TABLE FILIÈRE
DE L'HORTICULTURE
ORNEMENTALE

Une campagne d'industrie:
pour faire face aux nouvelles réalités !

Une grande campagne promotionnelle
d'industrie se prépare...

Serez-vous parmi ceux qui profiteront des retombées?

Une campagne promotionnelle d'industrie, pourquoi?

- Volonté collective, exprimée par tous les secteurs professionnels de l'horticulture ornementale.
- Grâce à une entente entre la FIHOQ et le MAPAQ, la Table filière dispose d'une somme de 600 000$ pour démarrer cette campagne.
- Chaque entreprise pourra profiter des retombées en entreprise et collectivement.

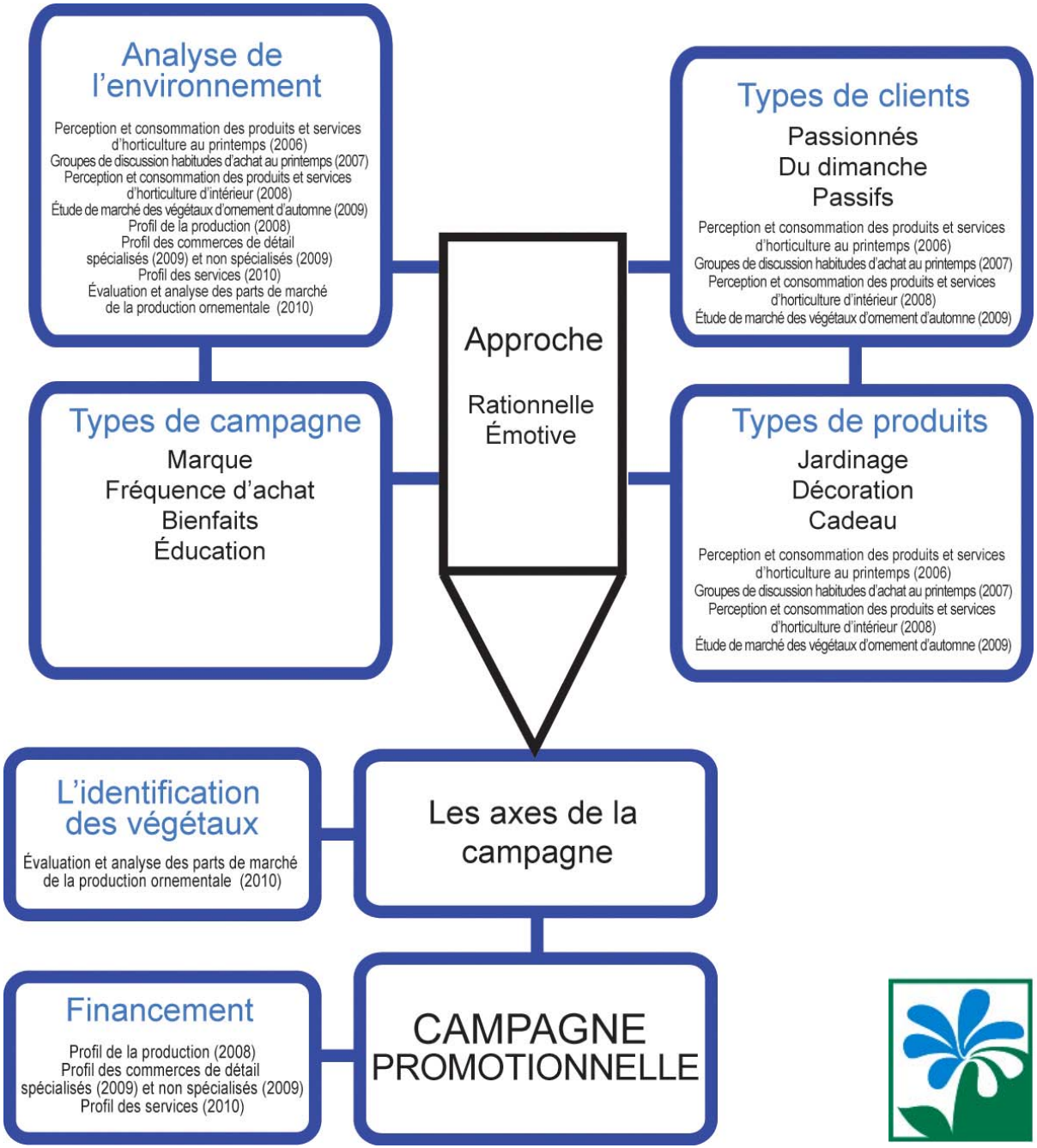

TABLE FILIÈRE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE

Comités consultatifs de l'industrie:
Réflexion sur les enjeux et objectifs

Les enjeux identifiés

- Enjeu 1: Visibilité du secteur
- Enjeu 2: Positionnement du jardinage
- Enjeu 3: Perception des produits et services
- Enjeu 4: Modification des clientèles
- Enjeu 5: Modification des habitudes d'achat

Les enjeux identifiés

- Enjeu 1: **Visibilité du secteur**

- La commercialisation en horticulture ornementale confinée à une très courte période
- Le jardinage a presque disparu des médias
- Les professions de l'horticulture ont besoin d'être reconnues
- Les consommateurs veulent entendre parler des entreprises québécoises

Les enjeux identifiés

- Enjeu 2: **Repositionnement du jardinage**

- Comme loisir de choix, face aux autres loisirs
- Face aux nouveaux signaux que nous lancent les consommateurs (facilité, environnement..)

Les enjeux identifiés

- Enjeu 3: **Perception des produits et services**

- Rehausser la valeur perçue de ce que l'on vend
- Faire et vendre du simple et facile
- Changer l'image des annuelles
- Assurer la qualité
- Promouvoir la solution environnementale
- Mettre en valeur l'origine québécoise

Les enjeux identifiés

- Enjeu 4: **Modification des clientèles**

- Adapter l'offre pour rejoindre les nouvelles clientèles
- Les baby-boomers changent
- Les X et Y ne jardinent pas
- Il faut intéresser les enfants dès maintenant

Les enjeux identifiés

- Enjeu 5: **Modification des habitudes d'achat**

- Prolonger la saison autant pour les commerçants que pour les services
- Étendre la période intense de ventes au-delà du fameux week-end de Dollard

Le grand objectif

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Que l'horticulture ornementale devienne un mode de vie 12 mois par année!

TABLE FILIÈRE
DE L'HORTICULTURE
ORNEMENTALE

Les cibles

- *Cible 1:* adultes de 35 à 55 ans

  Objectif: augmenter le volume d'achat et prolonger la période de consommation

- *Cible 2:* adultes de 55 ans et +

  Objectif: conserver leur clientèle en les accompagnant dans leur mode de vie changeant

- *Cible 3:* les jeunes adultes

  Objectif: les amener à des niveaux de consommation comparables aux 35-55 ans sur un horizon de 5 ans

- *Cible 4:* les enfants

  Objectif: 50% des écoles primaires du Québec devront avoir un projet porteur en horticulture ornementale (jardinage ou autres) d'ici 5 ans.

TABLE FILIÈRE DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE

Comités consultatifs de l'industrie:
Réflexion sur le financement

Les recommandations du comité

- 1: Le financement de la campagne doit provenir des trois secteurs de l'industrie : production, commercialisation et service.

- 2: Le principal mode retenu pour financer la campagne doit être obligatoire. Il peut être complété de modes secondaires non obligatoires.

- 3: La solution de la Chambre de coordination ne semble pas une option souhaitable par les membres du comité.

- 4: Les membres du comité désirent qu'on fasse l'analyse d'autres options légales applicables à notre industrie, par exemple un permis de pratique.

- 5: Les membres du comité désirent que la campagne fasse l'objet d'un processus de réévaluation régulier, basé sur des indicateurs de performance.

Prochaines étapes

- Financement: Évaluation de 6 modes de financement
- Axes promotionnels:
  - Réunions pour choisir des projets collectifs et modes de financement volontaires à implanter en 2011
  - Réunions pour choisir les agences de pub qui vont développer les axes et les messages principaux
- Information et préparation de l'industrie:
  - Création d'un site web
  - Publicité à l'industrie
  - Conférences et rencontres
  - Comités de travail pour les groupes intéressés à développer une stratégie

Une grande campagne promotionnelle
d'industrie se prépare...

Serez-vous parmi ceux qui profiteront des retombées?