



OUTILS POUR UNE GESTION
RÉSILIENTE DES ESPACES NATURELS

Tiré à part de la revue **Forêt.Nature**

La reproduction ou la mise en ligne totale ou partielle des textes
et des illustrations est soumise à l'autorisation de la rédaction

foretnature.be

Rédaction : Rue de la Plaine 9, B-6900 Marche. info@foretnature.be. T +32 (0)84 22 35 70

Abonnement à la revue Forêt.Nature :
librairie.foretnature.be

Abonnez-vous gratuitement à Forêt.Mail et Forest.News :
foretnature.be

Retrouvez les anciens articles de la revue
et d'autres ressources : **foretnature.be**

SAPIN DE NOËL

comment sauver le
marché de l'arbre
naturel ?

DIDIER PIRON

Aujourd'hui, la Belgique produit, par an, de 4,5 à 6 millions d'arbres de Noël, dont environ 80 % sont exportés. La culture du sapin de Noël présente pour les régions à sol pauvre de l'Ardenne, centre principal de cette culture, un intérêt économique non négligeable. Surtout elle permet une activité horticole en automne et en hiver alors que les récoltes et les travaux des champs sont terminés. Mais depuis 1992, le secteur du sapin de Noël est en crise, les prix de gros se sont effondrés d'environ 80 %.

Depuis une trentaine d'années s'est développée, surtout en Wallonie, la culture de l'épicéa comme arbre de Noël. Au lendemain de la profonde restructuration agricole des années 70, bon nombre de terres à sol pauvre et devenues inexploitées furent cédées en location à des prix dérisoires. Ces terres ne rapportaient quasi plus rien à leurs propriétaires, qui en outre, une fois le bail agricole signé, se trouvaient alors impuissants face aux prérogatives de leurs locataires. Les prix du sapin de Noël étant alors élevés, les plantations d'épicéas autorisées sur terres agricoles se sont mises à fleurir, les planteurs propriétaires y espérant une rentabilité meilleure et trouvant par-là l'occasion de récupérer leur

terre mise en location. L'évolution des pôles de rentabilité les incitait ainsi à enraciner des terres que leurs aïeux avaient défrichées.

Mais depuis 1992, le secteur du sapin de Noël est en crise, les prix de gros se sont effondrés d'environ 80 %. Les producteurs vendent à perte et certains doivent détruire une partie de leur récolte.

LE CYCLE DU COCHON

La crise est dans une certaine mesure d'ordre conjoncturel. En effet, la rentabilité de la culture du sapin de Noël est traditionnellement cyclique et suit

le cycle du cochon. Lorsque l'offre est inférieure à la demande, les prix sont élevés. Ces prix élevés attirent de nouveaux producteurs et incitent les producteurs existants à réaliser de nouveaux investissements et à augmenter les surfaces cultivées. Quelques années plus tard lorsque tous ces nouveaux arbres arrivent à maturité, l'offre devient supérieure à la demande et les prix chutent. Les prix bas provoquent le découragement des petits exploitants. Peu à peu l'offre se raréfie, les plantations diminuent et les prix remontent. La crise actuelle serait due aux prix élevés du début de la décennie. Sur un marché proche de la concurrence parfaite, les prix élevés du début des années 1990 ont incité les producteurs belges et étrangers à

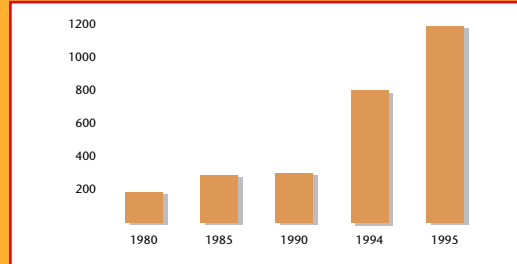


© FW

planter à foison. La croissance des arbres nécessitant de 5 à 12 ans selon les espèces et la taille souhaitée, ces sapins arrivent aujourd'hui à maturité. L'offre ne diminuera donc pas avant quelques années et ce d'autant plus qu'un cadre fiscal particulièrement avantageux (pour ne pas dire plus) ainsi que la faiblesse des prix dans la sylviculture incitent au maintien d'une production excédentaire. Les producteurs professionnels connaissent depuis longtemps ce mouvement cyclique des prix et attendent habituellement avec confiance le retour de la phase ascendante. Cependant les prix tardent à remonter et les producteurs sont inquiets car la crise semble cette fois-ci également structurelle.

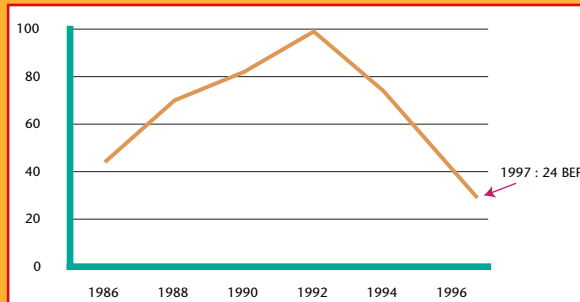
Évolution du nombre d'hectares consacrés à la culture du sapin de Noël en Belgique

La crise actuelle serait due aux prix élevés du début de la décennie. Sur un marché proche de la concurrence parfaite, les prix élevés du début des années 1990 ont incité les producteurs belges et étrangers à planter à foison.



Évolution des prix sur pied d'un épicéa de 150 cm à 200 cm de hauteur

Depuis 1992, le secteur du sapin de Noël est en crise, les prix de gros se sont effondrés d'environ 80 %.



L'ÉPICÉA, LE SAPIN DE NOËL IDÉAL ?

Jusqu'à présent, les producteurs wallons se sont tournés essentiellement vers la production de l'épicéa commun, à la fois par tradition et parce que sa culture est relativement facile et bien adaptée aux régions à sols pauvres et au climat humide de l'Ardenne. Par rapport au sapin (stricto sensu), l'épicéa pousse rapidement, il est robuste et nécessite peu d'entretien. Mais, sur le marché du sapin de Noël, cet arbre est handicapé par deux points faibles : d'une part, il perd rapidement ses aiguilles ; d'autre part, il n'est pas toujours homogène : chaque spécimen est différent des autres et pas toujours parfait. Ces points faibles le rendent vulnérable face à une double concurrence, celle du Sapin de Nordmann et celle du sapin artificiel. Le Sapin de Nordmann est produit essentiellement au Danemark ; cette espèce utilisée depuis longtemps dans les pays germaniques et nordiques, brunit sans perdre ses aiguilles. Mais l'adversaire le plus dangereux, c'est le sapin artificiel « made in China » ; ses progrès esthétiques et son coût en constante diminution le rendent de plus en plus attrayant. En Belgique, son utilisation égale celle du sapin naturel et une étude réalisée au Danemark prévoit, qu'au niveau euro-

péen, ses ventes vont encore augmenter. En France, en 1996, sur 5 sapins achetés, un était artificiel. La situation est d'autant plus inquiétante pour les producteurs d'arbres naturels que le sapin artificiel est réutilisable ; un consommateur ayant acheté un sapin artificiel est le plus souvent un consommateur perdu pour plusieurs années, si pas à jamais.

Enfin, un dernier danger, sans doute moins immédiat mais certainement pas moins redoutable, est l'abandon possible de la coutume. Aujourd'hui, en Belgique, un quart de la population ne met pas d'arbre à Noël. Ce chiffre traduit-il un désintérêt pour la fête de Noël et ne risque-t-il pas d'augmenter ? Autrefois, dans une société largement paysanne et profondément chrétienne, Noël symbolisait tantôt la naissance du Christ, tantôt le solstice d'hiver qui annonçait le retour espéré du printemps ; le sapin, qui au cœur de l'hiver garde ses aiguilles toujours vertes, était le symbole de la vie qui continue ; il marquait le rythme du temps, montrait la persistance de la vie dans une nature en sommeil et annonçait son prochain réveil. Aujourd'hui, dans une société où les églises se vident et où moins de deux pour-cent de la population travaille dans l'agriculture, quel sens portent encore l'arbre et la fête de Noël ?



© FW

Cette tradition va-t-elle perdurer ou risque-t-elle de disparaître ? Une croyance ou une coutume ne peut être une pure survivance, mais doit, pour persister, garder une fonction dans la culture dont elle fait partie. La fête de Noël a-t-elle encore une signification aujourd'hui ? De la réponse dépend l'avenir de l'arbre de Noël.

COMMENT SAUVER LE MARCHÉ DE L'ARBRE NATUREL ?

Trois menaces potentielles planent sur l'arbre naturel. La première consiste en l'altération progressive de la fête, c'est-à-dire la possibilité qu'elle soit fêtée par un moins grand nombre de personnes. La deuxième est la dissociation possible entre la fête et l'arbre. Contrairement à ce que l'on croit souvent, la coutume de mettre un arbre à Noël n'est pas fort ancienne dans nos contrées. La troisième menace est l'arbre artificiel, celui-ci ne va-t-il finalement pas supplanter l'arbre naturel ?

La question de l'avenir se pose donc aujourd'hui pour les producteurs wallons, question d'autant plus difficile à envisager que si pour un cochon il faut attendre en moyenne six mois avant sa commercialisation ce qui permet à l'offre de réagir rapidement à une situation de surproduction, il faut par contre, une fois planté, 6 ans à un épicéa et de 10 à 12 ans à un Sapin de Nordmann pour arriver à maturité comme arbre de Noël. Un changement opéré aujourd'hui dans la pro-

Conscient de la nécessité de diversifier l'offre, certains producteurs expérimentent la production d'autres essences.

duction ne portera donc ses fruits que dans six à dix ans.

Les producteurs wallons doivent réagir. À court terme d'abord, sous peine de se trouver avec des produits de faible qualité sur un marché très concurrentiel, à long terme ensuite en surveillant le cycle de vie du produit et en essayant d'adapter l'offre à la demande. Mais dans quelles directions doivent-ils porter leurs efforts ? Doivent-ils se désengager, réorienter leur production vers d'autres variétés, ou mener des actions de promotion ? Et si oui, quel socle pourrait constituer le fondement de ces campagnes publicitaires, et quelle forme pourrait en constituer les piliers ?

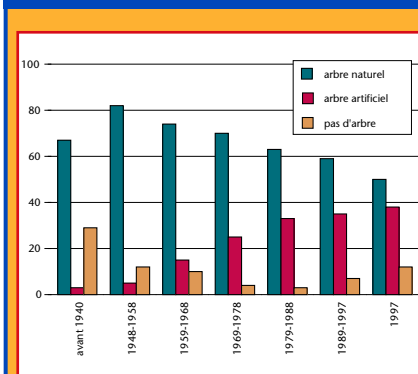
Pour répondre à ces questions, il fallait étudier le marché et tenter de mieux comprendre les motivations du consommateur. C'est l'objectif du mémoire dont est issu cet article. Au travers d'une étude de marché, il sonde le comportement du consommateur de sapins de Noël et tente d'en tirer des enseignements pour l'avenir. Plus précisément il s'efforce de répondre à ces quatre questions : La fête de Noël risque-t-elle de s'altérer ? L'arbre est-il indispensable à la fête ? Est-il possible et par quelle manière de

contrer l'offensive du sapin artificiel ? Quelles sont les exigences des consommateurs envers l'arbre naturel ? 3500 formulaires comprenant plus de 70 questions furent distribués, 850 environ furent complétés.

L'ARBRE DE NOËL : ÉTUDE DE CONSOMMATION RÉALISÉE EN COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Dans les années d'après guerre, plus de 80 % des ménages mettaient un arbre naturel. Ils sont moins de 40 % à encore utiliser un arbre naturel aujourd'hui. Depuis 40 ans, l'arbre naturel connaît une baisse de ses parts de marché et ce mouvement tend à s'accélérer depuis 5 ans : depuis l'année 1993, le sapin naturel a perdu 9 % de parts de marché, soit 2 % par an. Ce recul résulte autant de la diminution du nombre de personnes mettant un arbre à Noël qu'à un usage plus intensif de l'arbre artificiel.

Historique des parts de marché



Depuis 50 ans, la part de marché de l'arbre naturel n'a cessé de diminuer au profit de l'arbre artificiel.

LES MÉNAGES SONT MOINS NOMBREUX À METTRE UN ARBRE À NOËL

Bien que la fête de Noël soit aujourd'hui la fête la plus célébrée, un quart de la population belge ne décore pas d'arbre à Noël. Et si la moitié des personnes ne peut imaginer un Noël sans sapin, un quart affirme qu'il n'est pas indispensable à la fête. Le Consommateur type d'arbres de Noël est la famille traditionnelle : le couple uni



avec enfants ou accueillant des enfants à la maison durant les fêtes (par exemple, les grands-parents avec leurs enfants).

Si de nos jours l'usage de l'arbre à Noël tend à diminuer, cela résulte du piètre statut que l'arbre tient aujourd'hui dans la fête et de l'évolution des structures de notre société : sociale, démographique, religieuse.

POURQUOI DE PLUS EN PLUS D'ARBRES ARTIFICIELS ?

Le sapin artificiel est omniprésent durant les fêtes de fin d'année. Ses atouts sont nombreux : propreté, durée de vie de plusieurs années, facilité de rangement. Depuis une dizaine d'années, les sapins artificiels gagnent en qualité. Ils se diversifient également : il en existe plus de 20 types différents se distinguant les uns des autres par le nom, l'aspect général, la forme des aiguilles, la couleur, la composition, le montage, la qualité et bien évidemment le prix. Tous les arbres sont composés de PVC, de métal, de polyéthylène. Ils sont fabriqués à bas prix en Chine Populaire ou à Taiwan, quelques-uns viennent de Thaïlande et du Viêt-nam.

L'aspect pratique représente l'atout majeur de l'arbre artificiel. Il ne nécessite pas de transport et sa mise en place est aisée.

Mais au-delà de ses qualités, l'arbre artificiel doit principalement son succès aux erreurs de stratégie

commerciale dont souffre l'arbre naturel.

L'arbre de Noël n'a pas de signification propre

En hiver, le sapin est un des rares arbres à conserver sa verdure quand les autres la perdent. Il est donc parti-

Coupé, en motte ou en pot, il en faut pour tous les goûts. Le tout est de pouvoir prévoir les quantités exactes...



© FW

culièrement apte à symboliser la persistance de la vie au cœur de l'hiver lorsque la nature s'est endormie, et le présage du renouveau. C'est autour de cette symbolique que tournent toutes les traditions païennes liées au culte solaire et les traditions chrétiennes liées à la naissance du Christ.

En fait, aujourd'hui, quasiment personne ne sait et ne se soucie d'ailleurs de la raison pour laquelle un arbre est dressé à Noël. Pour une large majorité, la fonction unique de l'arbre de Noël est de marquer, de signaler la période de fête.

Première conséquence, ce manque de symbolique ravale l'arbre naturel au rang d'une simple décoration. De ce fait, il en devient facilement substituable.

Seconde conséquence, 96 % des raisons alléguées pour mettre un arbre à Noël s'appliquent aussi bien à l'arbre artificiel qu'à l'arbre naturel ! Et puisque l'arbre artificiel est plus pratique et meilleur marché, les consommateurs se tournent naturellement vers lui.

Troisième conséquence, le sapin devient pour la majorité des ménages quelque chose de peu important pour lequel ils ne sont pas prêts à investir financièrement, particulièrement les personnes optant pour l'arbre artificiel. 90 % des personnes achetant un arbre artificiel affirment d'ailleurs que le côté bon marché de l'arbre artificiel explique leur attirance pour l'imitation en polyéthylène.

La qualité des arbres naturels

Les arbres naturels vendus sont de qualité inégale et globalement trop faible. Seuls 29 % des personnes associent spontanément arbre naturel et qualité. Les consommateurs perçoivent deux défauts majeurs au sapin naturel : la perte des aiguilles (21 %), et la conformité (22 %).

La faible qualité tient à plusieurs facteurs :

- ◆ La culture des arbres étant réalisée sur terrains horticoles et non forestiers, la coupe est obligatoire après 7 ans. Or l'idéal serait de sélectionner uniquement les arbres de premier choix et de laisser pousser les autres pour les destiner à la production de

papier ou de bois. Mais comme les producteurs sont tenus de couper tous leurs arbres, il est logique qu'ils essayent d'en vendre le maximum, même les plus laids, pour se débarrasser de ces derniers, chaque producteur n'hésite pas à demander un prix dérisoire car il vaut mieux vendre à bas prix que de ne pas vendre du tout. Le 25 décembre la valeur de l'arbre devient même négative puisqu'il faut consacrer des ressources à son élimination.

- ◆ L'effondrement du prix du bois destiné à la pâte à papier incite à vendre comme arbres de Noël des sapins de première éclaircie. Ceci n'améliore pas la qualité des arbres mis sur le marché.

La commercialisation

Un facteur important du déclin de l'arbre naturel est l'incurie de sa commercialisation face à une concurrence organisée vendant un produit dont la qualité ne cesse de s'améliorer : une publicité active visant le consommateur est réalisée par les grandes surfaces au profit de l'arbre artificiel. À celle-ci ajoutons la publicité gratuite réalisée par presque tous les commerçants exposant l'arbre artificiel dans leurs vitrines au moment des fêtes.

Les producteurs d'arbres naturels ne sont pas en contact direct avec les acheteurs, leurs actions publicitaires visent essentiellement les grossistes. La distribution se fait soit par des agents occasionnels (écoles, scouts) qui n'ont pas de perspectives à long terme, soit par des agents trop petits (fleuristes) pour agir sur le marché ou des agents pour qui ce produit représente un intérêt négligeable. Ce qui fait que les souhaits, le comportement des consommateurs ne sont pas pris en compte.

De plus, le comportement micro-économique de chaque agent tendant à maximiser son profit individuel induit des comportements ayant pour conséquence de discréditer l'arbre naturel et qui paraissent aberrants d'un point de vue macro-économique.

En voici quelques exemples :

- ◆ Les grandes surfaces vendent à la fois des sapins artificiels (dont ils

font une promotion importante durant les fêtes) et également des sapins naturels de second choix ou abîmés par le stockage. Le consommateur peut ainsi comparer de visu un sapin naturel médiocre et un sapin artificiel tout neuf et flamboyant.

- ◆ Certaines grandes surfaces annoncent dans leur publicité qu'elles offrent un sapin de Noël gratuit lors d'une visite au magasin ou « à l'achat de 1000 francs de tel ou tel produit ». Ces sapins, livrés très bon marché par le producteur content de se débarrasser de cette marchandise, sont de très mauvaise qualité (3^{ème} choix), ont été souvent coupés trop tôt et perdent donc très rapidement leurs aiguilles. Cette pratique a pour conséquence d'ébranler l'image du sapin naturel, mais également d'empêcher la vente d'un arbre de qualité vendu à un prix raisonnable.
- ◆ Dans le même genre, certains magasins demandent aux producteurs de





© FW

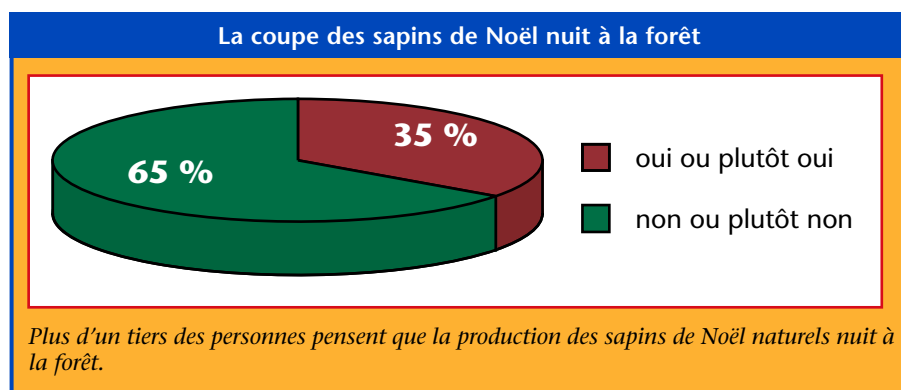
leur livrer leur tout bas de gamme à très bas prix, pour pouvoir annoncer dans leur publicité « sapins de Noël à partir de... ».

Le prix

Il existe un trop grand écart entre le prix à la production et le prix de vente au consommateur. En 1997, le prix sur pied d'un arbre destiné aux grossistes était de 25 francs et son prix moyen à la vente aux particuliers était de 380 francs.

L'allongement de la période des fêtes de fin d'année

La période des fêtes étant une période particulièrement lucrative, les commerçants ont tendance à vouloir la faire commencer de plus en plus tôt. Cet allongement de la période des fêtes profite incontestablement au sapin artificiel. En effet, d'octobre à



début décembre, quasiment toutes les vitrines sont décorées avec des sapins artificiels. Alors que les sapins artificiels sont en vente dès octobre, les sapins naturels ne sont réellement disponibles qu'en décembre. Durant presque deux mois le sapin artificiel se trouve sans concurrent.

Le souci de préserver la nature

Le sapin artificiel est évidemment beaucoup plus nuisible pour l'environnement que le sapin naturel. Il apparaît que la quantité de CO et de CO₂ générée lors de la destruction d'un arbre

artificiel est sans commune mesure avec celle générée par l'arbre naturel et que celle-ci aboutit également au dégagement de certaines substances toxiques. La production d'un arbre artificiel nécessite également cinq fois plus d'énergie que celle d'un arbre naturel. De plus certains arbres contiennent de grandes quantités de chrome, de plomb et de cadmium. Cependant cette information est ignorée du grand public et plus d'un tiers des personnes interrogées pensent que « la coupe des sapins de Noël nuit à la forêt ».

PROFIL DES CONSOMMATEURS

Il existe une corrélation parfaite entre le type d'arbre et le diplôme. Alors que

seulement 29 % (± 8 %) des personnes ayant réalisé des études supérieures de type long mettent un arbre artificiel, ce chiffre grimpe à environ 80 % (± 13 %) pour les personnes ayant accompli tout au plus leurs études primaires.

À la campagne, l'emploi de l'arbre naturel est plus élevé qu'en ville alors que celui-ci diminue avec l'âge.

L'AVENIR DE L'ARBRE NATUREL

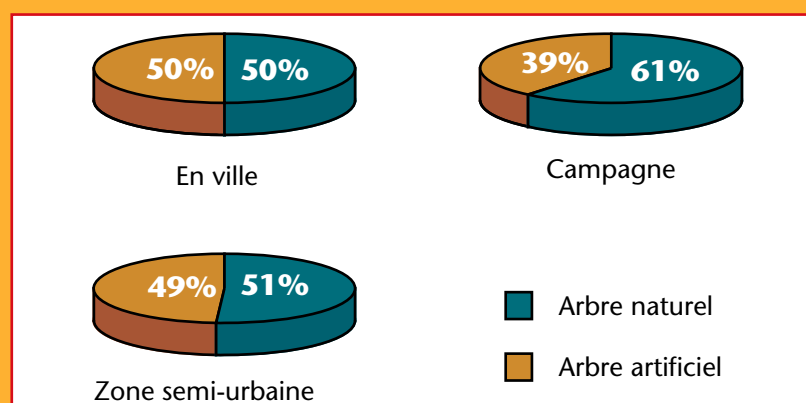
Le remplacement progressif de l'arbre naturel par l'arbre artificiel tient à plusieurs facteurs dont le moindre n'est pas l'incurie de sa commercialisation face à une concurrence organisée vendant un produit dont la quali-

té ne cesse de s'améliorer. Mais le facteur décisif du déclin de l'arbre naturel vient sans nul doute du piètre statut que l'arbre de Noël tient aujourd'hui dans la fête. Pour la majorité des personnes, sa fonction unique est de marquer, de signaler la période de fête. L'arbre artificiel remplit aussi bien ce rôle d'annonce que l'arbre naturel et puisqu'il est plus pratique et meilleur marché, les consommateurs se tournent naturellement vers lui.

Tous les indices indiquent une marginalisation progressive de l'arbre naturel. C'est pourquoi, à long terme, soit les producteurs doivent se désengager progressivement du secteur et envisager leur reconversion, soit ils doivent réagir en s'organisant au sein d'une union professionnelle solide pour mener une stratégie marketing cohérente et efficace. En effet, le combat n'est pas perdu d'avance :

- ◆ Seuls 43 % des arbres artificiels sont déclarés sans aucun défaut ;
- ◆ L'odeur du sapin est jugée importante par 44 % des personnes mettant un arbre artificiel ;
- ◆ Les sapins naturels sont jugés plus beaux que les sapins artificiels par 66 % des personnes mettant un arbre artificiel ;
- ◆ Une majorité considère comme un inconvénient de l'arbre artificiel le

Proportion d'arbre naturel et artificiel en fonction de la zone d'habitat



25 ha. de pépinières destinées à la culture du sapin de Noël et à la forêt.

Toutes nos pépinières sont situées sous le climat rude de l'Ardenne, à 500 mètres d'altitude.

RECHERCHONS POUR AUTOMNE 1999

TERRES À LOUER POUR CULTURES DE SAPINS DE NOËL
DANS LA RÉGION DE NEUFCHÂTEAU - BOUILLON
(location hors bail à ferme pour une durée de 5 à 10 ans).

RECHERCHONS

UN OPÉRATEUR QUALIFIÉ
EXPÉRIMENTÉ DANS L'UTILISATION DE MATÉRIEL AGRICOLE
(tracteur, pulvérisateur, arracheuse, ...)
Permis camion souhaité.

PRENDRE CONTACT AU :

061/27.73.79 - 0495/30.31.37 - 061/46.66.31



Mon-Idée, 42bis
6840 NEUFCHÂTEAU
Tél.: 061/27.73.79 - Fax.: 061/27.92.17
Chemin de la Hate, 26
6838 CORBION
Tél.: 061/46.66.31 - Fax.: 061/46.71.80

Productivité
Service personnalisé
30 années
d'expérience

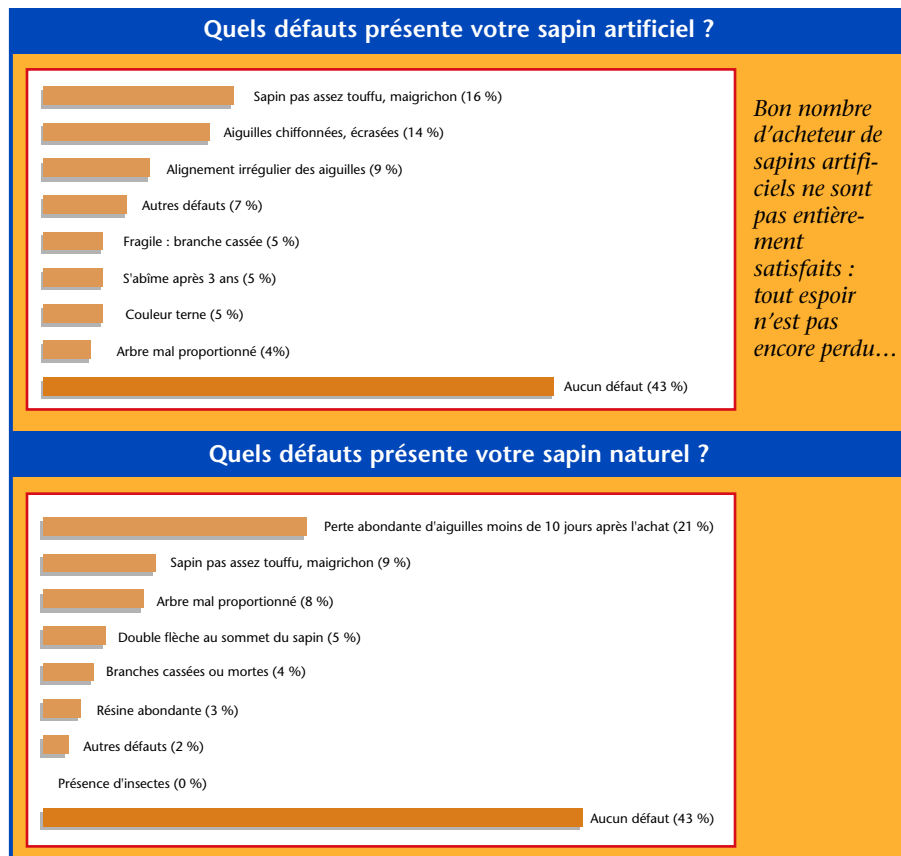
fait qu'il soit le même chaque année ;

- ◆ Le caractère naturel de l'arbre peut être amplifié en soulignant l'aspect écologique de sa production par rapport à celle de l'arbre artificiel.

L'arbre artificiel ne doit pas être combattu sur son propre terrain. Quoi qu'on y fasse, l'arbre artificiel sera toujours plus pratique, moins salissant et beaucoup plus économique. Si un consommateur ne trouve aucune raison particulière de mettre un arbre naturel plutôt qu'un arbre artificiel, il est logique qu'il opte pour l'arbre artificiel. Il faut donc donner au consommateur une justification à investir dans un arbre naturel plutôt que dans un arbre artificiel. Aux qualités concrètes de l'arbre artificiel, terrain sur lequel l'arbre naturel ne peut rivaliser, doivent être opposées les qualités évocatrices de l'arbre naturel. Sur ce plan, celui-ci est beaucoup plus fort. Il faut donc différencier les deux produits en mettant en évidence ce qui fait l'originalité de l'arbre naturel, son caractère symbolique, naturel et traditionnel. Ces trois qualités qui ne peuvent être attribuées à l'arbre artificiel, s'inscrivent particulièrement bien dans la « culture de Noël ». L'arbre traditionnel doit être opposé à l'imitation en plastique (ou en polyéthylène).

Il est indéniable que les producteurs et vendeurs d'arbres naturels utilisent très mal le caractère naturel dans la promotion de leur produit. Ils devraient au minimum essayer de communiquer ce caractère naturel par le langage. Alors que les vendeurs d'arbres artificiels gommement systématiquement le mot « artificiel » de leurs dépliants publicitaires et choisissent souvent des noms évoquant une nature vierge et immaculée, les pépiniéristes continuent à utiliser le nom latin des espèces. Pourtant *Picea abies*, *Picea glauca*, *Picea omorika*, *Picea pungens* gagneraient beaucoup à être appelés par leur noms populaires plus évocateurs de Sapin rouge, Épinette blanche, Sapin de Serbie ou du Caucase. Les vendeurs doivent également bannir de leur vocabulaire l'appellation « arbre de Noël » qui se prête aussi bien à l'arbre naturel qu'à l'arbre artificiel.

Il faut également augmenter la satisfaction du consommateur en lui offrant des produits de qualité à un prix raison-



Bon nombre d'acheteur de sapins artificiels ne sont pas entièrement satisfaits : tout espoir n'est pas encore perdu...

nable, en lui proposant un choix et en lui donnant l'occasion de se valoriser par son achat. Un renouvellement régulier des espèces proposées sur le marché permettrait de créer un phénomène de mode offrant à chaque consommateur la possibilité de se distinguer de son voisin ou à une classe sociale de se distinguer d'une autre.

Le plus sûr moyen pour que le consommateur puisse acheter un arbre qui lui plaise est de lui proposer un choix. Chaque espèce a des défauts et des qualités. Certains consommateurs attachent une importance primordiale à la perte des aiguilles, d'autres ne sont pas gênés par cet aspect mais souhaitent absolument un sapin dégageant beaucoup d'odeur, d'autres ont besoin d'un tout petit sapin (20 % des sapins artificiels vendus ont moins de 1 mètre). Il faut donc offrir au consommateur une gamme de produits qui lui permette d'effectuer un choix en fonction des critères qu'il juge les plus importants. Les producteurs doivent au plus vite diversifier la production des espèces d'arbres de Noël. L'offre d'une gamme de produits augmentera la satisfaction des consommateurs et permettra au producteur de ne pas se retrouver dans quelques années avec un produit indifférencié sur un marché hyperconcurrentiel. Cinq ou six variétés différentes semblent un minimum.

En ce qui concerne la commercialisation, les entrepreneurs les plus dynamiques pourront tirer leur épingle du jeu, car même dans le contexte actuel, il existe des niches de profit. C'est dans la vente directe au consommateur que réside la principale marge bénéficiaire. Il est certain que d'un point de vue stratégique, les entrepreneurs doivent renforcer l'intégration verticale de leurs activités et posséder une main mise sur la distribution de leurs produits.

La plus grave erreur que pourraient commettre les producteurs serait d'attendre sans rien faire une hypothétique remontée des prix ou de se contenter de remplacer la culture de l'épicéa par celle du Sapin de Nordmann sous prétexte qu'aujourd'hui il se vend bien. Ils se retrouveraient alors dans dix ans dans la même situation de crise qu'avec l'épicéa, sauf que leur part de marché se serait encore outrageusement réduite au profit de l'arbre artificiel. Les producteurs wallons doivent sortir de leur immobilisme, l'avenir de l'arbre naturel et de leur Profession est entre leurs mains.

d'après PIRON DIDIER [1998]. L'arbre de Noël ; Étude de consommation réalisée en Communauté française. Mémoire de fin d'étude, facultés universitaires Notre-Dame de la Paix, Namur.

1 MEYS BERNARD, 1993 – Création d'une entreprise de production et de vente de sapins de Noël. Mémoire de fin d'étude, faculté universitaire de Mons.