

Baromètre CQCD

Panel de consommateurs

Janvier 2024



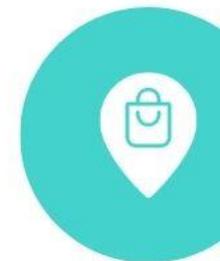
Conseil
québécois
du commerce
de détail

Propulsé par

ORAMA MARKETING

Table des matières

Mot du CQCD	3
Méthodologie	4
Sommaire exécutif	5
Section 1 : Situation actuelle face à l'économie	8
Section 2 : Comportements et types d'achat	17
Section 3 : Achats sur Internet	23
Section 4 : Produits et commerces locaux	28
Section 5 : Certification de produits québécois	37
Section 6 : Retour sur les Fêtes	42



Le Baromètre CQCD : un outil d'intelligence d'affaires

Le **Conseil québécois du commerce de détail (CQCD)** a développé, en partenariat avec **ORAMA Marketing**, le **Baromètre CQCD**, un outil d'intelligence d'affaires, qui tente d'amener un peu plus de clarté aux détaillants face aux comportements des consommateurs.

Le Baromètre CQCD, c'est :

- un sondage à intervalles réguliers;
- plus de 1 000 Québécois sondés, principaux responsables des achats;
- des indicateurs fixes suivis régulièrement;
- des mesures spécifiques, en ligne.

Quelles actions mettre de l'avant et quelles décisions d'affaires donneront les meilleures chances de faire face au contexte actuel du secteur? Le *Baromètre CQCD* tente de mieux comprendre le point de vue du consommateur et de prendre le pouls des tendances actuelles, afin de susciter ces réflexions de façon éclairée chez les détaillants québécois.



MÉTHODOLOGIE

MÉTHODE DE COLLECTE DES DONNÉES

UNIVERS

SÉLECTION DES RÉPONDANTS

LANGUE D'ENTREVUE

DATE DE COLLECTE DES DONNÉES

NOMBRE DE RÉPONDANTS

PONDÉRATION

MARGE D'ERREUR

ORAMA MARKETING

Sondage Internet

Québécois de 18 ans et plus

Invitation à participer au sondage
envoyée via le panel Web (Dynata)

Français et anglais

Du 24 au 29 janvier 2024

1 027

Selon la population du Québec :

Région administrative, sexe, âge et nombre de personnes
dans le ménage.

Étant donné le caractère non probabiliste de l'échantillon,
le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.



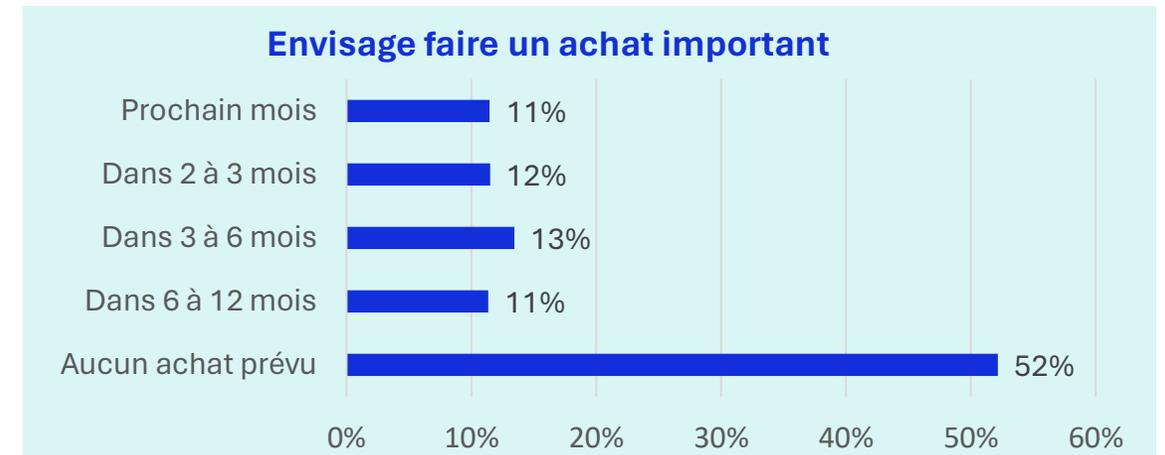
Sommaire exécutif

Baisse de la confiance des consommateurs

- L'indice de confiance des consommateurs québécois **glisse** encore, passant de 78,7 à 84,5 à 82,1 en trois mois. L'indice retombe au niveau d'octobre 2022.
- Au cours des 3 prochains mois, un Québécois sur cinq (18 %) croit que la situation financière de son ménage se **détériorera**, une baisse de 3 % depuis octobre dernier.
- Quatre adultes sur dix (41 %) croient que la situation économique au Québec va se **détériorer** au cours des 12 prochains mois, une baisse de 2 %.
- La majorité des consommateurs (59 %) pensent que les **prix à la consommation** vont encore augmenter au cours des 12 prochains mois, le même résultat qu'il y a 3 mois.
- Plus d'un Québécois sur deux (52 %) croit que la province va entrer en **récession** d'ici la fin de l'année, en hausse de 3 % depuis octobre 2023. Par rapport au sondage de juin 2023, il s'agit d'une forte hausse de 11 %.

Forte hausse des intentions d'achat d'ordinateurs

- Malgré la hausse des prix à la consommation, un quart des Québécois (23 %) ont l'intention de faire un **achat important** au cours des trois prochains mois. Il s'agit d'une forte baisse de 6 %.
- Les intentions d'achat important grimpent fortement dans deux catégories : les **ordinateurs et accessoires** (+10 %) et la **rénovation de la maison** (+9 %).
- Cependant, moins de Québécois effectueront d'achats de **voiture/moto** (baisse de 16 %) d'ici le mois d'avril.



Sommaire exécutif (suite)

Plus d'acheteurs de produits de divertissement

- Au cours du dernier mois, plus d'un Québécois sur deux (57 %) a fait au moins un **achat sur Internet**, un résultat stable depuis août 2023.
- Durant cette période, on remarque une hausse de 5 % des consommateurs ayant fait des achats de **livres/musique/vidéo**, tous points de vente confondus.
- Seulement 15 % des consommateurs prévoient augmenter leur niveau **d'achat sur Internet** dans les trois prochains mois, en forte baisse (-7 %).

Tendance sur l'achat des produits locaux

- Lorsque l'on parle **d'intention d'achat**, près des deux tiers des Québécois (62%) disent avoir tendance à **favoriser ou privilégier l'achat local**.
- Cependant, lorsqu'il s'agit de **déboursier pour un tel achat**, les Québécois se font définitivement plus discrets. Au cours des douze derniers mois, les tendances sont les suivantes :

- Plus du tiers des Québécois (38%) n'est pas prêt à déboursier un sou pour obtenir un produit québécois.
- Seulement le quart des Québécois (26%) est prêt à payer 5% ou plus pour acquérir un produit québécois.
- Un peu plus d'un Québécois sur vingt (7%) est prêt à payer 10% ou plus pour acquérir un produit québécois.
- L'importance accordée à l'achat dans un commerce local ne varie pas beaucoup selon les différentes catégories de produits.
 - À l'exception de **l'achat de biens courants** ou 31% des Québécois, trouve important de fréquenter un commerce local, pour toutes les autres catégories de produits, seulement 10% à 15% des Québécois trouve important de fréquenter un commerce local.

Sommaire exécutif (suite)

Notoriété des certifications en hausse

La **notoriété** des certifications des produits québécois est en hausse depuis un an :

- Produit au Québec : 76 % (vs 62 % en 2022);
 - Fabriqué au Québec : 66 % (vs 51 % en 2022);
 - Conçu au Québec : 48 % (vs 32 % en 2022).
- La **principale raison** de ne pas acheter un produit certifié demeure le prix. En effet, 44 % des Québécois ne sont pas prêt à payer un montant supplémentaire pour acheter des produits affichant les marques de certification.
 - Même à qualité égale, un tiers des consommateurs (37 %) ne sont **pas prêt à payer** plus pour un produit affichant une marque de certification.

- Pourtant, la majorité des consommateurs (80 %) disent que la présence des marques de certifications sur un produit **influence** au moins un peu leur achat, une hausse de 6 % en trois mois.

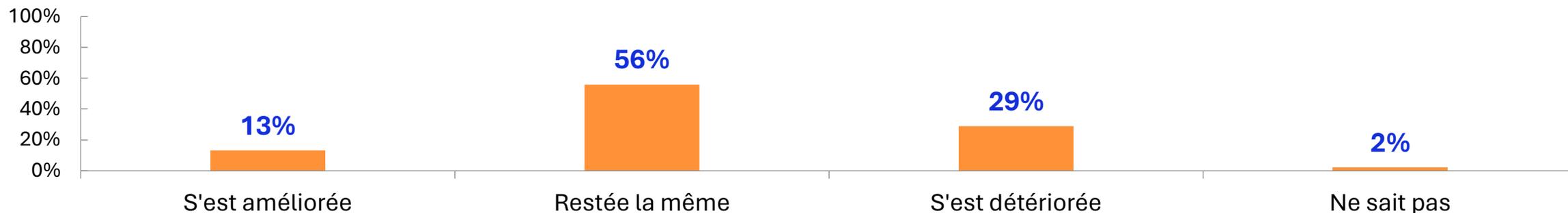




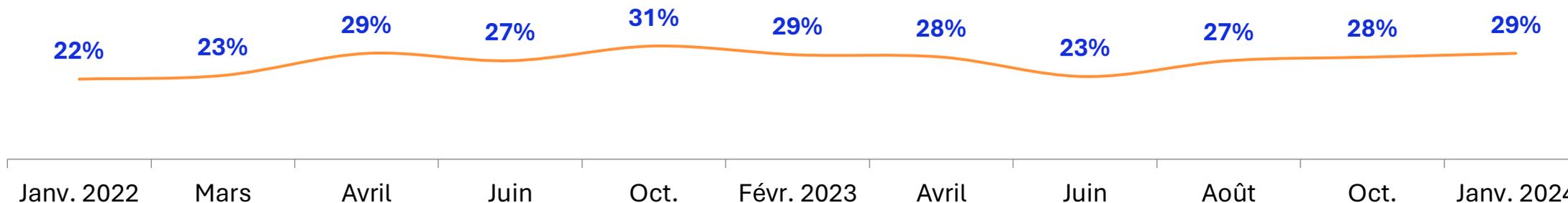
Section 1 : Situation actuelle face à l'économie

Situation financière des ménages — derniers mois

La situation financière générale du ménage au cours des 6 DERNIERS mois (Q41)

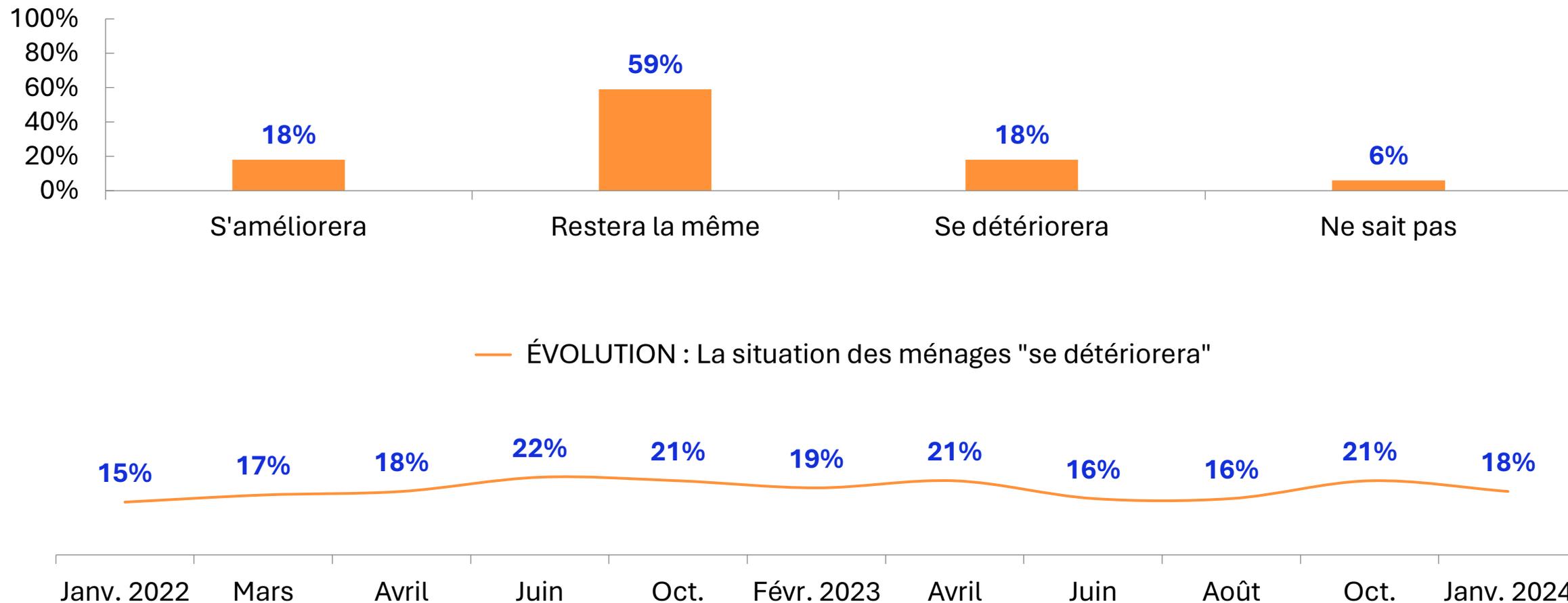


— ÉVOLUTION : La situation des ménages "s'est détériorée"



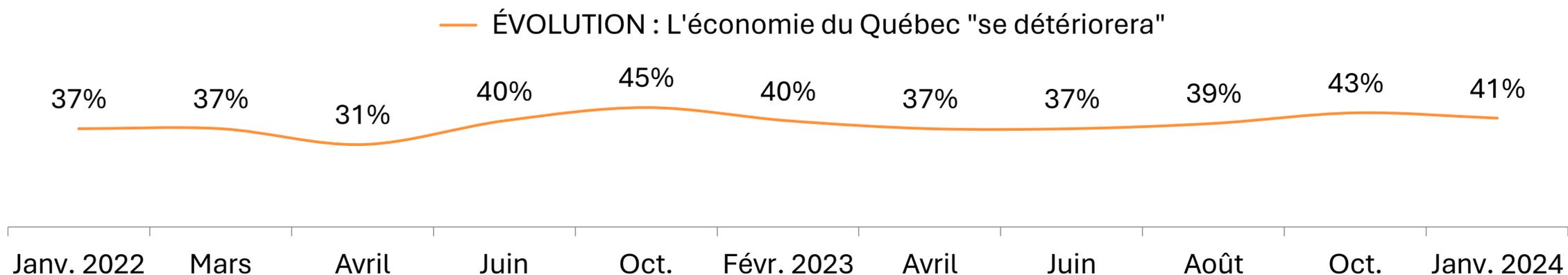
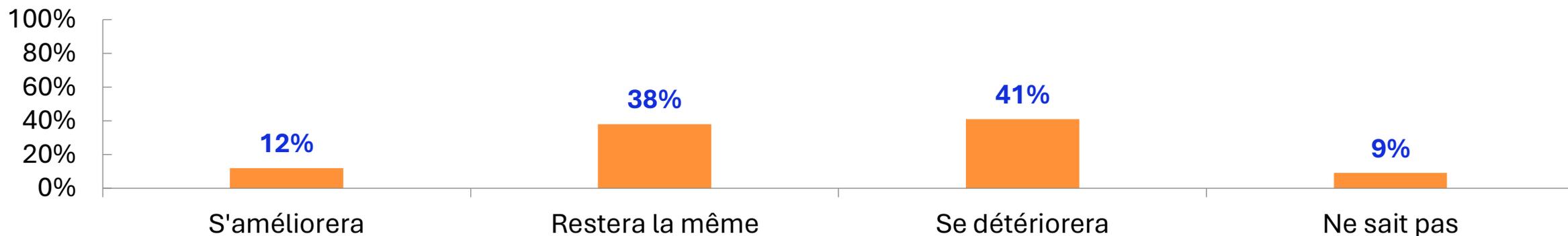
Situation financière des ménages — prochains mois

La situation financière générale du ménage au cours des 3 PROCHAINS mois (Q42)

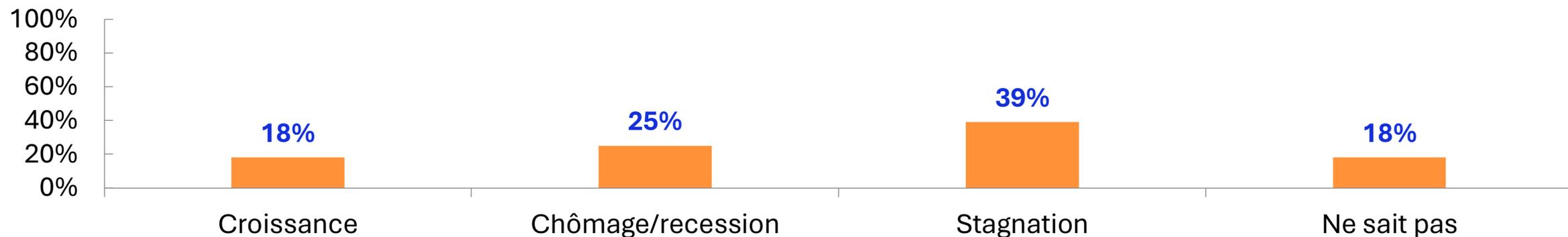


Situation économique du Québec — 12 mois

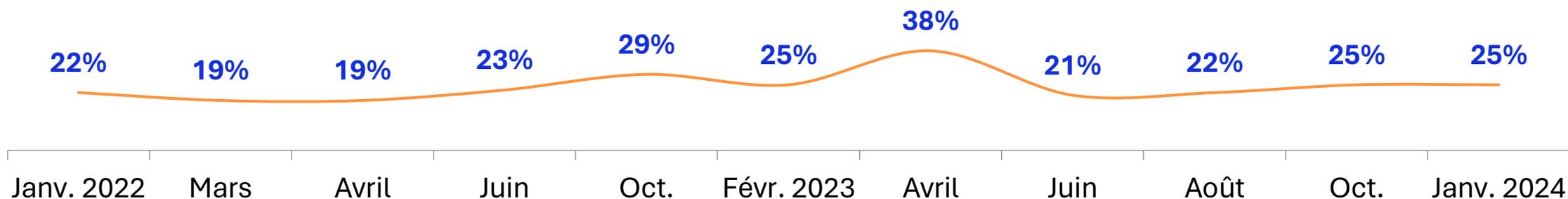
La situation économique au Québec au cours des 12 PROCHAINS mois (Q43)



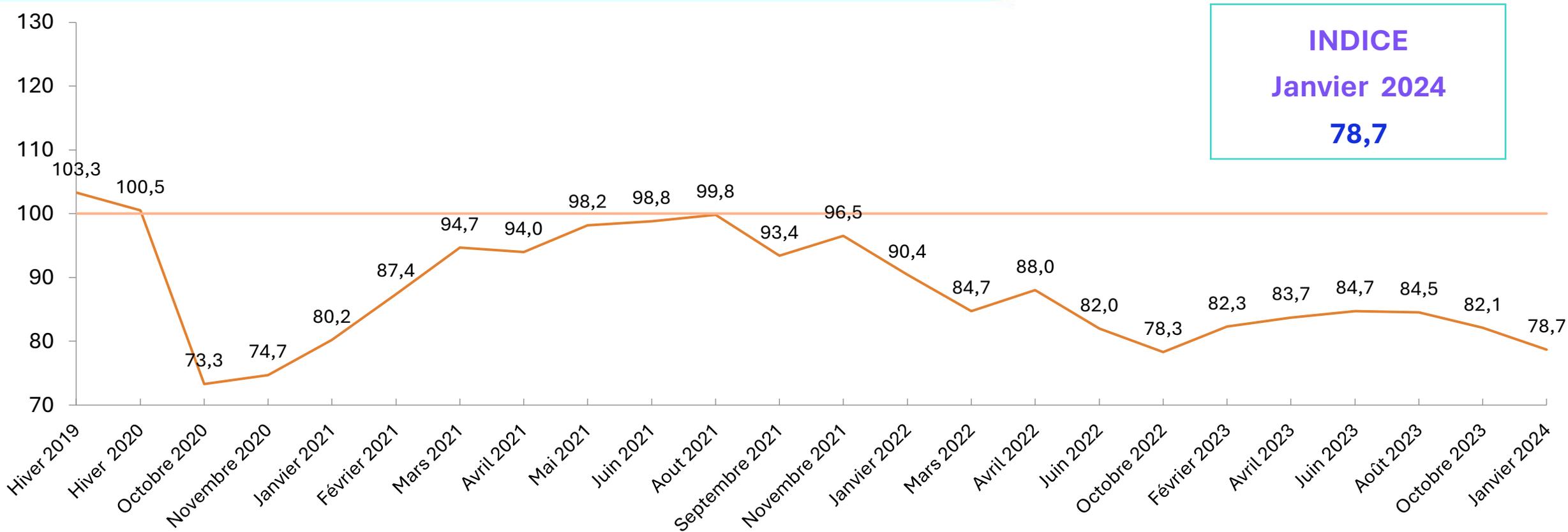
La situation économique au Québec au cours des 3 PROCHAINES années (Q44)



— ÉVOLUTION : L'économie du Québec "chômage/recession"



Indice de confiance¹ des consommateurs québécois – 2019 à 2024

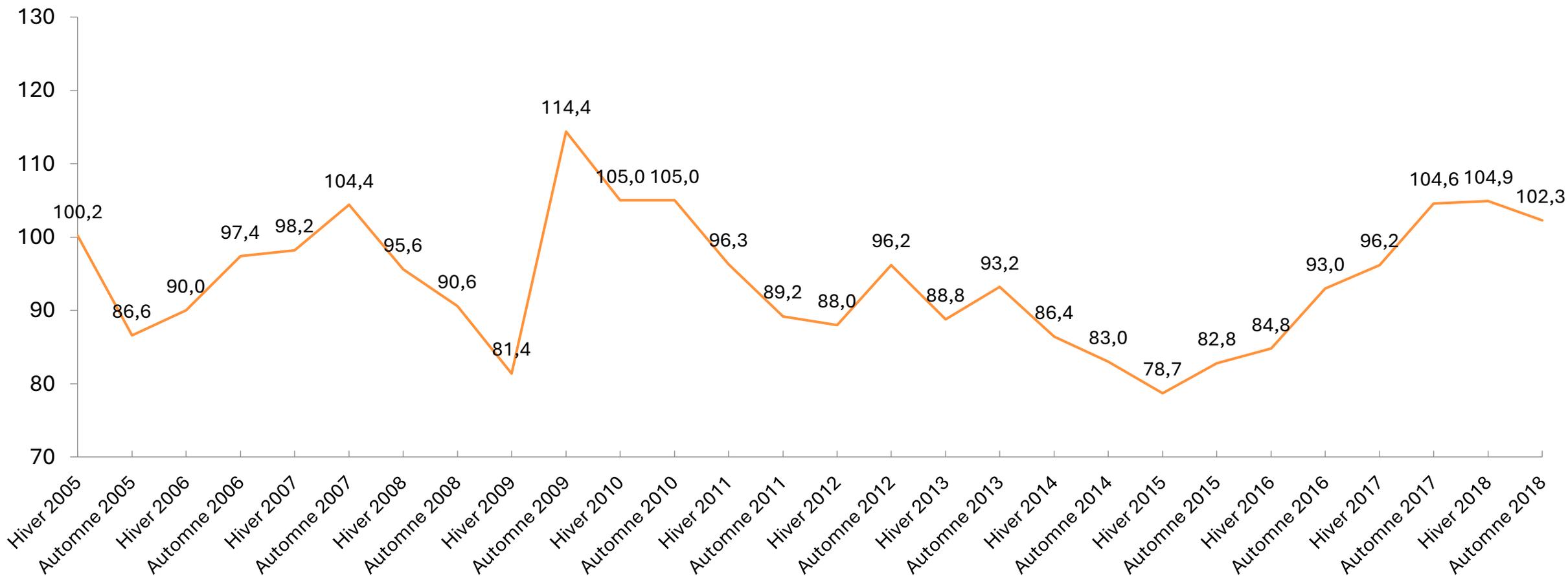


INDICE
Janvier 2024
78,7

L'indice de confiance des Québécois face à leur situation financière et celle du Québec est fortement affecté par l'incertitude économique, l'augmentation des taux d'intérêt, une possible récession et les prix à la consommation. La confiance des Québécois poursuit sa descente en janvier 2024 pour se situer à 78,7.

¹ La méthodologie du calcul de l'indice de confiance se trouve en annexe

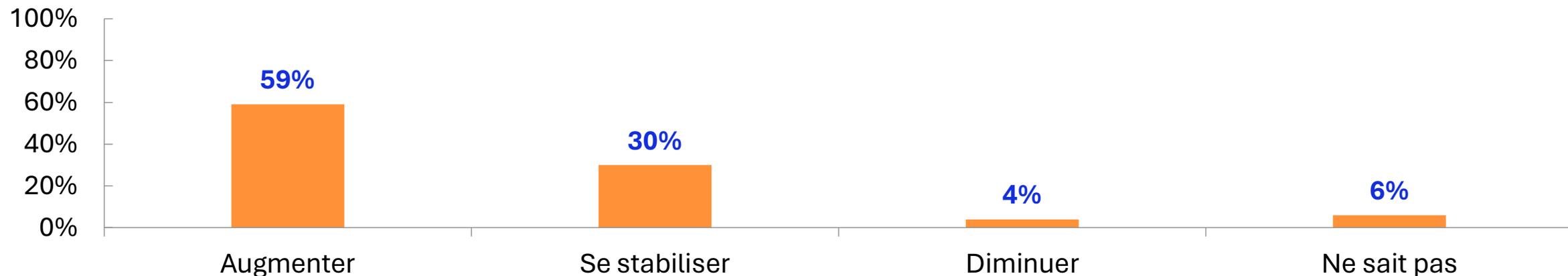
Indice de confiance¹ des consommateurs québécois – 2005 à 2018



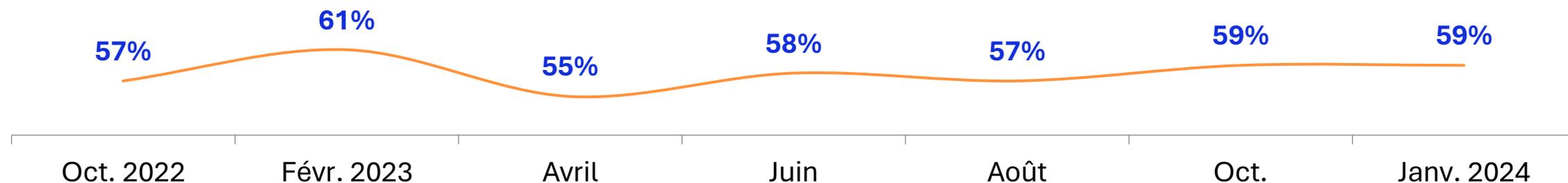
¹ La méthodologie du calcul de l'indice de confiance se trouve en annexe

Prix à la consommation

Les prix à la consommation au cours des 12 prochains mois vont... (JUIN22_Q45)

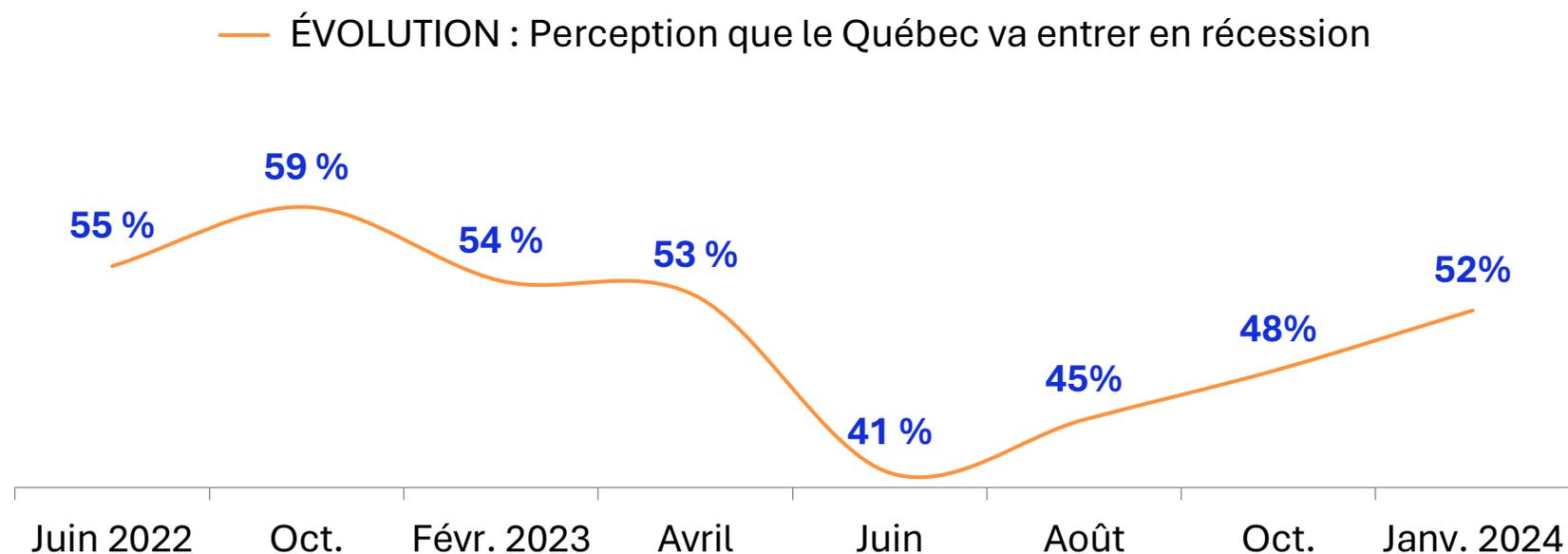


— ÉVOLUTION : Les prix à la consommation vont "augmenter"



Récession au Québec

D'ICI LA FIN DE L'ANNÉE 2023, perception que le Québec va entrer en récession... (JUIN22_Q46)

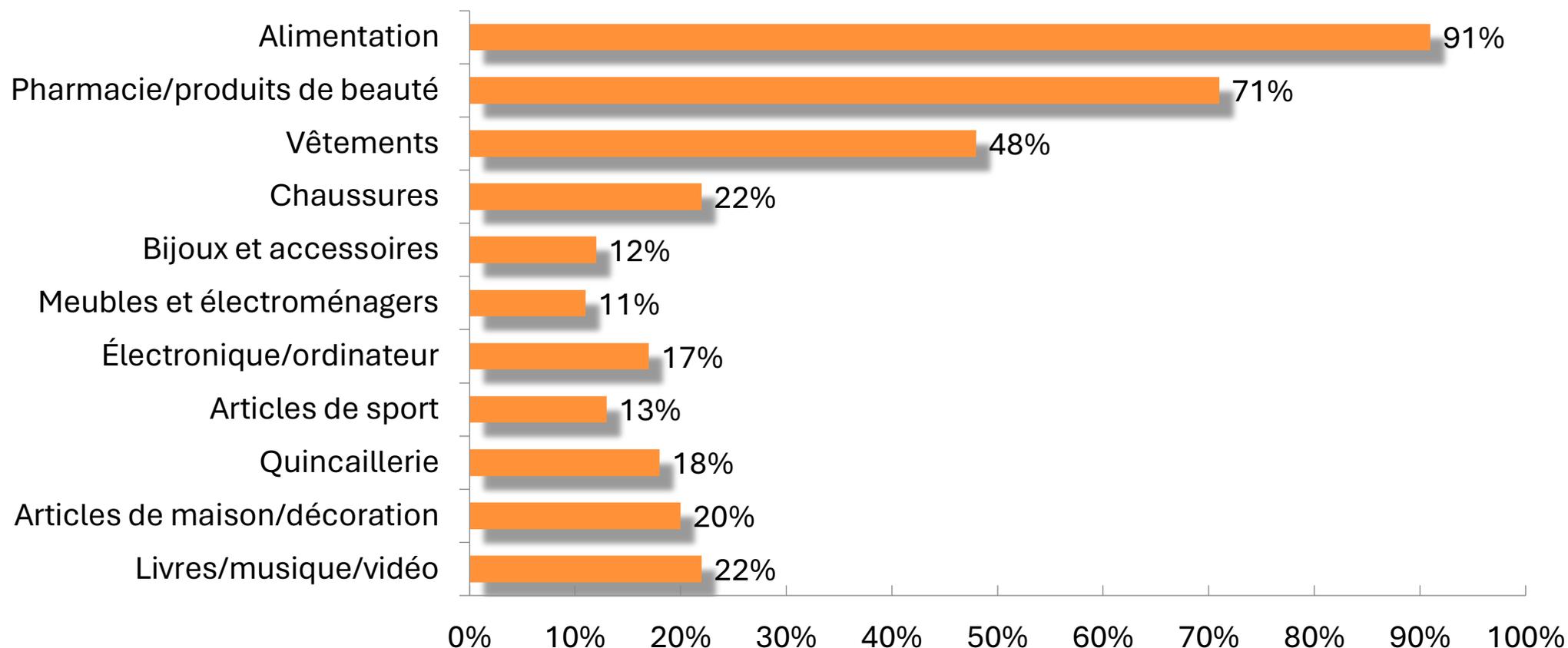




Section 2 : Comportements et types d'achat

Achats au cours du dernier mois

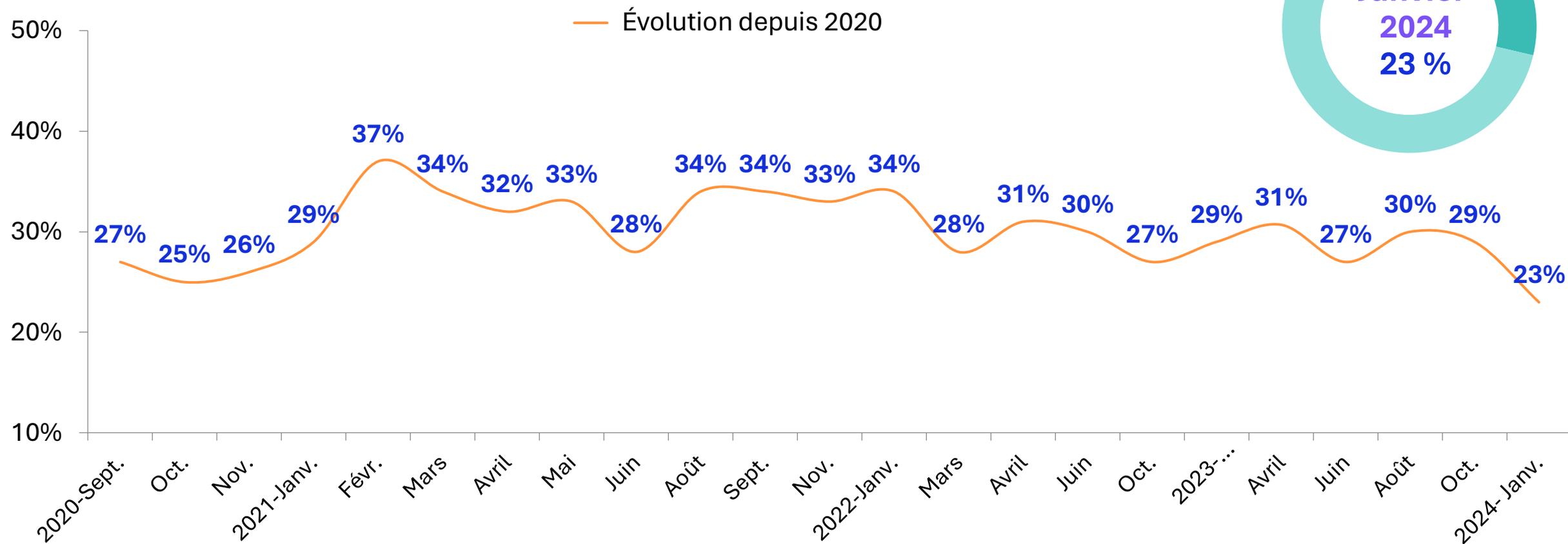
Achats au cours du dernier mois (tous points de vente confondus) (Q10)



Fév. 2023	Jan. 2022
90%	85%
71%	66%
47%	45%
25%	25%
10%	10%
12%	12%
17%	18%
12%	12%
20%	20%
20%	19%
17%	21%

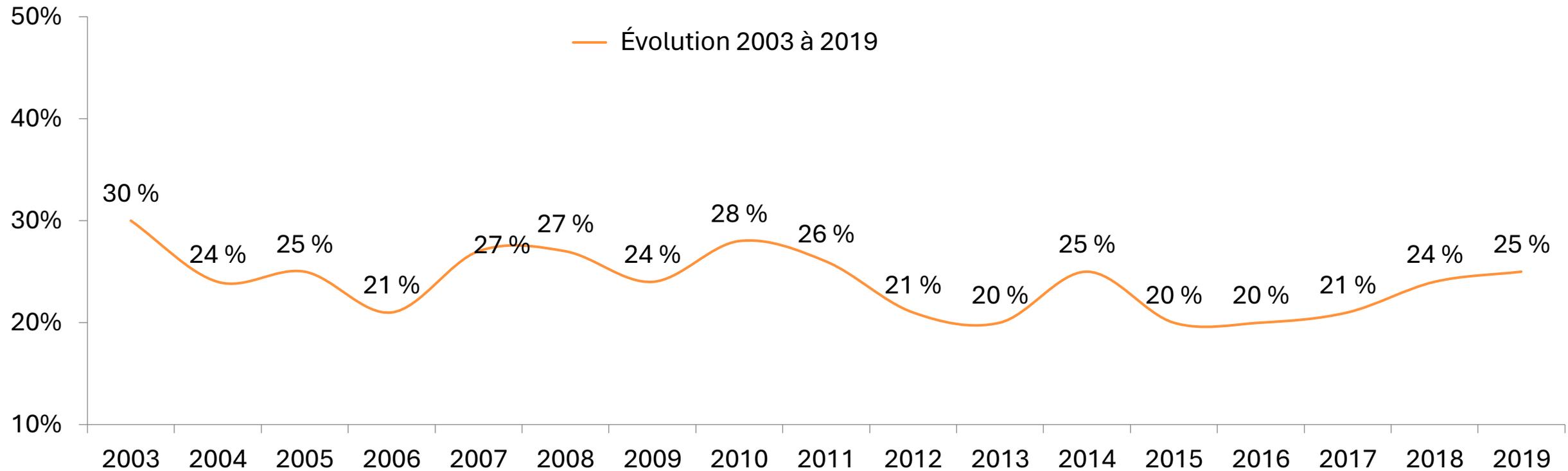
Projections d'achat important — 2020 à 2024

Intention pour un ou des achat(s) important(s) au cours des 3 prochains mois (Q16)



Projections d'achat important – 2003 à 2018

Intention pour un ou des achat(s) important(s) au cours des trois prochains mois (Q16)



Projections d'achat important (suite)

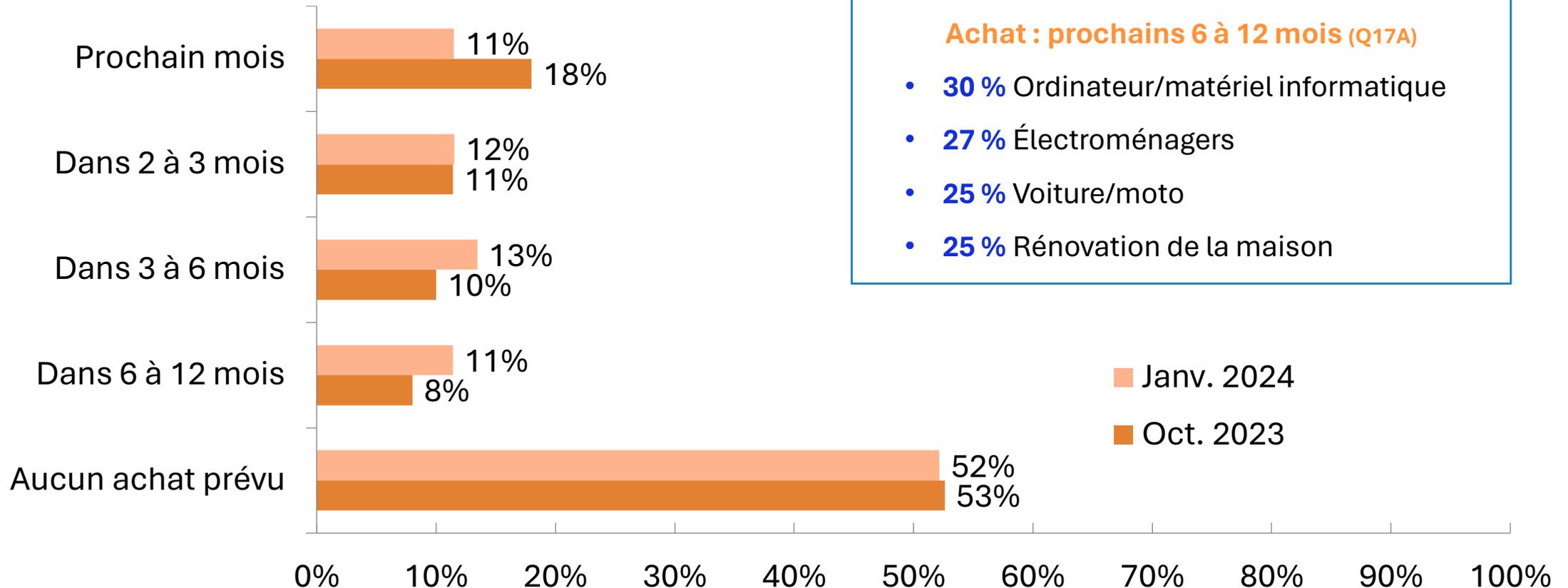
PARMI CEUX QUI FERONT UN ACHAT : Type d'achat important envisagé au cours des trois prochains mois (Q17)

Comparaison 3 dernières vagues

Catégorie	Janvier 2024	△ Janv. 2024 / oct. 2023	Octobre 2023	Juin 2023
Électroménager	38 %	+3 %	35 %	41 %
Appareils électroniques	24 %	-9 %	33 %	30 %
Meubles	26 %	-1 %	27 %	33 %
Voiture/moto	22 %	-16 %	38 %	33 %
Ordinateur et accessoires	42 %	+10 %	32 %	34 %
Rénovation de la maison	28 %	+9 %	19 %	26 %
Maison (propriété)	8 %	-3 %	12 %	14 %

Projections d'achat important

Envisage un achat important (Q16a-b-c)

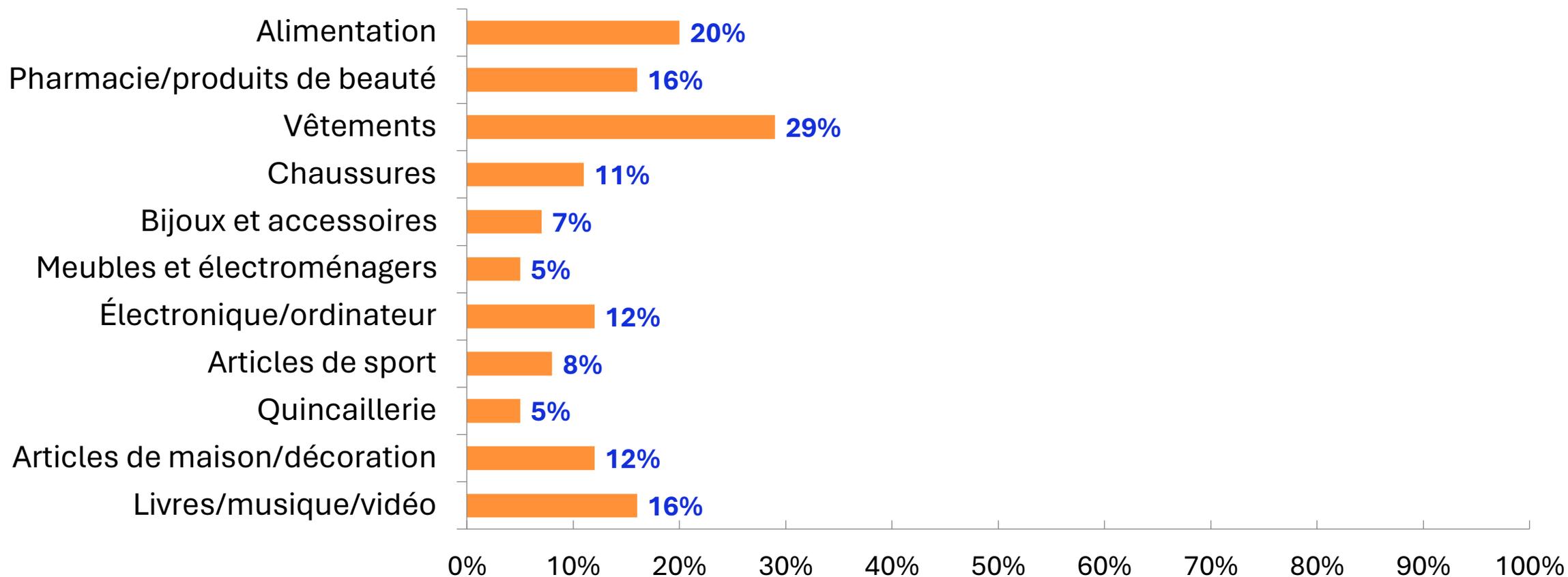




Section 3 : Achats sur Internet

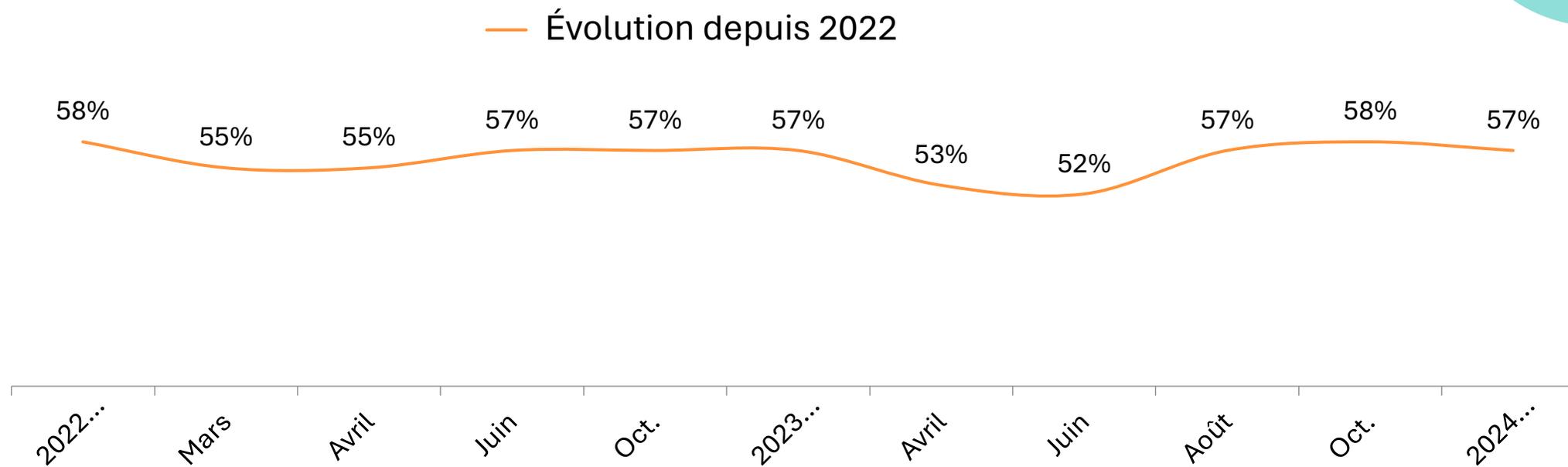
Niveau d'achat sur Internet par catégorie

A fait un achat sur Internet au cours du dernier mois (Q10)



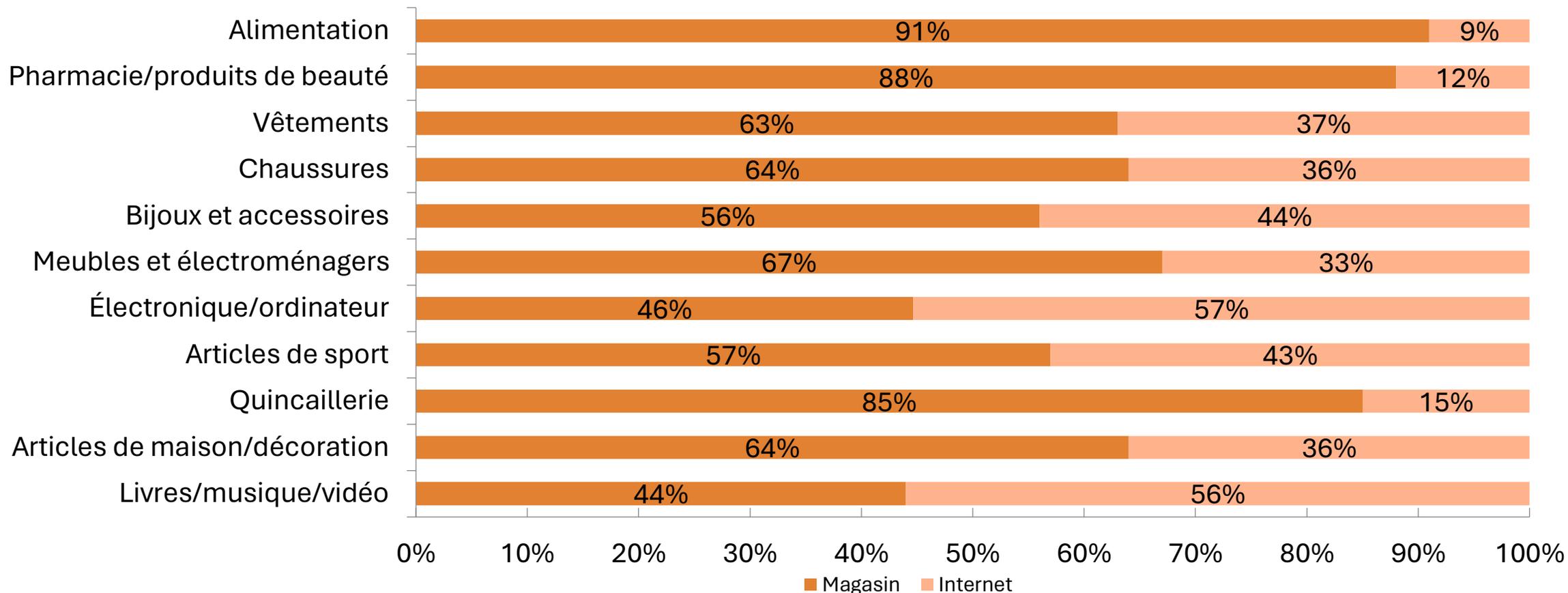
Niveau d'achat sur Internet

A fait un achat sur Internet au cours du dernier mois (Q10)



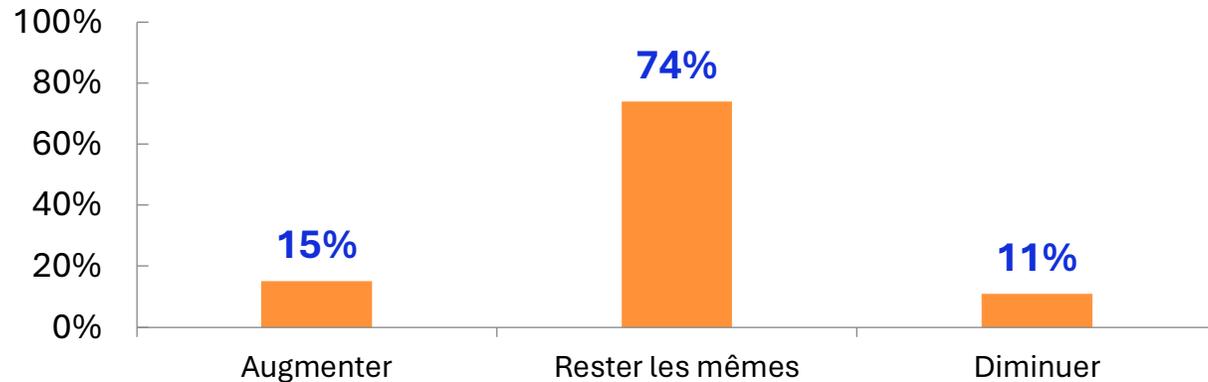
Répartition des achats en magasin vs Internet

Au cours du dernier mois, répartition des achats en % d'achats en magasin vs % d'achats sur Internet (Q10A-K)



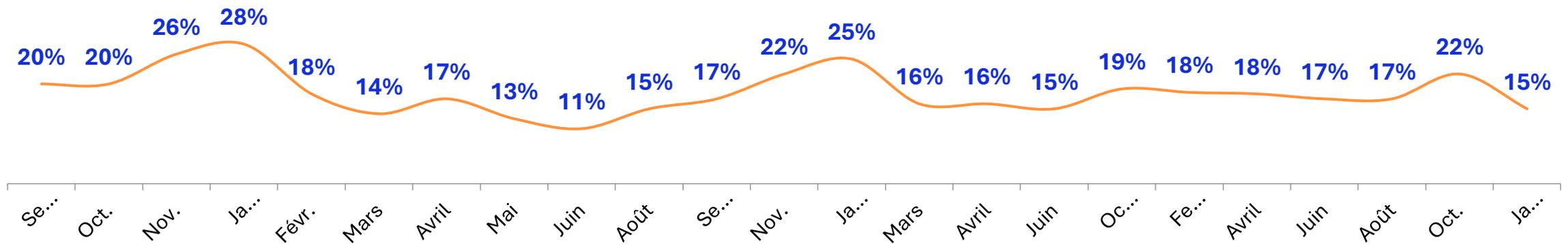
Projections d'achat sur Internet

Projection du niveau des achats sur Internet pour les trois prochains mois (Q13)



Un quart des **18 à 24 ans (26 %)** ont l'intention d'augmenter leurs achats sur Internet dans les trois prochains mois, comparativement à **12 %** pour les **55 ans et plus**.

— ÉVOLUTION : Les achats en ligne vont "augmenter"

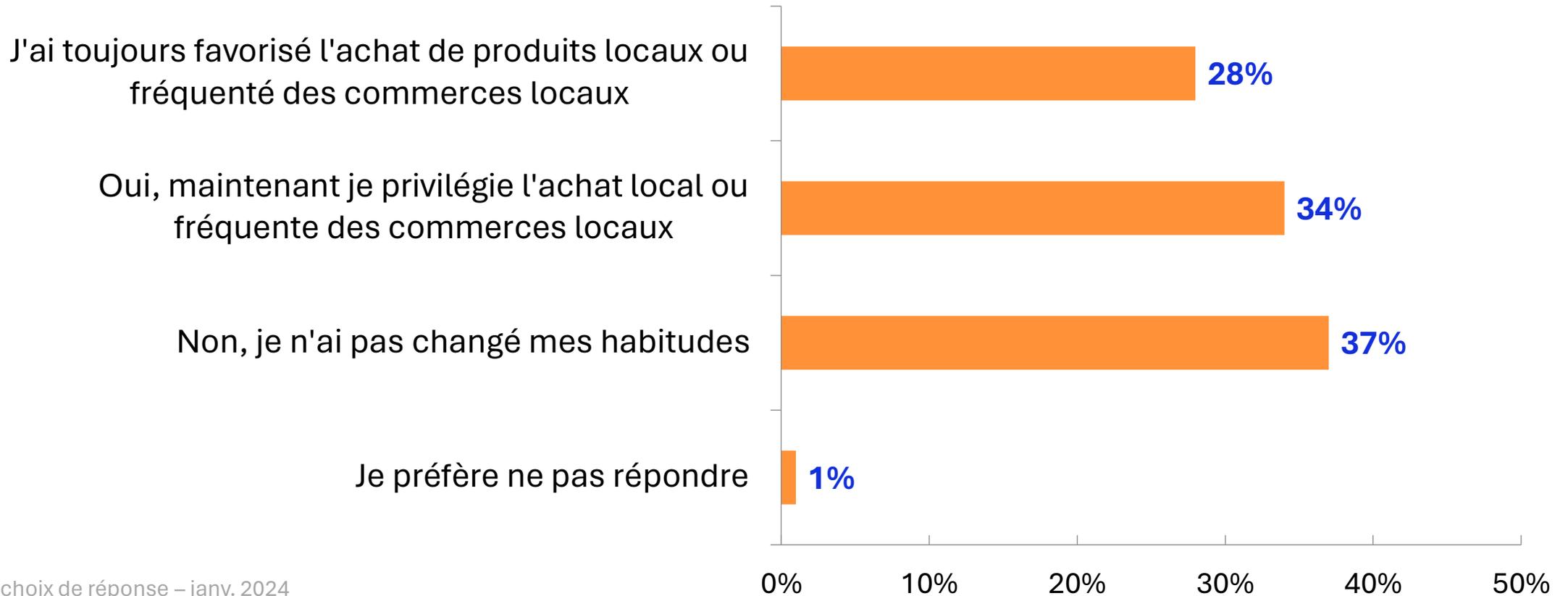




Section 4 : Produits et commerces locaux

Privilégier les produits locaux

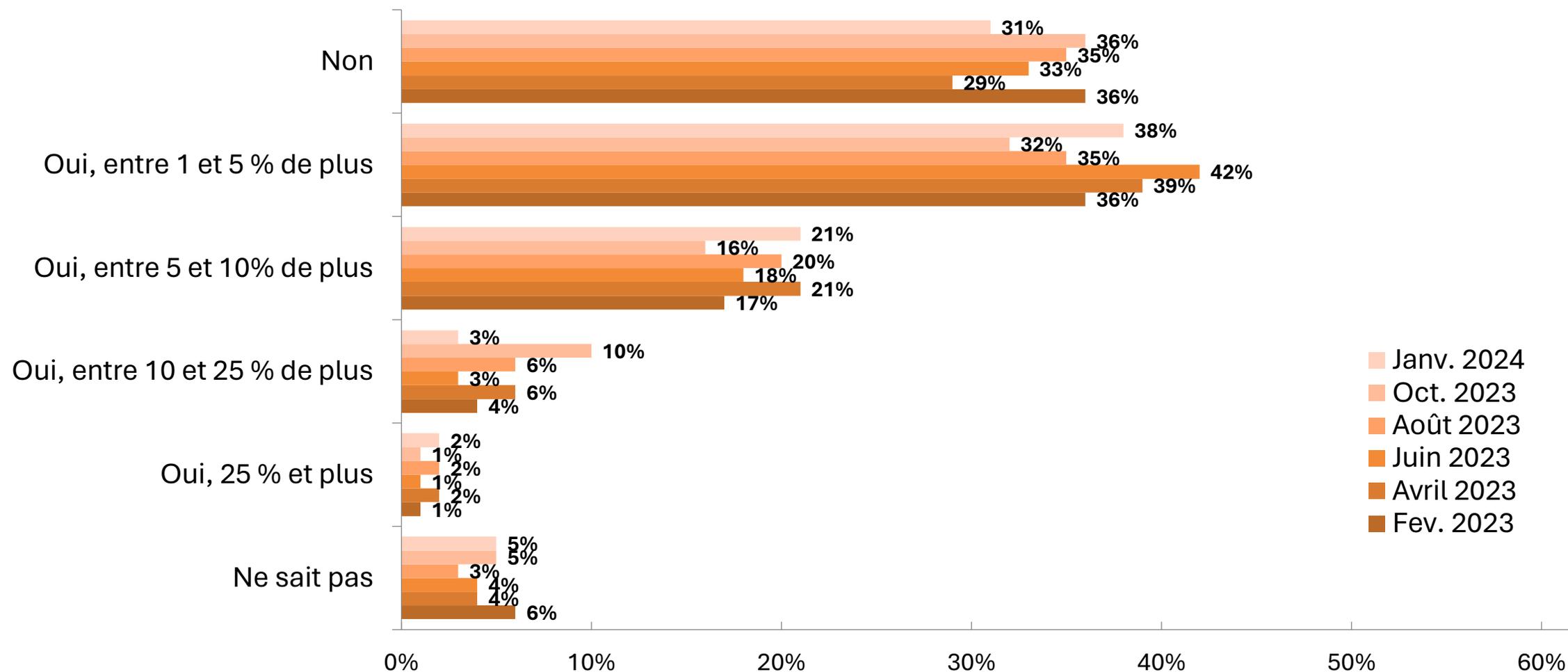
Actuellement, avez-vous tendance à privilégier l'achat de produits locaux ou à fréquenter des commerces locaux? (Q22)



Nouveau choix de réponse – janv. 2024

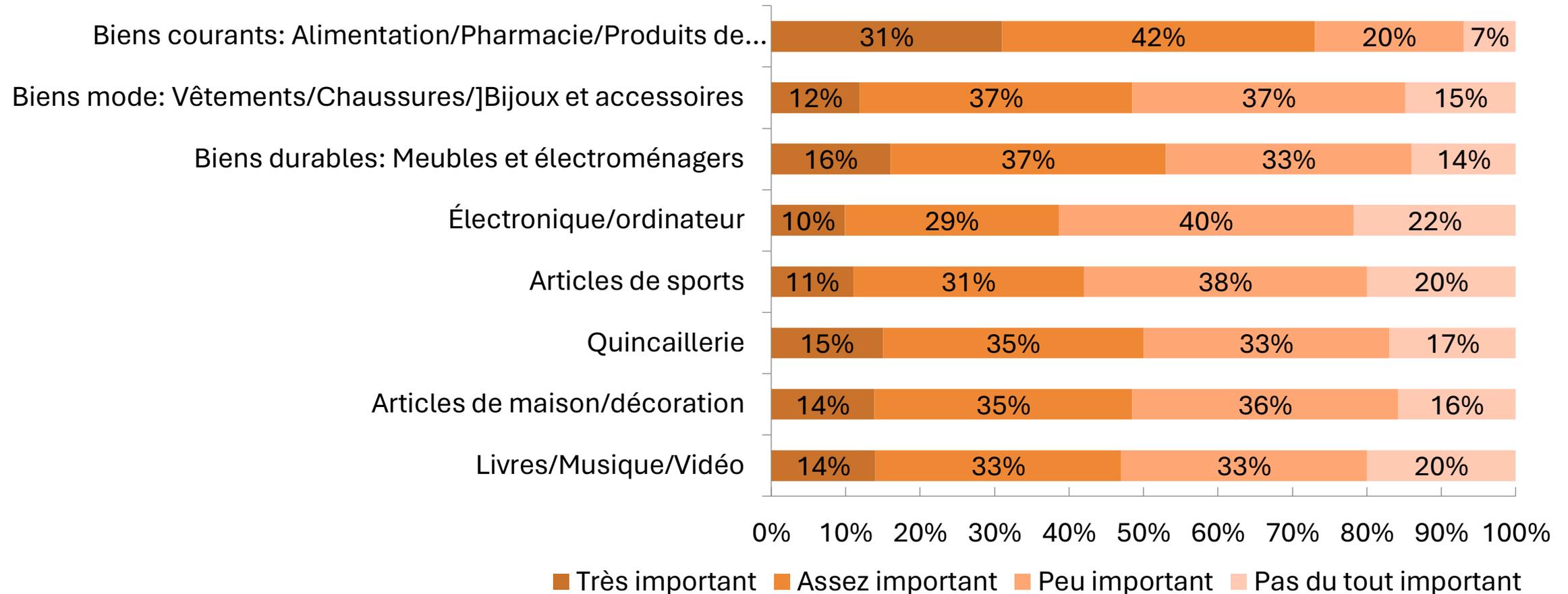
Produits québécois et prix

À qualité égale, êtes-vous prêt à déboursier un montant supplémentaire pour l'achat d'un produit québécois? (MAI2021)



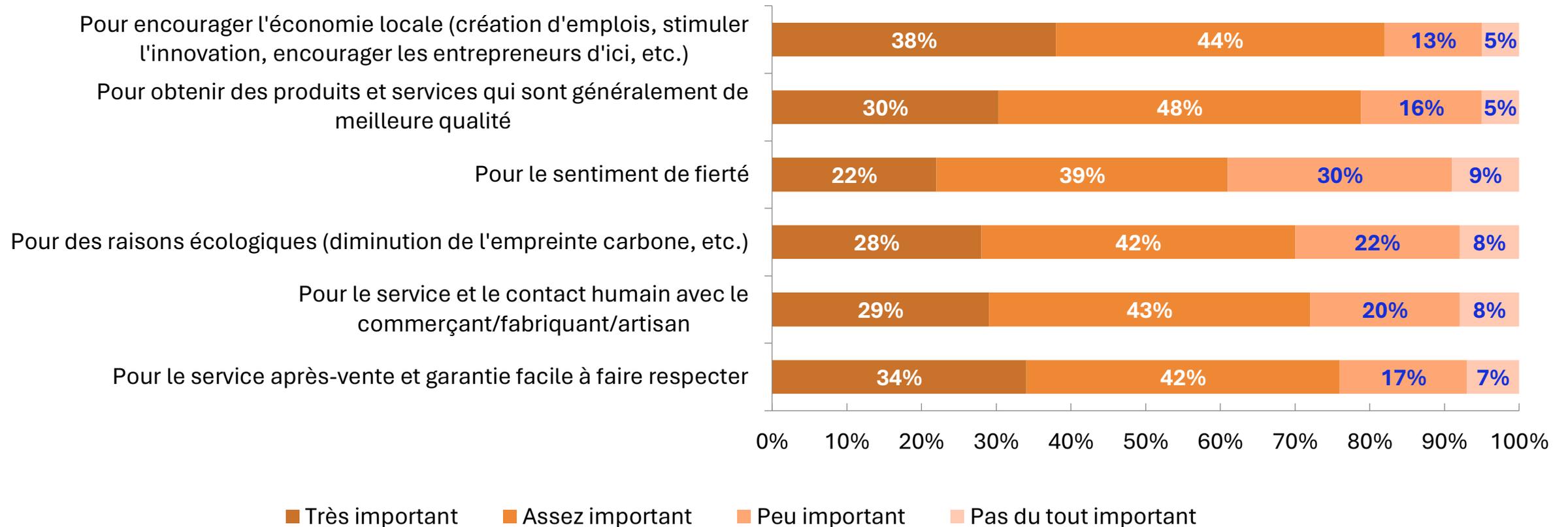
Importance de l'achat local

Importance à l'achat en commerce local par type de bien (QL1A à H)



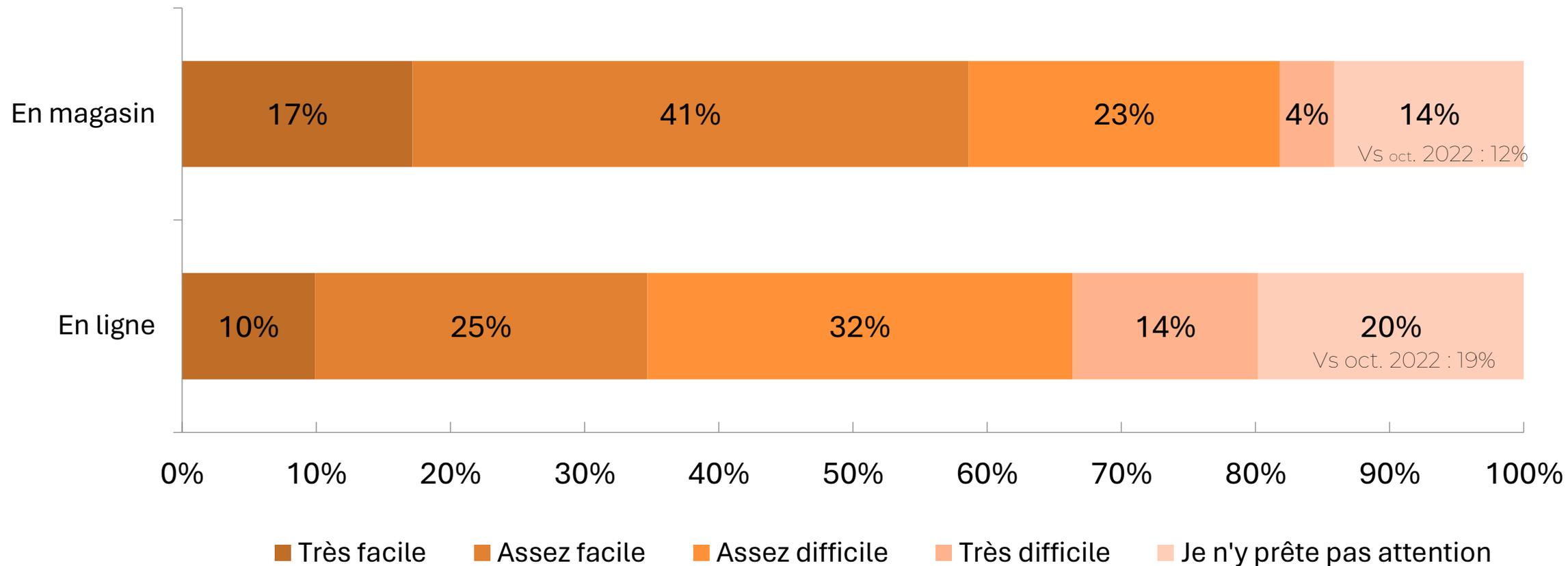
Raisons d'acheter local

Importance d'acheter local (QL2A à F)



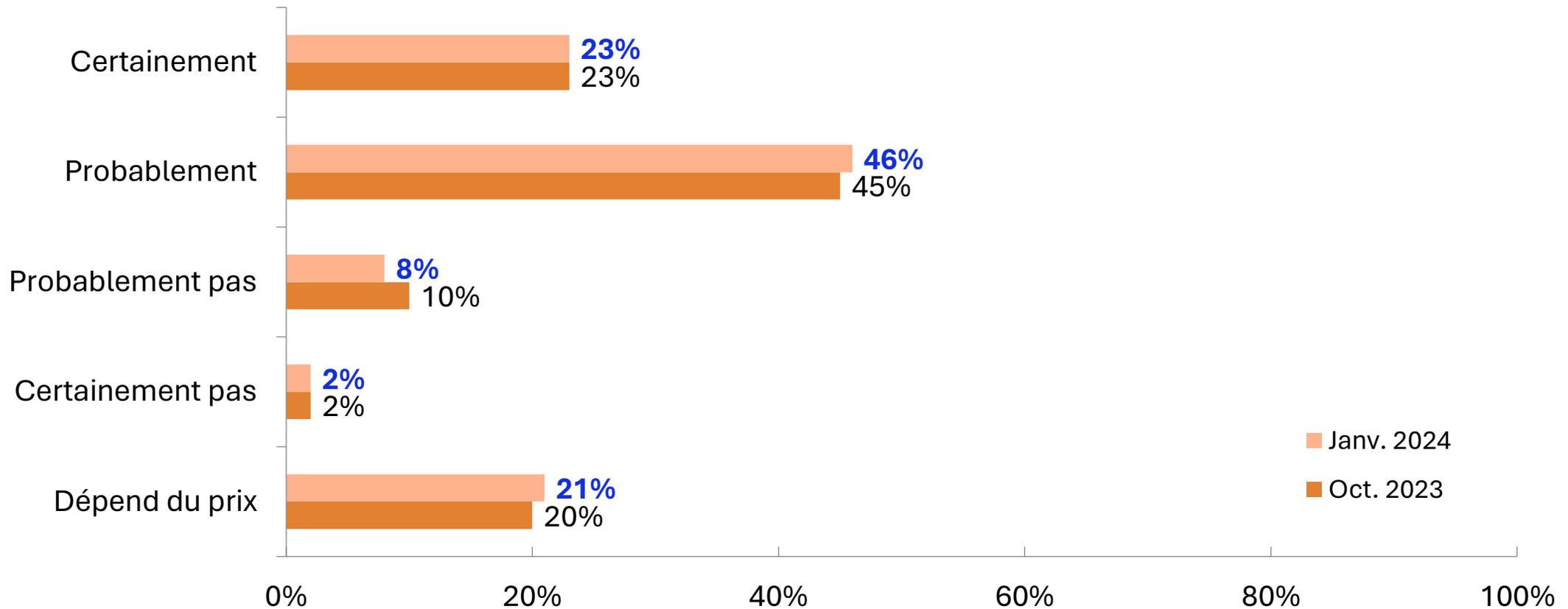
Repérer les produits québécois

Est-il facile de repérer les produits non alimentaires fabriqués/conçus/produits/pensés/assemblés au Québec? (Q23)



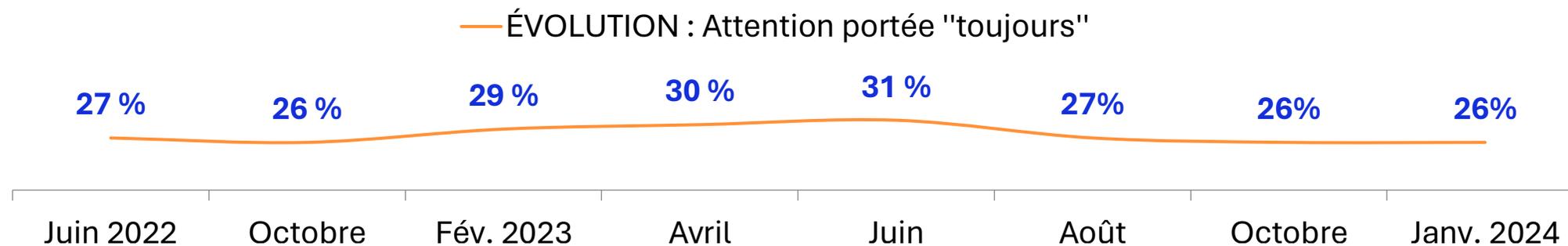
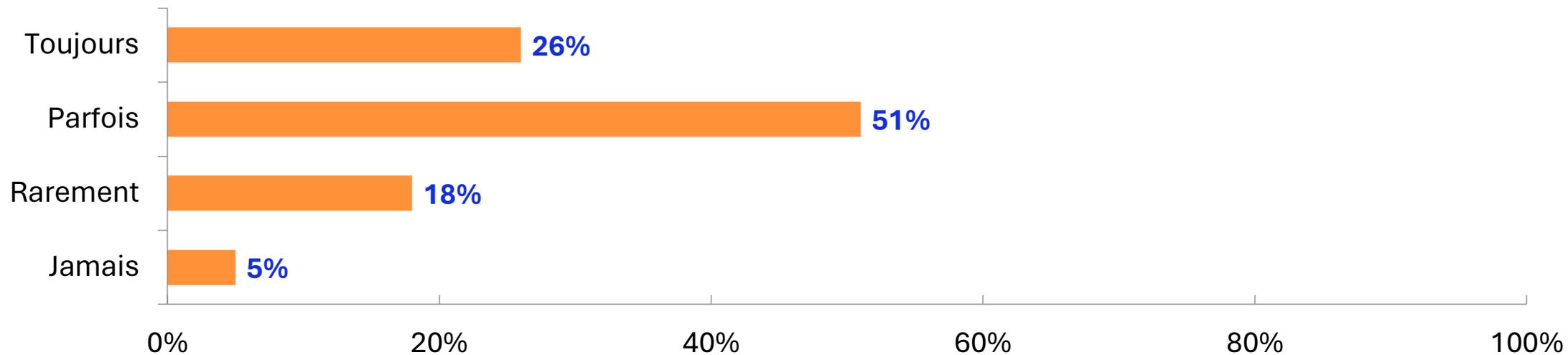
Produits québécois

Seriez-vous davantage porté à choisir des produits québécois non alimentaires s'ils étaient facilement repérables? (QL1)



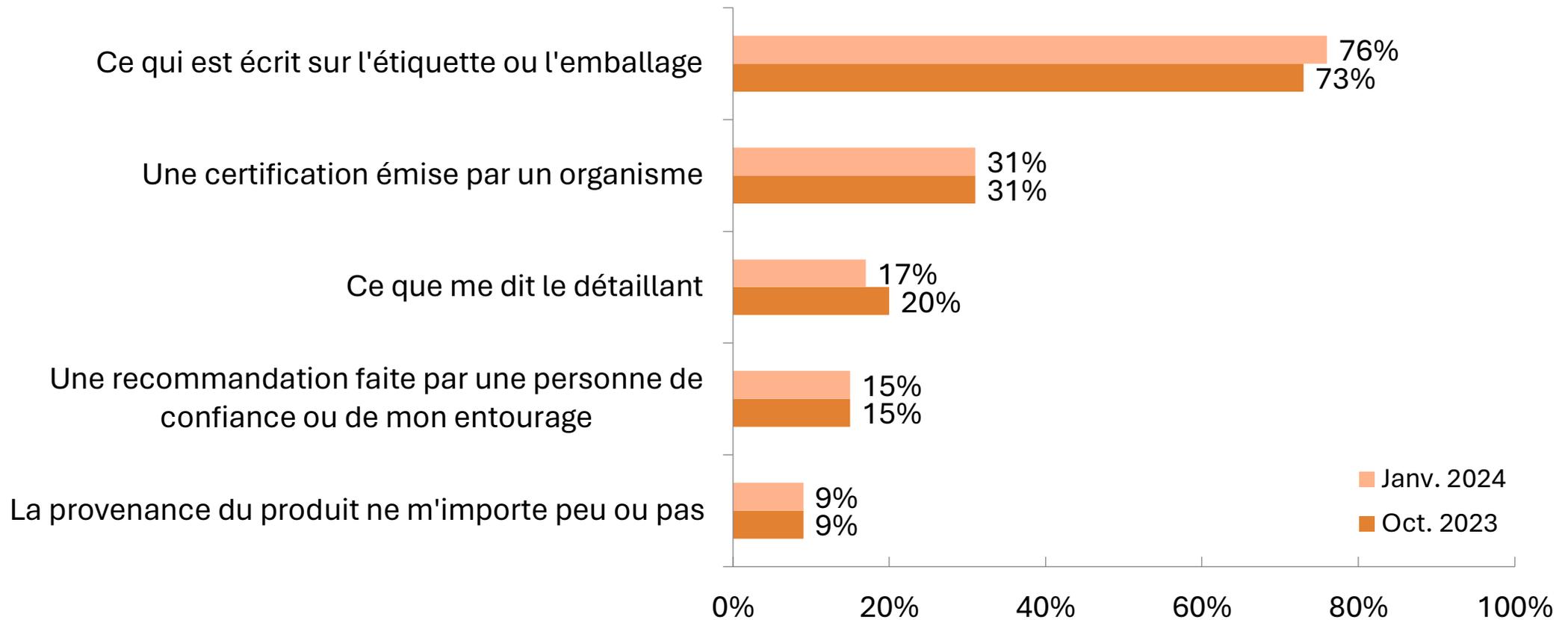
Étiquetage des produits

Attention portée au pays d'origine des produits lors de l'achat (Q26)



Produits québécois (suite)

Sur quels critères vous basez-vous pour déterminer qu'un produit est véritablement de provenance québécoise (conçus/fabriqués/pensés/assemblés)? (QL4)





Section 5 : Certification de produits québécois

Notoriété des certifications

Notoriété des certifications de produits québécois (QC1 à QC3)



A déjà entendu parlé de la certification

76%

62%



A déjà entendu parler de la certification

66%

51%



A déjà entendu parlé de la certification

48%

32%

Janv. 2024

2022

0% 20% 40% 60% 80% 100%

Visibilité et achats

Visibilité et achats de produits avec la certification (QC1 à QC3)



A déjà repéré le logo

86%

A déjà acheté un produit

88%



A déjà repéré le logo

76%

A déjà acheté un produit

75%



A déjà repéré le logo

66%

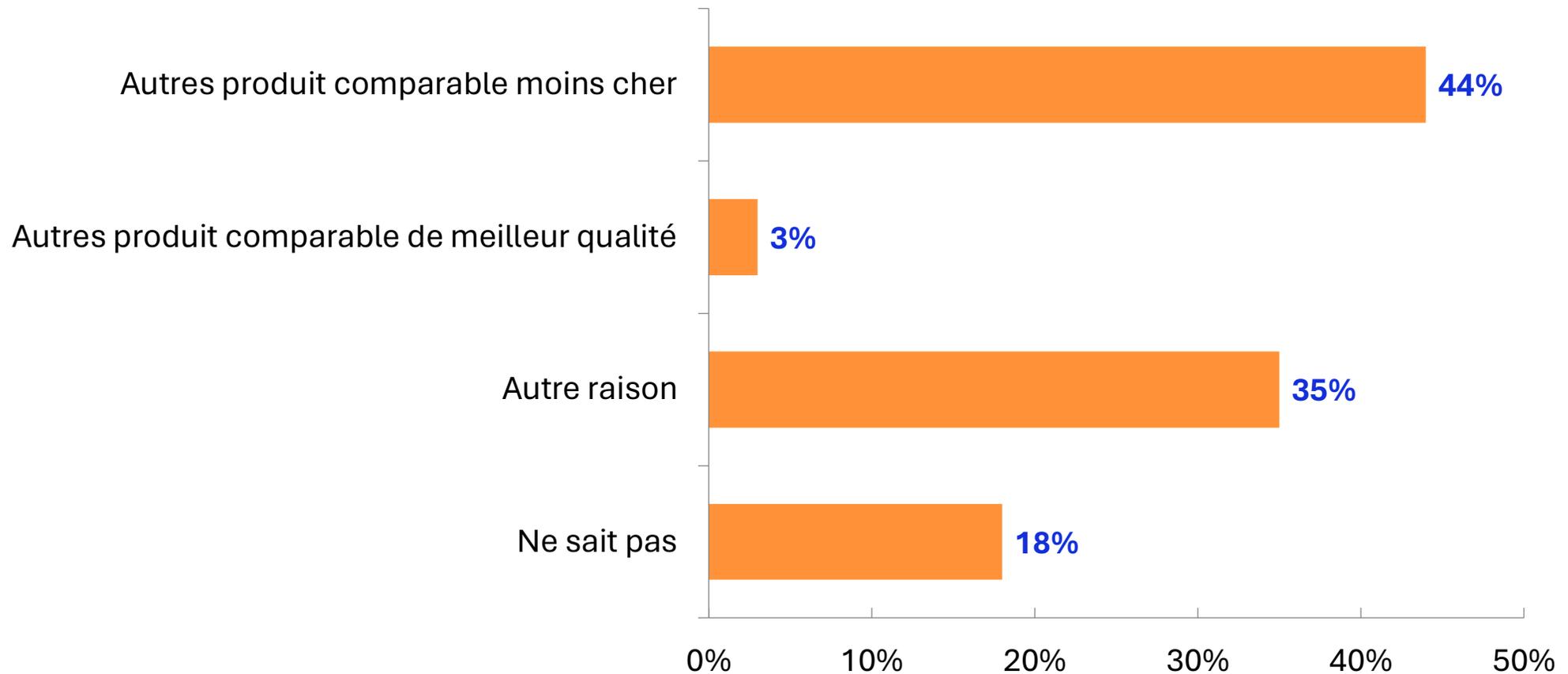
A déjà acheté un produit

61%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

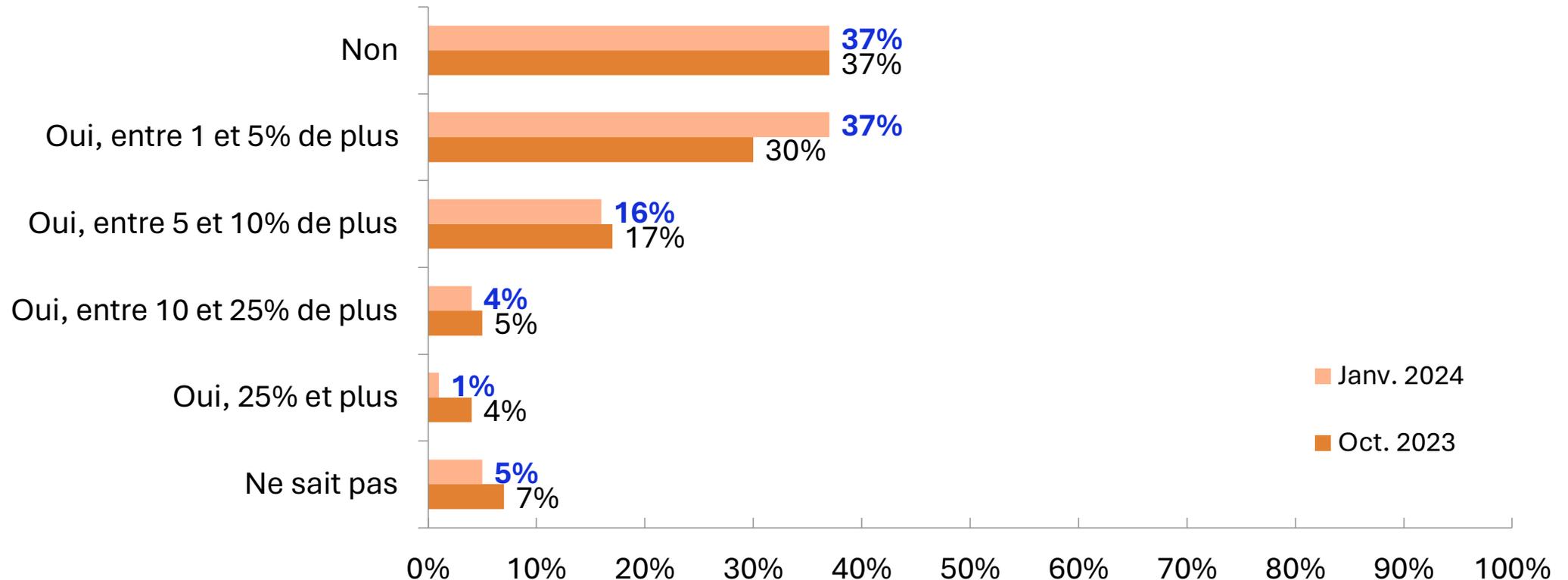
Raisons de ne pas acheter

Raisons pour n'avoir jamais acheté un produit ayant une certification québécoise (QC4)



Produits québécois et prix

À qualité égale, seriez-vous prêts à payer un montant supplémentaire pour acheter des produits affichant les marques de certification? (QC5)

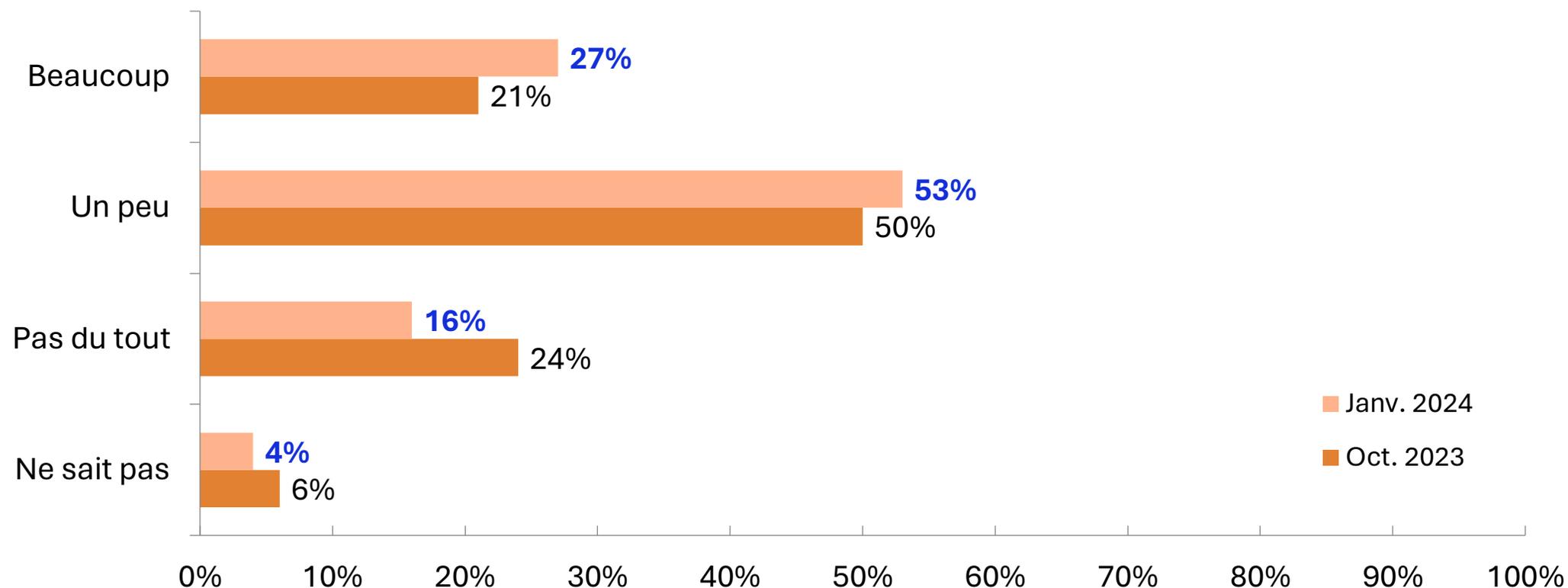




Section 6 : Retour sur les Fêtes

Produits québécois et prix

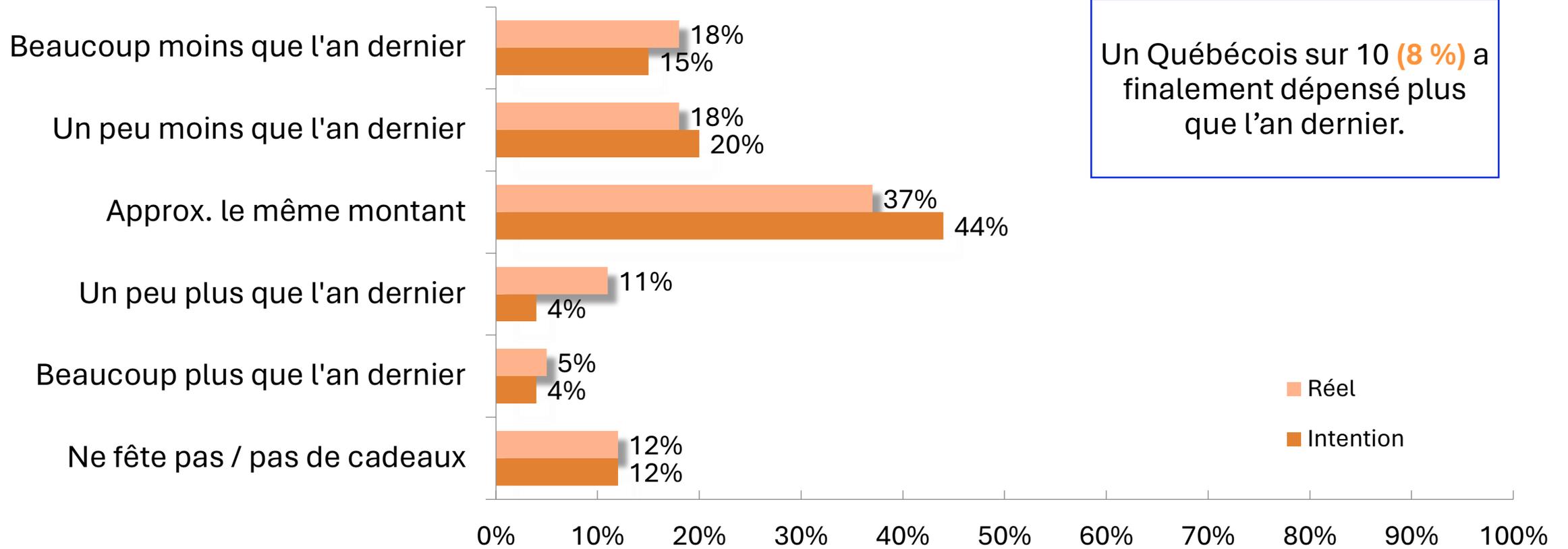
Est-ce que la présence des marques de certification sur un produit influence votre achat? (QC6)



Comportements d'achat du temps des Fêtes

Dépenses pour les cadeaux des Fêtes comparativement à l'an dernier (N1)

Intention vs réalité



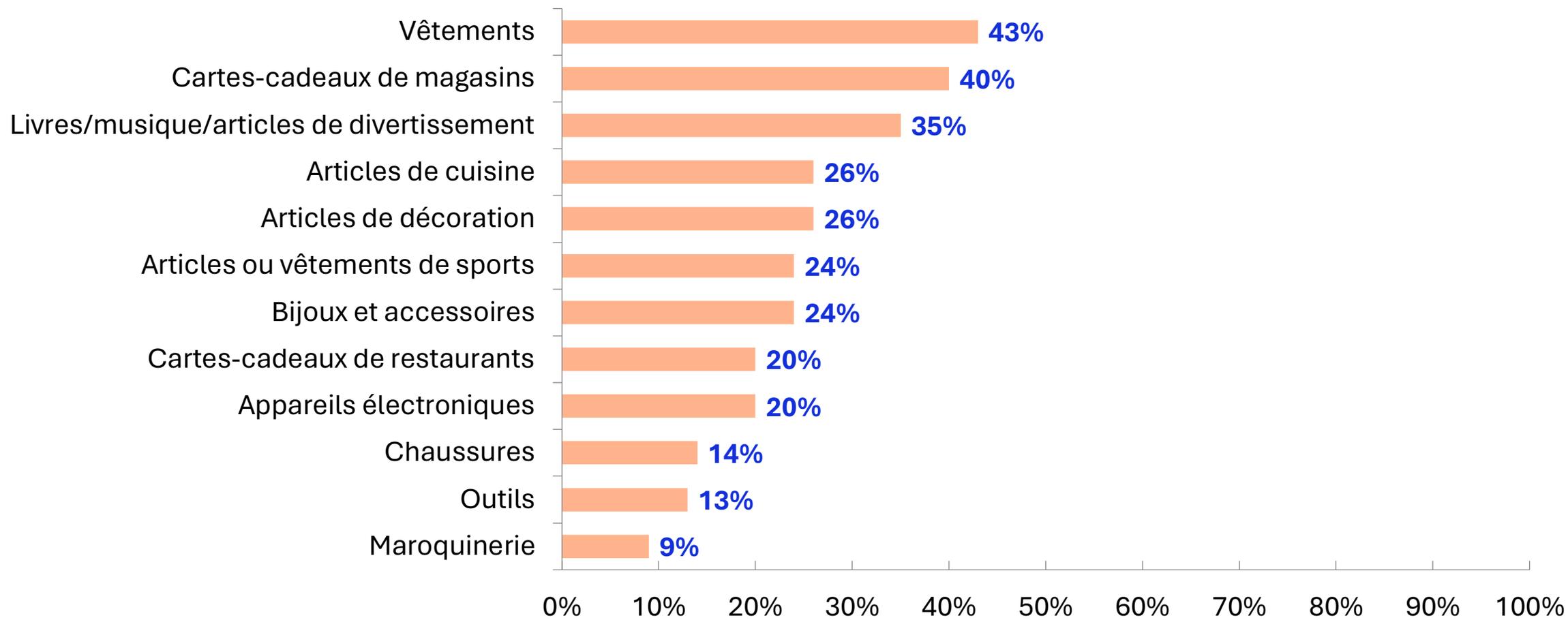
Dépenses moyennes

Dépenses moyennes pour les Fêtes (N4)

	Dépenses réelles (janv. 2024)	△ 2024/2023	Dépenses prévues (oct. 2023)
Cadeaux	401 \$	+32 %	303 \$
Cartes-cadeaux	175 \$	+94 %	90 \$
Nourriture	225 \$	+40 %	160 \$
Vêtements	189 \$	+133 %	81 \$
Boissons et alcool	115 \$	+26 %	91 \$
Décoration	85 \$	+130 %	37 \$

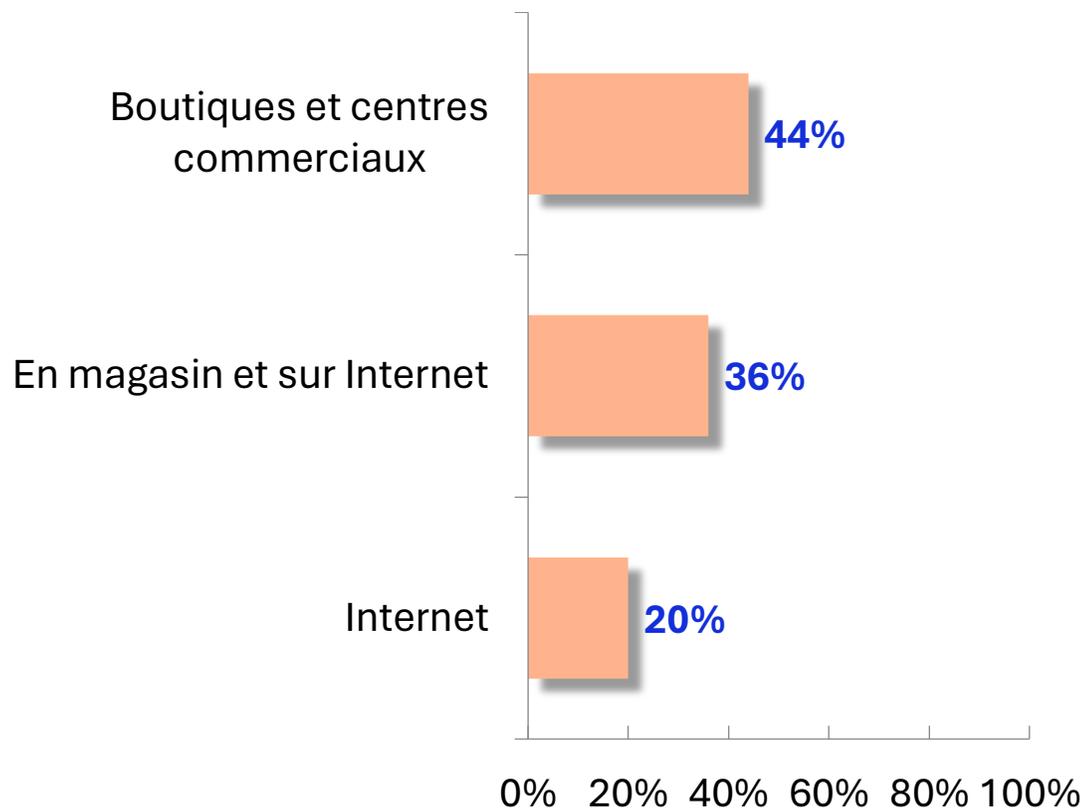
Types de cadeaux offerts

Types de cadeaux offerts cette année (N5A)

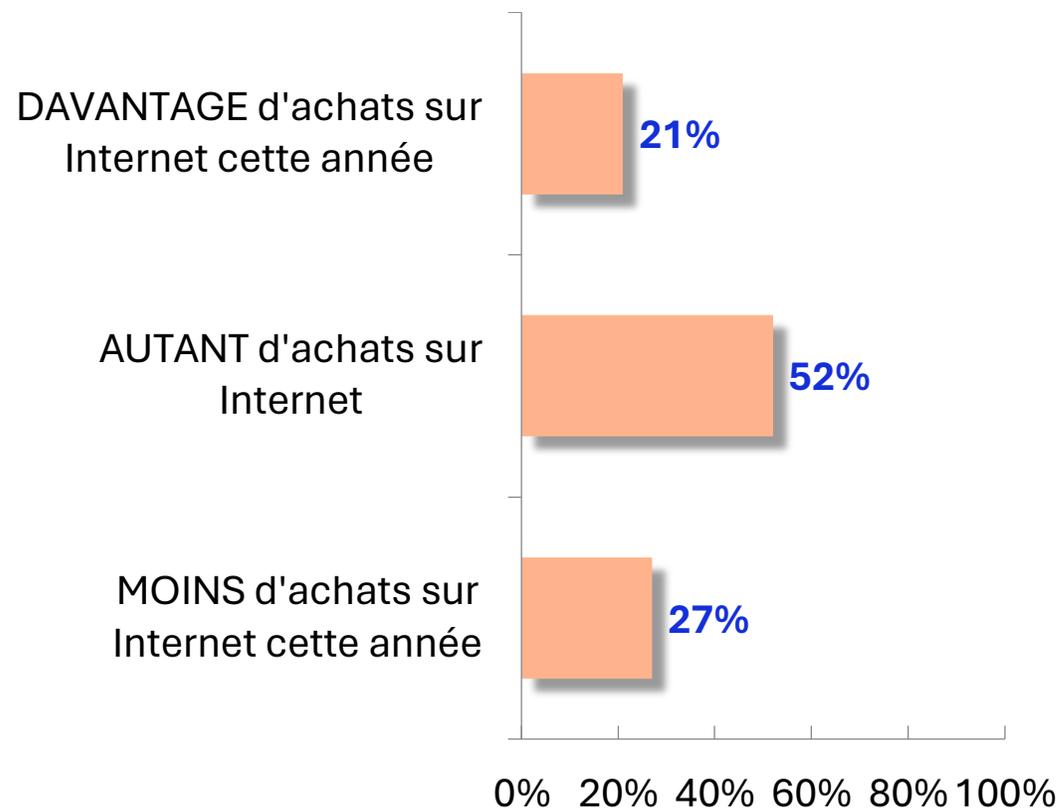


Lieux d'achat

Lieu privilégié pour les achats des Fêtes (N5)



Achat sur Internet (N5B)



Détaillants favorisés pour les Fêtes

Détaillants favorisés pour les achats des Fêtes en magasin ET sur Internet (N10)

DÉTAILLANTS locaux du quartier



BANNIÈRES québécoises



PRODUITS fabriqués au Québec



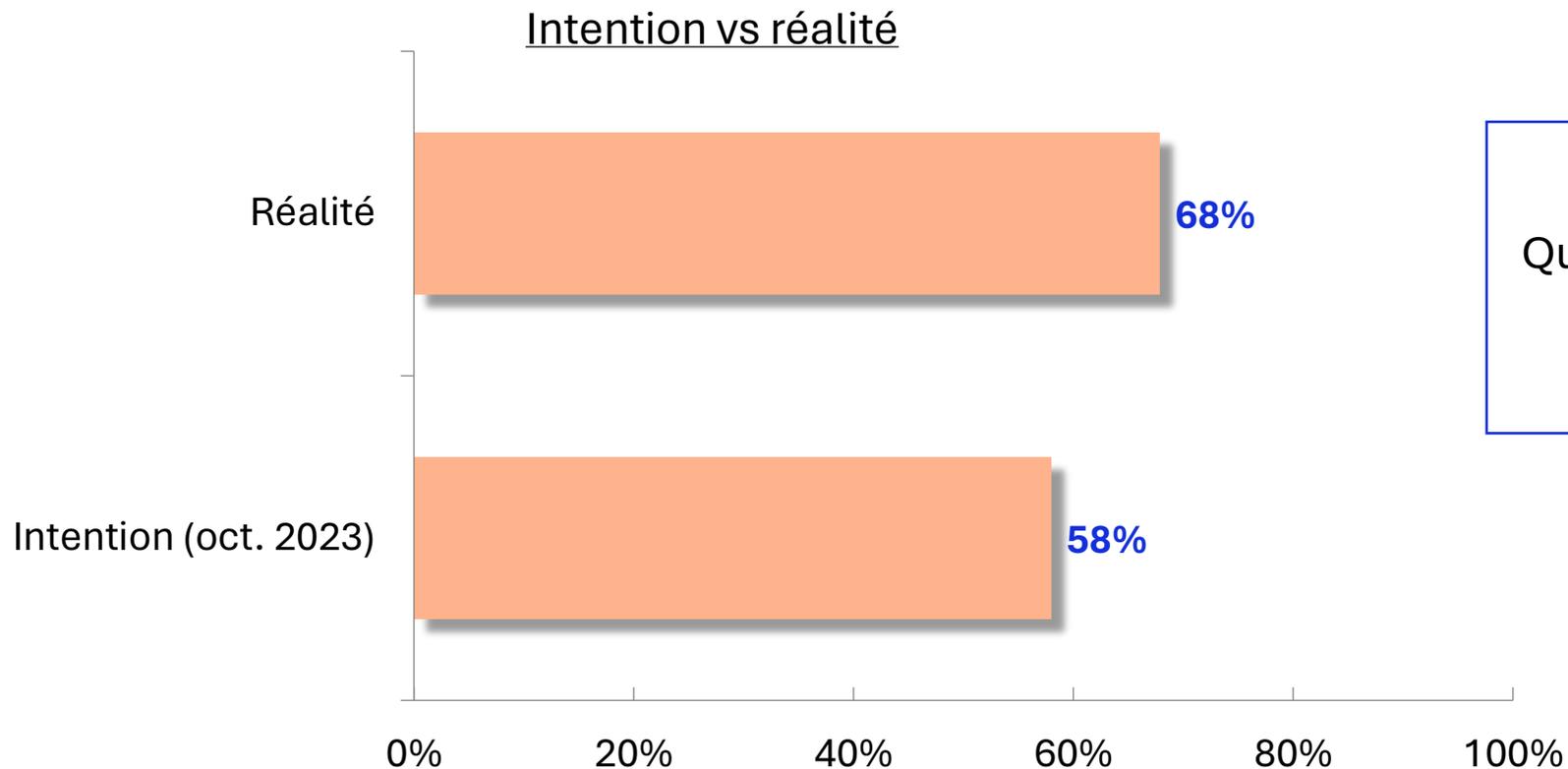
SITE du PANIER BLEU



■ Beaucoup ■ Assez ■ Un peu ■ Pas du tout

Soldes d'Après-Noël

Ont profité des soldes de l'Après-Noël (26 décembre 2023) (N11)



Enfin, plus de Québécois que prévu ont profité des soldes Après-Noël 2023.

Présenté par :



Conseil
québécois
du commerce
de détail

204, rue Notre-Dame Ouest, bureau 350
Montréal (Québec) H2Y 1T3
514 842-6681

Propulsé par :

ORAMA MARKETING

1100, boulevard René-Lévesque Ouest, bureau 1600
Montréal (Québec) H3B 4N4
514 917 4990