels. On a recommencé cette expérience à plus petite échelle pour un certain nombre d'associations d'arboriculteurs. (Voir, par exemple : Anaka, 1990; Winsor, 1990; Hildebrandt, 1991.) Dans tout le pays, les arboriculteurs ont commencé à utiliser cette recherche pour connaître les préférences des consommateurs afin de mieux satisfaire la demande.

### Les arboriculteurs/détaillants

La NCTA note que les arboriculteurs s'intéressent davantage à la vente au détail et que les détaillants d'arbres de Noël indépendants disparaissent [Nanney, 1991], de sorte que les arboriculteurs sont de plus en plus au courant de la situation du marché de détail, et ont commencé à orienter leur production vers ce marché. Un aboutissement notable de l'intérêt qu'ils portent à la vente au détail est l'initiative «choisir et couper soi-même», mais on relève d'autres résultats importants. Premièrement, les arboriculteurs deviennent plus conscients de l'importance de la publicité et de la nécessité de cibler des clients éventuels. Deuxièmement, ils prennent davantage leurs responsabilités et veillent à ce que les arbres qu'ils expédient sur le marché soient de qualité supérieure. Enfin, ils connaissent mieux le produit et sont en mesure de donner plus de renseignements aux consommateurs.

La plupart des détaillants ont indiqué que les arbres de Noël du Manitoba ne les satisfaisaient pas pleinement et l'un d'entre eux a précisé que le seul lot d'arbres manitobains qu'il ait jamais acheté était infesté de plusieurs sortes d'insectes nuisibles. Il a également fait remarquer que certains des arbres étaient malades.

La plupart des détaillants et des grossistes étaient également d'avis que les arbres manitobains intéressaient généralement moins les consommateurs parce qu'ils n'étaient pas taillés correctement ou parce qu'ils étaient moins touffus que les arbres importés. L'un d'entre eux a indiqué que le stock du Manitoba se décolorait au cours de la saison. Il pensait que l'on pourrait remédier à ce problème en teintant ou en colorant les arbres manitobains, mais il ne connaissait pas d'arboriculteurs qui utilisent cette méthode. Un seul détaillant a fait mention d'un arboriculteur manitobain qui teintait ses arbres.

Il est intéressant de noter que le seul détaillant qui ait vendu à la fois des arbres manitobains et des arbres importés au cours de la saison précédente a indiqué que les arbres manitobains se comparaient favorablement aux importations en termes de qualité et de goûts des consommateurs, tout en indiquant que les arbres manitobains n'étaient pas de la même espèce que ses importations, il a reconnu qu'on ne pouvait tout simplement pas cultiver au Manitoba les espèces plus exotiques qu'il importait. En passant sa commande pour les fêtes, il avait tenu compte de ce que les fournisseurs manitobains pouvaient lui livrer, et fait son choix en conséquence. La conclusion à tirer de l'interview avec ce détaillant est la suivante : il se peut qu'il ait eu affaire à un arboriculteur manitobain particulièrement consciencieux et qu'il ait par conséquent été mieux traité que les autres détaillants, ou que ces derniers aient reçu un si mauvais service antérieurement qu'ils ne veulent plus d'arbres cultivés au Manitoba.

Les espèces d'arbres offertes par les détaillants semblent dépendre du marché-cible. Les détaillants qui se sont définis comme des commerçants de créneaux se spécialisaient dans des arbres cultivés haut-de-gamme comme les sapins Fraser et nobles ou le pin blanc. Ces détaillants ne vendaient que des arbres de qualité supérieure selon les normes américaines. D'autres offraient des espèces moins exotiques, allant du pin écossais aux sapins baumier et de Douglas.<sup>11</sup> Il est à noter qu'aucun des détaillants interrogés ne vendait d'épinettes. L'un d'eux a indiqué que la plupart des épinettes qu'il avait vu sur le marché étaient du type «épinettes de récupération», ce qui signifie que ces arbres avaient été prélevés à la cime des arbres et qu'ils constituaient par conséquent un sous-produit de l'industrie forestière et non un véritable produit marchand. La plupart des détaillants ont indiqué que c'était la demande des consommateurs qui les avait incités à vendre une espèce particulière, et qu'ils étaient motivés par ce qu'ils avaient vu précédemment sur le marché. Plusieurs de ceux qui se spécialisaient dans les arbres «haut-de-gamme» ont fait remarqué qu'ils avaient constaté que c'était le seul marché rentable. Certains ont indiqué que la

<sup>11</sup> D'une façon générale, tous les détaillants interviewés offraient des arbres dont le prix se situait en haut de l'échelle. Cette situation est prévisible jusqu'à un certain point, étant donné que les détaillants contactés étaient des spécialistes du jardinage qui n'offraient pratiquement que des articles coûteux et de haute qualité.

concurrence exercée par des détaillants «à la sauvette» avait détruit leur clientèle d'arbres de moyenne qualité et qu'ils avaient opté pour la plage supérieure du marché pour demeurer dans l'industrie. Il est possible que le nombre important d'arbres importés sur le marché manitobain soit en partie imputable à ce facteur.

Beaucoup de détaillants croyaient que les consommateurs étaient plus avertis en ce qui concerne la qualité et les espèces. Ils ignoraient s'il s'agissait là d'un indice d'une connaissance plus approfondie des espèces, ou d'un sous-produit de l'utilisation croissante d'arbres cultivés de meilleure qualité. La plupart d'entre eux ont souligné que leurs clients préféraient des arbres de qualité et étaient prêts à payer un supplément pour se procurer un bon arbre. Lorsqu'on leur a demandé précisément vers quoi les consommateurs s'orientaient dans ce secteur, ils ont tous déclaré que les consommateurs continueraient à rechercher des arbres de qualité. Selon les détaillants, la qualité ne se définit pas uniquement en termes de forme, mais aussi de densité, de taille et de couleur.

Un détaillant a précisé que la vente au détail des arbres de Noël suivait un cycle de trois ans. La première année, il n'y a que quelques détaillants sur le marché. La deuxième année, plus de détaillants ajoutent des arbres de Noël à leurs gammes de produits et contribuent à la chute des prix et à l'engorgement. La dernière année, on assiste à un abandon des commerçants, étant donné qu'ils se disputent les bénéfices. Lorsqu'on lui a demandé où nous en étions sur le plan du cycle, ce détaillant a affirmé que la première année venait de s'achever, et que l'année prochaine il devrait y avoir plus de vendeurs dans l'industrie. Cette prévision a été confirmée par la plupart des détaillants. Au niveau de la vente au détail, la plupart des répondants croyaient que la concurrence serait plus forte l'année prochaine. Ils prévoyaient que cette concurrence accrue abaisserait les prix l'année prochaine. Ils ont indiqué que, comparativement aux années précédentes, le chiffre d'affaires de cette année était en baisse ou équivalent. Aucun d'entre eux n'a mentionné que son chiffre d'affaires avait augmenté par rapport à l'année précédente.

Plusieurs détaillants ont attribué la forte compétition qui règne sur le marché de détail à deux choses : tout d'abord, l'impression qu'a le public que la vente au détail d'arbres de Noël permet de réaliser de gros bénéfices; et deuxièmement, l'accès relativement facile au marché. Plusieurs d'entre eux ont indiqué que le public était persuadé que la vente d'arbres de Noël était un moyen rapide de s'enrichir. Ils ont déclaré que cela incitait un grand nombre de détaillants éventuels à sauter sur l'occasion. Ces détaillants contribuaient à engorger le marché, ce qui se traduisait par un surplus d'arbres invendus. Cette arrivée massive de vendeurs a également des répercussions négatives sur l'impression que l'industrie donne au public, étant donné que les détaillants «à la sauvette» s'intéressent moins à l'industrie et sont prêts à vendre des arbres de mauvaise qualité. Un détaillant a mentionné que ces vendeurs constituaient leur principal problème en ce qui a trait aux arbres de Noël.

Ils ont également prétendu que la concurrence qui règne sur le marché est aggravée par la facilité d'accès au marché de détail, tout en ajoutant que l'importance de l'offre

d'arbres provenant des États-Unis et le laxisme relatif des règlements sur les importations y contribuaient également. Ils ont également mentionné qu'il était facile de louer un lot au coin d'une rue pour y installer un kiosque de vente au détail. Ils ne croyaient pas non plus qu'il fallait un permis quelconque pour vendre des arbres de Noël. Plusieurs des répondants ont signalé qu'ils essayaient de concurrencer les lots au coin des rues en plaçant leurs arbres à l'intérieur de leurs centres de jardinage. Ils estimaient que cela leur permettait de mieux soutenir la concurrence parce que les clients étaient plus à l'aise en faisant leurs achats.

Dans la dernière question, on a demandé aux détaillants s'ils considéraient que les arbres manitobains pouvaient concurrencer les importations. Les réactions étaient mitigées à cet égard. Les détaillants de marchés à «créneaux» ont déclaré carrément que le climat manitobain ne permettait pas de produire les espèces d'arbres qu'ils vendent. Ils ne pensaient donc pas que le Manitoba puisse concurrencer des régions comme la Colombie-Britannique. Ils croyaient fermement aux perspectives offertes au Manitoba, à condition que les arboriculteurs manitobains puissent produire des arbres d'aussi bonne qualité que les arbres importés. Cependant, tous ont fait remarquer que les arbres manitobains qu'ils avaient vus jusqu'à présent n'étaient pas en mesure de soutenir la concurrence des importations de haute qualité.

Un certain nombre de détaillants ont fait des suggestions pour améliorer les perspectives d'avenir des arboriculteurs manitobains. Ils ont désigné la taille comme la plus importante méthode de culture d'arbres de qualité en soulignant que les consommateurs s'attendaient actuellement à des arbres presque parfaits. Ils ont également indiqué qu'une meilleure publicité aiderait les exploitants manitobains à mieux faire connaître leurs produits. Un répondant a fortement critiqué les arboriculteurs en déclarant qu'ils devaient apprendre de meilleures techniques de gestion.



## 6.0 CONCLUSIONS

Dans ce rapport, nous avons examiné le marché des arbres de Noël au Manitoba du point de vue des consommateurs et des fournisseurs. Nous nous sommes également efforcés de replacer le marché des arbres de Noël au Manitoba dans un contexte plus large. En résumé, les principales conclusions de cette étude sont les suivantes :

### La demande des consommateurs

- Le nombre d'arbres naturels vendus à Winnipeg à la période des fêtes de Noël 1991 se situe approximativement entre 80 000 et 84 000. Pour l'ensemble du Manitoba, nous estimons qu'entre 130 000 et 136 000 arbres ont été vendus.
- Les arbres artificiels constituent environ 52 pour cent du marché manitobain.
- Si les achats se poursuivent au même rythme, la demande d'arbres naturels devrait augmenter lentement durant les huit prochaines années, puis fléchir à mesure qu'une proportion croissante de personnes âgées délaisseront les arbres naturels et achèteront des arbres artificiels ou cesseront complètement d'en acheter.
- La fidélité des consommateurs envers une variété d'arbres particulière est très forte. Ceux qui achètent des arbres naturels citent la tradition et les qualités esthétiques. Bien que l'apparence ait de l'importance, la chute prématurée des aiguilles constitue le plus grave inconvénient de tous les arbres naturels. Les consommateurs tolèrent une forme peu satisfaisante, et certains n'aiment pas les arbres «trop parfaits», mais si les aiguilles tombent, ils rapportent rapidement l'arbre au détaillant.
- Certaines méthodes d'embellissement des arbres reçoivent un accueil mitigé. La plupart des consommateurs sont contrariés lorsqu'ils apprennent que les arbres sont teints. Certains craignent que cela présente un danger pour les enfants et les animaux familiers. D'autres croient qu'un arbre teint a l'air «faux». Cette attitude pose un problème à ceux qui vendent certaines variétés, comme le pin écossais, étant donné qu'on en écoulait beaucoup moins s'il n'était pas teint, puisque cette variété est habituellement de couleur jaune à Noël.

L'élagage suscite moins de controverses, mais une forme un peu moins parfaite ne semble pas préoccuper une bonne part des consommateurs. C'est du moins ce qu'ils disent lors des discussions dirigées -- mais ce

n'est peut-être pas ce qu'ils choisissent sur le lot. Néanmoins, un arbre parfait ne présente peut-être pas autant d'intérêt que les détaillants le croient.

On considère que secouer l'arbre est une pratique acceptable, et même nécessaire.

- On a tendance à considérer que les consommateurs d'arbres artificiels ne respectent pas la tradition, mais il s'agit là d'un jugement hâtif. La décision de beaucoup de consommateurs est motivée par le prix et comme les arbres artificiels «acceptables» coûtent moins de 25 \$, leur intérêt est évident. D'autres achètent des arbres artificiels coûteux pour leur apparence, parce qu'ils les considèrent comme sans danger et qu'ils jugent que le fait de couper des arbres nuit à l'environnement, et parce qu'un arbre artificiel est plus facile à monter et à démonter. Les arbres artificiels présentent de plus en plus d'attrait sur le plan esthétique, et s'ils ont été parfumés pour remplacer l'odeur des arbres naturels, ces arbres continueront à poser un très grand défi sur le plan de la concurrence à l'industrie des arbres de Noël naturels. La vente d'un seul arbre artificiel équivaut au moins à cinq ventes d'arbres naturels et représente pour l'industrie une perte cumulée de revenus d'au moins 100 à 125 \$.
- La sécurité-incendie pose un problème à l'industrie des arbres de Noël. Les consommateurs d'arbres artificiels défendent leur choix sous prétexte qu'ils présentent moins de risques d'incendie. Dans beaucoup de régions, il existe toujours des codes de prévention des incendies interdisant de placer des arbres naturels dans des appartements. On parle aussi d'essais consistant à mettre le feu à des arbres naturels convenablement arrosés au préalable. Normalement, un arbre bien arrosé ne s'enflamme pas si on essaie d'y mettre le feu. Le problème est que l'arbre doit être vert en quittant le point de vente au détail, et que le consommateur doit ensuite en prendre soin. Il faut de l'éducation continue pour remédier à l'impression fortement enracinée et très répandue que les arbres naturels sont dangereux.
- En ce qui a trait à la perception des consommateurs, une autre question importante est l'idée que couper un arbre naturel nuit à l'environnement. L'arbre est devenu le symbole du mouvement de protection de l'environnement et les consommateurs sont fermement persuadés que le fait de planter un arbre est particulièrement bénéfique à l'environnement. Les techniques d'exploitation forestière employées dans diverses parties du Canada ont pu également contribuer à l'anathème que l'on jette sur la coupe des arbres. C'est l'une des principales raisons de l'utilisation d'arbres artificiels.

En réalité, il y a très peu de différence entre le fait de couper des arbres dans une ferme forestière et de couper du blé pour faire du pain. Faire connaître l'apport des arboricultures bien gérées à la qualité du sol et de l'air constitue un défi important pour l'industrie, notamment auprès de la jeune génération.

- Les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux services à valeur ajoutée. Les exploitations du type «choisir et couper soi-même», qui offrent divers services comme des promenades en traîneau et de la restauration font de l'achat d'un arbre une expérience plus complète et permettront aux arboriculteurs d'accroître leur marge bénéficiaire.
- Les consommateurs savent parfaitement ce qu'ils veulent et sont prêts à magasiner pour obtenir la qualité souhaitée. L'apparition de points de vente en masse dans les supermarchés a fait baisser les prix et la qualité à un point tel que la concurrence des prix s'intensifiera, mais cela permettra d'implanter un marché à créneaux et des services exceptionnels.

#### La production d'arbres de Noël

- Le taux de plantation d'arbres de semis a considérablement augmenté au cours des dernières années.
- Les arboriculteurs manitobains peuvent actuellement approvisionner moins de 8 pour cent du marché -- dans quatre ans, leur capacité d'approvisionnement du marché dépassera 30 pour cent.
- Le nombre d'arboriculteurs qui ont planté des arbres de semis durant les cinq dernières années est 2,5 fois plus élevé.
- Cette capacité d'approvisionnement accrue contribuera certainement à renforcer la tendance à la baisse des prix. À cause du coût de production, qui est actuellement de l'ordre de 8 à 10 \$, le prix des arbres de qualité «utilité» sera probablement de l'ordre de 15 \$. Comme un arbre coûte habituellement à un arboriculteur manitobain de 16 à 18 \$ jusqu'à son arrivée au marché, il faudrait qu'il le vende au moins 25 \$, et si possible 30 \$, pour que cela lui rapporte suffisamment.
- Les deux tiers des arboriculteurs du sondage entrent dans la catégorie des cultivateurs «amateurs», et leur exploitation couvre moins de 50 acres. Ces producteurs devront probablement prendre la décision peu enviable d'accepter des pertes ou de renoncer à couper des arbres. Dès qu'un arbre dépasse 10 pieds de haut, la qualité devient difficile à maintenir. Il est

possible que certains arboriculteurs décident de quitter l'industrie ou de se débarrasser de leurs stocks, ce qui fera baisser les prix. Malheureusement, s'ils jettent un grand nombre d'arbres, les consommateurs auront davantage l'impression que les arbres de Noël font du tort à l'environnement.

### Le défi à relever par l'industrie

L'industrie des arbres de Noël au Manitoba est dans une situation critique. Il risque d'y avoir un surplus d'arbres cultivés dans la province. Comme l'offre d'arbres importés continue à être forte, il est probable que les prix resteront bas. Une bonne part des producteurs qui ont actuellement l'intention de vendre des arbres doivent accepter d'abaisser leurs prix, ou mettre en marché des arbres exceptionnels. Il est clair que beaucoup de détaillants ne croient pas qu'un arbre provenant du Manitoba puisse être concurrentiel en termes de prix et de qualité.

La formule «choisir et couper soi-même» constitue un secteur prometteur. Un segment de la clientèle considère qu'une formule de ce genre est une manière agréable d'acheter un arbre. Les consommateurs semblent intéressés à payer un prix suffisant pour couvrir les coûts de production. Le Manitoba dispose d'un certain nombre d'exploitations du type «choisir et couper» rentables à proximité de Winnipeg. Ces arboriculteurs ont également la possibilité d'offrir d'autres services à valeur ajoutée comme de la restauration, des décorations de Noël, et des distractions (par ex. des promenades en traîneau). Dans ces circonstances, il y a peu de raisons que le gouvernement continue à exploiter un secteur de coupe provincial. L'industrie est en mesure de fournir des arbres de Noël à couper soi-même à des prix raisonnables.

Ce qu'il faut, c'est une forte association industrielle qui puisse promouvoir les arbres de Noël. Beaucoup de mythes sont liés à la production et à l'utilisation d'arbres naturels. Le rôle des arbres en tant que ressource renouvelable, la sécurité des arbres naturels lorsqu'ils sont convenablement soignés, et un programme actif d'enlèvement et de recyclage comme celui de Winnipeg sont des messages importants à renforcer pour lutter contre l'invasion des arbres artificiels sur le marché. Cette initiative n'incombe pas au gouvernement. Il est évident que la Christmas Tree Growers Association du Manitoba doit s'organiser de manière plus efficace pour soutenir la concurrence au cours des dix prochaines années.

## BIBLIOGRAPHIE

### RAPPORTS/ÉTUDES

- Anaka,-D. «*The Real Christmas Tree*» *Consumer Survey: A Report to the South West Christmas Tree Association and the Kootenay Christmas Tree Association.* Victoria, C.-B. Ministère de l'Agriculture & des Pêches de la C.-B., 1990. 22 p.
- Douglas,-P.G.; Teskey,-A.G. *The Christmas Tree Market: Metropolitan Winnipeg.* Research Report of the Forest Research Laboratory. Winnipeg, Manitoba: direction des Forêts, ministère des Pêches et Forêts. 1969 (MS-X-13) 27 p.
- McKinney,-F.W. *1990 Winnipeg Christmas Tree Market Trend Survey.* Winnipeg, Manitoba: Ministère des Ressources naturelles, direction des Forêts. 1990. 8 p.
- Rugg,-D.A. *A Christmas Tree Marketing Study.* Victoria, C.-B.: View West Marketing 1990. 155 p.
- Sowder,-A.M. *Christmas Trees: The Tradition and the Trade.* Washington, D.C.: U.S. Department of Agriculture, Forestry Extension Service. 1967. 34 p.
- Walkowiak,-J.T.; Howard,-T.E. *Christmas tree production costs and returns model.* Research Report of the New Hampshire Agricultural Experiment Station. Durham, N.H.: The Station. Juin 1986. (110) 34 p.
- Winsor,-J.E. *A Marketing Research Study on the Christmas Tree Market of St. John's and Surrounding Areas.* Forêts Canada, Région de Terre-Neuve et du Labrador. Rapport d'information N-X-276. 1990. 53 p.

### OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

- Chapman,-A.G; Wray,-R.D. *Christmas Trees for Pleasure and Profit (3 ed.).* New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press. 1985.

### ARTICLES DE REVUES ET DE MAGAZINES :

- Canada. Ministère de l'Agriculture. *Analyse du marché, Arbres de Noël (situation, perspectives), mars 1990, pp. 51-52.*
- Cavaletto,-J. «*Innovative Choose and Cut Marketing.*» *American Christmas Tree Journal.* National Christmas Tree Association. Janvier 1991.

- Dempster,-D. «Why not a living Christmas tree? (Projet de l'Université de Guelph)» *Civic v.41(5)*, mai 1989, pp. 28-29.
- Hildebrandt,-R. «Marketing Christmas Trees: Implication of a Kansas Study.» *Journal of Forestry*. Juillet 1991, pp. 33-37.
- Howard,-T.E.; Walkowiak,-J.T. «Management impacts on Christmas tree returns.» *Northern Journal of Applied Forestry*. Bethesda, Md.: Society of American Foresters. Mars 1988. v.5 (1) pp. 51-55.
- Hamlett,-C.A.; Herrmann,-R.O.; Warland,-R.H.; Zhao,-F.K. «Christmas tree consumption behavior: real vs.artificial.» *Northeastern Journal of Agricultural and Resource Economics*. Morgantown, W.Va. : The Northeastern Agricultural and Resource Economics Association, octobre 1989. v. 18 (2) pp. 135-139.
- King,-M. «Too many trees.» *Ohio Business*, novembre 1987, pp. 34-37.
- Nanney,-B. «Trends, Lifestyle Changes Demand Action Now.» *American Christmas Tree Journal*. National Christmas Tree Association. Octobre 1990.
- \_\_\_\_\_. «An Industry Action Plan for the 1990s.» *American Christmas Tree Journal*. National Christmas Tree Association. Avril 1991.
- Proval,-C. «Wholesaling Christmas Trees.» *Produce Business*. Boca Raton, Florida: Multipress International. Juillet 1991. 7(2) pp. 55-56.
- «NCTA/Gallup Poll Gives Insight into Consumer Use of Christmas Trees.» *American Christmas Tree Journal*. National Christmas Tree Association. Avril 1990.