

PDS 193001, Déploiement d’une plate-forme de mise en marché virtuelle

pour le secteur de la production de fleurs et de plantes produites au Québec

PSQ & Marché floral | | mars-22

Table des matières

[Problématique 2](#_Toc99610498)

[Objectifs du projet 2](#_Toc99610499)

[Moyens 2](#_Toc99610500)

[Contexte de la réalisation du projet 3](#_Toc99610501)

[Déroulement du projet 4](#_Toc99610502)

[Étude visant à mieux connaître les opportunités de marché reliés à la vente de végétaux dans les petites surfaces du Grand Montréal 4](#_Toc99610503)

[Déroulement marché floral 7](#_Toc99610504)

[Retombées pour le secteur 9](#_Toc99610505)

[Ajustement au déroulement du projet 9](#_Toc99610506)

[Suivi des indicateurs de résultats 10](#_Toc99610507)

[Conclusion 12](#_Toc99610508)

# Problématique

Depuis quelques années la croissance du secteur de la production des plantes ornementales au Québec est ralentie par un accès plus difficile à certains marchés. La structure du marché a évolué au Québec ouvrant une place significative aux détaillants non traditionnel. De plus, le réseau d’approvisionnement pour les fleuristes et les petits détaillants se modifie pour différentes raisons dont la difficulté de transport dans le Montréal métropolitain et le manque de main d’œuvre en boutique. L’adoption de nouvelles pratiques est rendue nécessaire afin de maintenir et de développer les ventes de fleurs et de plantes à ces 2 maillons de la distribution au détail.

La réalisation de ce projet vise à supporter le déploiement d'une plate-forme de vente virtuelle opérée par marché floral et de susciter l’intérêt des producteurs québécois de plantes ornementales et des acheteurs. Essentiellement, cet outil inspiré du mode d’encan de prix dégressif (Type Hollandais) est accessible pour les acheteurs et les producteurs par le web en temps réel ou pour des achats/ventes en différés. Un module permet aux acheteurs qui le souhaitent de faire des achats hors-encan alors qu’auparavant les acheteurs devaient se rendre sur place. La réussite de ce projet réside dans son implantation dans la communauté des acheteurs actuels, potentiels et auprès des producteurs utilisateurs fournisseurs. Ce projet aura des retombées structurantes en permettant une adaptation de la structure de vente et sur l'offre de végétaux d'ornement produit au Québec.

## Objectifs du projet

Favoriser l'implantation d'une solution de transaction en ligne pour les ventes de végétaux d'ornement produits au Québec. Le marché floral a développé une plate-forme de vente en ligne afin de s'adapter aux nouvelles réalités du marché.

## Moyens

* Identifier les opportunités de marché de vente de végétaux chez les détaillants opérant de petites surfaces (ex. dépanneurs) (réf : offre de service Marcon)
* Dresser une liste des acheteurs potentiels, fleuristes, centres jardins et petits détaillants.
* Faire une analyse des produits offerts (volumes, types, période de vente) actuellement par le marché floral et identifier les potentiels de production au Québec
* Organiser et tenir des rencontres en collaboration avec la table filière Ho des groupes et des associations représentants des acheteurs potentiels ou actuels afin de faire la promotion de l'utilisation de la plate-forme et de transmettre l'information sur les potentiels de production
* Organiser et tenir des rencontres régionales sous la forme de groupes de discussions (focus groupe) regroupant les producteurs en serre et pépinière (ex. vivaces en champs et arbustes en pots) afin de recueillir les commentaires et suggestions des producteurs, faire connaître l'offre de service de la plate-forme et faire connaître les opportunités de marché identifiées précédemment.
* Compiler et analyser les données recueillies aux étapes précédentes et rédiger un rapport synthèse d'étape
* Élaborer et rédiger un guide d'utilisation, une liste des questions fréquentes (FAQ) et un tableau synthèse sur l'utilisation de la plate-forme
* Élaborer et mettre en place un accompagnement personnalisé auprès des acheteurs et des producteurs dans l'utilisation de la plate-forme.
* Rédiger et diffuser le rapport final.

## Contexte de la réalisation du projet

Jusqu'à récemment le marché floral procédait par encan à prix inversé physique du type vente au cadran (Clock) Hollandais. Les prix décroissants sont affichés par lot et les acheteurs doivent être sur place pour concrétiser la transaction. Cette nouvelle plate-forme permet une participation à l'encan en ligne aux acheteurs et d'effectuer des achats en pré-vente ou selon des contrats spéciaux d'approvisionnement. Elle permet également aux producteurs d’inscrire ses disponibilités et ses produits sur la plateforme.

La croissance du secteur de la production des plantes ornementales au Québec stagne. La structure du marché a évolué au Québec mettant en place une participation accrue aux détaillants. Les adaptations nécessaires pour développer les industries de distribution des plantes sont nécessaires. Ce projet supporte le déploiement d’une plate-forme de vente virtuelle développée par Marché Floral pour aider les producteurs québécois de plantes ornementales à développer leurs affaires avec des acheteurs locaux.

L’outil consiste d’une plate-forme de ventes basée sur un encan à prix dégressifs accessible par le web en temps réel ou différé (pré enchères). Un module permet également aux acheteurs de faire des achats hors-encan, par l’entremise de Marché Floral. Les commandes sont envoyées chez les producteurs qui confirment ou rejettent les quantités dépendant de leurs disponibilités. Ceci permet une gestion d’inventaire à temps réel ainsi que des prévisions de ventes pour les saisons à venir.

Un comité de démarrage a été formé à partir,

* des représentants des Producteurs en serre du Québec
* des consultants de IQDHO
* des consultants de Marcon
* des représentants de Marché Floral
* des représentants de la table filière en horticulture ornementale
* des représentants de la MAPAQ

Par la suite, en suivant les critères établis par le comité, le Groupe Marcon a réalisé une étude de marché pour évaluer le potentiel de vente de végétaux d’ornement dans les petites surfaces.

Avec les résultats de l’étude réalisée, Marché Floral est responsable de faire une analyse de l’offre de produits sur le marché horticole et identifier les végétaux ornementaux qui pourraient être produits au Québec avec une forte demande.

En utilisant les résultats de l’étude et les besoins de Marché Floral, PSQ en collaboration avec la Table Filière en Horticulture Ornementale a identifié différents produits et a rencontré les groupes d’intérêts pour les intéresser à s’approvisionner via la plate-forme de Marché Floral.

Une fois que les besoins de ces groupes sont analysés, des fiches sont réalisés et des sessions web ont été organisé en remplacement de la tournée régionale d’information prévu pour rencontrer les producteurs et leur offrir des opportunités.

Un déploiement marketing par les groupes des médias sociaux suivra pour encourager les producteurs potentiels et faire mieux connaitre la plate-forme par les acheteurs locaux.

Marché Floral est responsable du suivi personnalisé auprès des producteurs et acheteurs pour les aider dans l’utilisation de la plate-forme.

Cette expérience est utilisée pour élaborer un guide d’utilisation ainsi qu’un document de référence pour accompagner les utilisateurs.

## Déroulement du projet

### Étude visant à mieux connaître les opportunités de marché reliés à la vente de végétaux dans les petites surfaces du Grand Montréal

Une étude sur les opportunités de marché de ventes de végétaux chez les détaillants de petite surface a été complétée par Marcon, un projet pilote pourrait se concrétiser à l’automne 2022 en complémentarité avec le projet plantes vertes et succulentes PDS 213027.

* Cible potentiellement intéressante : commerces de plus petite surface, soit les dépanneurs et les petites aires de vente de produits alimentaires et autres
* Rejoint quotidiennement un grand nombre de consommateurs qui vont se procurer des boissons, produits du tabac et des biens alimentaires de convenance. Plusieurs produits sont aussi offerts à des degrés variables dont une offre habituellement assez limitée de fleurs coupées.
* 6700 établissements de ce type dans la province. De ce nombre, on peut facilement attribuer 30 à 40% dans la grande région de Montréal
* Subit les contrecoups des changements dans le commerce de détail et certains développent des stratégies pour se différencier et se développer
* Décrire l’évolution du marché des commerces de plus petites surfaces comme les dépanneurs et les marchés d’alimentation sur le territoire du Québec
* Analyser les orientations de commercialisation prises par ce secteur et les opportunités que ceci représente pour la vente de végétaux
* Recueillir de l’information sur les produits actuellement achetés, les fournisseurs actuels, les critères et les conditions d’achat, les volumes, la saisonnalité
* Tester des types d’offres qui pourraient être adressées par le Marché Floral à ce genre d’établissements et en estimer le potentiel
* Formuler des recommandations visant à développer la stratégie préliminaire de mise en marché pour fins de validations finales
* Les dépanneurs doivent aujourd’hui **se réinventer ou disparaître**, car les consommateurs ont plus d’options pour se procurer les produits vendus dans ces commerces. Une modification de l’offre s’impose.
* Les dépanneurs qui réussissent bien sont ceux qui se sont collés sur les besoins de la population de leur quartier. Cependant, ce qui peut très bien fonctionner dans un quartier, peut être un échec dans un autre.
* Quelques exemples d’élargissement de l’offre qui fonctionnent bien dans un certain nombre de dépanneurs :
  + Bières de microbrasseries ;
  + Plats prêts-à-manger et mets congelés ;
  + Produits alimentaires locaux ;
  + Boutique cadeaux.

#### Une offre quasi-inexistante dans les dépanneurs

* L’offre de plantes et de fleurs semble aujourd’hui à peu près absente de l’offre des dépanneurs du Québec.
* L’Association des marchands-dépanneurs et épiceries du Québec souligne toutefois qu’il y a 10 à 15 ans, une entreprise québécoise livrait des fleurs coupées dans les dépanneurs. Celles-ci étaient disposées dans une corbeille près du comptoir caisse. L’offre s’adaptait à différentes fêtes dans l’année.
* Cette catégorie de produits est perçue positivement par les experts interrogés. Un des experts avance que ceci pourrait peut-être contribuer à amener plus de femmes à se rendre dans les dépanneurs.
* Le consommateur n’associe toutefois pas les plantes et fleurs à l’offre des dépanneurs.
* La réalisation de projets pilotes apparaît comme indispensable pour documenter des études de cas à diffuser auprès des dépanneurs.
* L’exploitant du dépanneur a besoin de se sentir appuyé et la démarche doit être bien structurée :
  + La logistique de la livraison des produits ;
  + La présentation en magasin et le matériel au point de vente ;
  + L’offre ou non des produits en consigne ;
  + L’entretien des plantes en magasin.
* Les considérations suivantes ont été soulevées par les experts consultés :
* **Offrir en priorité des plantes potagères en pot**
* L’offre de plantes potagères en pot apparaît comme mieux adaptée aux dépanneurs de la région métropolitaine de Montréal, car en phase avec la notion d’un service à la communauté. Ça prend toutefois des plantes qui se conservent longtemps et qui génèrent peu ou pas de pertes.
* **L’offre de plantes en pot à titre de cadeau devrait aussi être considérée**
* Une telle offre se prête particulièrement bien aux dépanneurs qui ont déjà une section cadeau.
* **L’offre de fleurs coupées devrait susciter moins d’intérêt**
* L’intérêt moindre semble s’expliquer par la nature périssable du produit.
* **Se concentrer sur des offres ponctuelles**
* Adapter l’offre selon les différentes fêtes du calendrier.
* **Se concentrer sur les dépanneurs à haut volume**
* Ne pas chercher à vendre dans tous les dépanneurs. Se concentrer sur ceux qui marchent mieux. Ceci exigera une analyse approfondie sur le terrain. Les dépanneurs rattachés à une station d’essence ont habituellement un meilleur achalandage.
* On suggère de consulter les données relatives à l’indice de vitalité des différents quartiers pour cibler les secteurs plus intéressants.
* **Privilégier les dépanneurs plus grands**
* Viser en priorité les plus grands dépanneurs (4000 à 5000 pieds carrés) car ils ont l’espace nécessaire pour bien mettre de l’avant l’offre de plantes et de fleurs en magasin. Dans la région métropolitaine de Montréal, ces points de vente sont surtout concentrés à Laval et sur la Rive Sud et la Rive Nord. À ces endroits, on dispose aussi de plus d’espace pour disposer des plantes et des fleurs à l’extérieur.
* **S’assurer de proposer des produits profitables pour le dépanneur**
* Cibler des produits qui fourniront au détaillant une marge d’au moins 30-35% et un important volume de vente (ex : au moins 20 unités par semaine). Ne pas oublier que si le produit transite par l’entrepôt d’une chaîne, cette marge sera partagée entre la chaîne et le détaillant.
* **Considérer une approche ciblée de vente directe auprès des dépanneurs à haut volume**
* Envisager s’associer à une organisation qui assurera la livraison aux points de vente, de même que la formation et le suivi en magasin avec le détaillant.

### Déroulement marché floral

* Une liste d’acheteurs potentiels tels que les fleuristes et Centres de Jardins au Québec a été compilée par le PSQ.
* Une analyse des produits offerts sur le marché québécois ainsi qu’une liste des besoins du marché pour une production locale a été réalisée par Marché Floral.
* Un guide d’utilisation de la plate-forme ainsi que des documents de consultations ont été publiés par Marché Floral pour encourager la participation des producteurs locaux.
* Deux vidéos de présentations ont également été réalisés et diffusés durant les salons d’horticulture de Québec Vert.
* Un plan a été mis en place pour accompagner des nouveaux producteurs et acheteurs avec des suivis personnels disponibles sur demande. Marché Floral a mis en place un programme de suivi pas vidéoconférence avec des rencontres planifiées tous les trois mois pour les nouveaux utilisateurs ainsi que ceux qui ont besoin de plus d’information.

**Atteintes des objectifs**

L’impact de la pandémie de la Covid-19 a eu un effet majeur sur la réalisation du projet. Plusieurs étapes planifiées n’ont pu être mises en place due aux restrictions imposées par la Santé publique. Cependant ces étapes ont été réalisées sous la forme de rencontres virtuelles, d’autres ont été reportés à une date ultérieure.

L’Étude réalisée par Marcon a été fort utile afin d’orienter le projet. Les principaux résultats ont été énumérés précédemment et le rapport complet de la firme est en annexe.

Par ailleurs, les perturbations de la pandémie ont entraîné des conséquences sur la productivité de l’industrie. Un manque de main-d’œuvre et une demande accrue a causé des ruptures des végétaux chez les producteurs. Cela a à son tour diminué la participation des producteurs à développer de nouveaux clients, car ils mettaient l’emphase sur leurs clients actuels. Cela a engendré des difficultés particulières dans leur participation au projet. Par conséquent les rencontres avec les producteurs ont été reportées à la fin de 2021 pour maximiser la participation.

Même avec ces obstacles, Marché Floral a pu sécuriser la participation de trois nouveaux producteurs locaux québécois en plus de s’entendre avec deux autres producteurs pour la saison 2022. Un fort intérêt pour la plate-forme avec un intérêt de participation une fois le marché stabilisé a été observé chez les autres producteurs consultés. Nous pouvons estimer la participation à 5 fournisseurs additionnels pour la saison 2022-2023 et une dizaine de nouveaux fournisseurs potentiels à court terme.

Malgré ces défis, nous avons rejoint un grand nombre d’acheteurs locaux pour qui la formule d’encan virtuel a permis de rester opérationnels avec les restrictions en place. Nous avons réussi à rejoindre plus de 250 nouveaux acheteurs en depuis le développement de la plateforme, dont 200 sont encore des clients actifs chez Marché Floral (commandes dans les 6 derniers mois).

Marché Floral a pu effectuer une analyse d’offres du marché local ainsi que les produits en forte demande qui pourraient être produits au Québec pour une commercialisation via la plate-forme Marché Floral

Un déploiement marketing a été mis en place par Marché Floral pour essayer de rejoindre les acheteurs locaux durant l’année 2020.

* Un consultant externe a été embauché pour prendre soin des médias sociaux pour promouvoir la plate-forme
* Des publicités imprimées ont été publiées dans le journal Québec Vert qui est ciblé aux producteurs locaux
* Des vidéos informatifs sur le fonctionnement de la plate-forme et l’entreprise ont été conçus et diffusés pendant les expositions Québec Vert 2020 et 2021
* Une publicité additionnelle était mise en place dans le guide de l’acheteur 2022.

Marché Floral a effectué un suivi avec les utilisateurs de la plateforme pour établir un guide en deux volets : une version pour les acheteurs et une version pour les producteurs.

* Un guide d’introduction de la plate-forme pour les nouveaux acheteurs
* Un suivi personnalisé des nouveaux acheteurs (après deux semaines) pour les accompagner dans l’utilisation de la plate-forme
* Une vidéoconférence pour expliquer et conseiller les nouveaux acheteurs ainsi que ceux qui ont des questions
* Un document de référence pour connaître les informations clés

## Retombées pour le secteur

La plate-forme permet de rejoindre un grand nombre des entreprises débutantes ce qui aide au développement des industries locales au Québec.

Depuis l’implantation de la plate-forme, nous observons une augmentation de la part des produits de production québécoise de 5,14%. Cela représente une augmentation en ventes des produits cultivés au Québec de plus de 120 000$, dans une période qui inclut des fermetures des entreprises de la majorité de nos clients.

Les analyses de Marché Floral prévoient une augmentation de la participation des producteurs locaux et d’opérations commerciales dans l’année 2022. Avec comme effet l’augmentation de cette part de participation de 10% par rapport aux chiffres de référence du début du projet.

Divers programmes de représentation des produits locaux que Marché Floral développe en complémentarité avec la plate-forme de vente évaluent l’augmentation des parts des représentations des producteurs québécois de 25% pour une période de 5 ans. (600-700 K$)

## Ajustement au déroulement du projet

Plusieurs éléments sont venus modifier la réalisation du projet. Parmi ces éléments on note la complémentarité avec d’autres projets, la difficulté dans la mise en place du système d’enchère électronique, le changement à de direction au marché floral et finalement la pandémie.

Reprenons en détail chacun de ces éléments. La pandémie a rendu impossible l’organisation d’une tournée. De plus la tenue de l’expo FIHOQ en mode virtuel a rendu la tâche difficile de présenter et de discuter avec les producteurs et les acheteurs. Ces activités ont été en partie remplacer par des communications téléphoniques avec certains producteurs et par des publications au bulletin info serre et la tenue de webinar/zoom. Par ailleurs, la pandémie a modifié la commercialisation des produits de l’horticulture ornementale. Les premières semaines de mars 2020 ont été particulièrement stressante et ont engendrées d’importantes incertitudes. Cette période d’incertitude passée, le commerce a repris avec une forte demande et une offre plus faible, une disparité importante entre l’offre et la demande. Implanté un nouveau système durant cette période a été difficile particulièrement au niveau de l’offre. On a constaté une croissance du nombre d’acheteurs durant cette période en raison d’une offre déficiente. Les producteurs en période de pandémie n’ont eu que peu d’intérêt pour la recherche de nouveaux débouchés.

En cours de réalisation nous avons constaté que des projets de développement de fiches techniques rendaient caduque le développement de fiche dans le cadre de ce projet. Rappelons que la Filière ornementale dans le cadre d’un projet a développé des fiches techniques, que le CRAAQ a publié plusieurs fiches techniques et que dans le cadre du projet intitulé plantes vertes et succulentes. En collaboration avec l’IQDHO nous proposons une banque d’heures afin de supporter les producteurs qui souhaiteraient produire de nouvelles variétés de plantes qui pourront en tout ou en partie être vendus par le marché floral.

Également le changement de direction au marché floral à deux reprises et la difficulté à compléter le module d’enchère a engendré certaines difficultés et reports. Ces difficultés résolues le projet sera pertinent à l’avenir.

.

## Suivi des indicateurs de résultats

Une consultation des acheteurs a été effectuée à deux reprises distinctes. Une consultation initiale a été effectuée par Marcon pendant l’étape d’analyse du marché. Une consultation additionnelle a été effectuée par Marché Floral durant l’analyse des produits locaux et d’importation en vente au Québec. Une troisième étape de consultation est en cours avec les acheteurs pour faire un suivi sur l’implantation de la plate-forme et du projet.

Trois producteurs ont participé et effectué des ventes durant le projet et deux autres sont inscrits pour le printemps 2022.

Cependant, la participation de nouveaux acheteurs a été spectaculaire, plus de 250 nouveaux participants se sont joints à la plate-forme depuis le début du projet, dont 207 restent actifs à ce jour.

Marché Floral en collaboration avec les Producteurs en Serre du Québec continue à faire des suivis réguliers avec les acheteurs et les producteurs actifs pour faire des ajustements et un développement en continu. Une mise à jour de l’impact économique du projet et fait à chaque rapport d’étape.

À la mise en place du projet en 2018 un consultant en médias sociaux a été contracté par Marché Floral pour faire la promotion de la plate-forme. Ce contrat a été mis à terme en octobre 2020 pour une stratégie de promotion différente.

Remplacé par la production de médias digitaux :

* deux vidéos diffusés aux expositions d’affaires et sur les médias sociaux,
* quatre publicités imprimées dans les publications reliées à la distribution de végétaux (Magazine Québec Vert)
* une publicité imprimée dans une publication reliée à l’achat de végétaux (Guide d’acheteur Québec Vert)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Type | But | Résultat |
| Associations Consultés | 3 | Associations des producteurs en pépinière, serre, Filière horticulture ornementale. |
| Fleuristes, Centre Jardin, Petits Détaillants consultés | 50 | Étude Marcon + Marché Floral |
| Producteurs Enquêtés | 50 | Le sondage du PSQ a été transmis à plus de 100 producteurs. De ce nombre 9 ont répondu au sondage. De plus Marché floral a enquêté auprès de 10 producteurs en serre. |
| Nouveaux Producteurs Participants | 10 | 3 actuellement + 2 en 2022 et on estime 5 de plus en 2022-2023 |
| Nouveaux acheteurs inscrits à la plateforme | 50 | 257 nouveaux acheteurs |
| Données Compilés et analysés | Oui | Suivi sur les rencontres Décembre 2021– Janvier 2022 |
| Groupes Média Sociaux formés et alimentés | 2 | 1 par Marché Floral+ Facebook et LinkedIn du PSQ. |

**Suite ou suivi à donner s’il y a lieu**

Des rencontres avec les producteurs des secteurs de végétaux ornementaux ont été planifiées pour le début de l’année 2022 afin de présenter la plate-forme et le mode de vente inédit offert par Marché Floral.

Les résultats de la rencontre seront analysés pour améliorer les fonctionnalités de la rencontre et ces éléments seront ajoutés dans le fil du développement.

Une rencontre de suivi sera planifiée pour les producteurs qui seront intéressés à participer à plate-forme.

Par la suite le comité de lancement se réunira pour faire le suivi des analyses et finaliser les rapports sur le projet.

# Conclusion

En somme le projet malgré ses difficultés d’exécutions en période de pandémie et de forte demande des produits de l’horticulture ornementale sera fort utile et pertinent au cours des prochaines années. On peut anticiper qu’au cours des prochaines années la forte demande de produits laissera graduellement sa place à un déséquilibre dans l’offre et la demande individuelle. Rappelons que les décisions des producteurs de produire plus ou moins sont prises individuellement sans égard aux perspectives de marché. Le contexte économique inflationniste et le retour au voyage en période estivale réduira certainement le revenu disponible des ménages québécois consacré à l’achat de végétaux d’ornements au cours des prochaines années. Le mode de commercialisation par enchère électronique deviendra de plus en plus pertinent notamment en raison de la croissance du nombre d’acheteurs inscrits et de la pénurie de main d’œuvre dans les boutiques florales.