

---

## COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

**Table filière de l'horticulture ornementale :**

***Jardinier passif, du dimanche ou passionné...  
Trois types de consommateurs, trois motivations bien  
différentes de jardiner***

Saint-Hyacinthe, le 14 novembre 2007 – La Table filière de l'horticulture ornementale est heureuse de présenter le rapport détaillé des résultats des groupes de discussion de consommateurs réalisés à l'été 2007.

Rappelons que l'objectif visé par ces groupes de discussion, réalisés les 3, 4 et 5 juillet derniers à Québec, Montréal et Drummondville, était d'approfondir certains éléments du sondage quantitatif réalisé pour le compte de la Table filière à l'été 2006, auprès de consommateurs de végétaux.

L'analyse de l'information collectée lors de ces groupes de discussion a notamment permis de dresser trois profils type de jardinier parmi les consommateurs : le jardinier passionné, le jardinier du dimanche et le jardinier passif.

Ces groupes de discussion ont également permis d'identifier les motivations de ces trois types de jardinier. Pour le passionné, le jardinage est une occupation quotidienne captivante et grandement valorisante. Le jardinier du dimanche, en plus grand nombre dans la population, voit le jardinage comme un hobby qu'il pratique sur une base hebdomadaire; il apprécie les bienfaits de cette activité physique douce qui se pratique à l'extérieur, dans un décor enchanteur. Enfin, le passif, surtout présent parmi la génération X, voit davantage le jardinage comme une tâche, mais il consent à s'y adonner pour pouvoir bénéficier de la beauté que procure un aménagement paysager car, en revanche, il apprécie les résultats de l'embellissement de son environnement.

La connaissance de ces différents types de consommateur, jumelée aux raisons qui les motivent à jardiner, contribuera certainement à mieux orienter les producteurs dans le développement de produits, et les entreprises de services et de commercialisation afin de mieux répondre aux besoins de leurs clients.

De plus, ces groupes de discussion ont apporté un éclairage supplémentaire quant aux déclencheurs d'achats et à l'information requise par les consommateurs à chaque étape du processus d'achat. Les groupes de discussion sont allés plus loin encore en

examinant plus à fond la réceptivité des consommateurs face aux produits du Québec et leur sensibilité par rapport à l'environnement.

À cet égard, soulignons que parmi les six groupes de consommateurs consultés, la plupart des participants estimaient que les plantes sont en soi environnementales. Planter des végétaux est un geste considéré sain pour l'environnement.

Enfin, les groupes de discussion sont venus confirmer ce que l'enquête quantitative sur la perception des consommateurs, réalisée à l'été 2006, avait déjà démontré : le consommateur achète d'abord une ambiance, un coup de cœur, une couleur, un agencement. En fait, la beauté des plantes est la motivation première des consommateurs.

Le rapport détaillé de ces groupes de discussion est actuellement disponible sur le site de la FIHOQ à l'adresse suivante : ([http://www.fihq.qc.ca/Rapport\\_TFHO\\_07.pdf](http://www.fihq.qc.ca/Rapport_TFHO_07.pdf)).

-30-

Source : Michèle Hivon, agent de développement de marché  
Table filière de l'horticulture ornementale

Info-Pressé : Linda Bossé, agente de communication et de liaison  
FIHOQ, 450-774-2228