



## Saint-Valentin

### Les Québécois augmenteront leurs dépenses en 2017

**Montréal, 8 février 2017** – Selon le plus récent sondage de l’Observateur réalisé pour le Conseil québécois du commerce de détail, les Québécois prévoient dépenser, en moyenne, 78 \$ par personne afin de souligner la fête de l’amour - soit 5 \$ de plus qu’en 2016. Cette année, moins de Québécois (44 %) ont affirmé qu’ils célébraient cette fête chaque année.

#### Un repas au restaurant : le cadeau le plus souhaité

À l’occasion de la fête des amoureux, près d’un Québécois sur trois (28 %) offrira un cadeau. Parmi les cadeaux que souhaiteraient recevoir les Québécois, de loin le premier choix (42 %) est un souper au restaurant.

Parmi les autres choix populaires :

Des billets de spectacle	28 %
Des fleurs	24 %
Des voyages	24 %
Des chocolats	23 %
Des bijoux	14 %

À noter que les attentes de certains Québécois ne seront pas comblées : 24 % souhaiteraient voyager, mais seulement 3 % offriront ce cadeau. De plus, 63 % comptent offrir du chocolat, bien que seulement 23 % aimeraient en recevoir.

Voici les différents critères pour le choix d’un cadeau de Saint-Valentin:



Quant aux montants des achats, les hommes dépenseront en moyenne plus que les femmes (90 \$ VS 68 \$). Les milléniaux achèteront pour un montant moins élevé que les générations plus âgées : 66 \$ pour les 18-24 ans, 80 \$ pour les 35-64 ans et 90 \$ pour les plus de 65 ans.

À noter que les 18-24 ans sont plus nombreux à souligner la Saint-Valentin avec un cadeau (44 %) et la principale caractéristique recherchée de celui-ci, après le symbole d'amour (81 %), est son originalité (67 %).

### **Une visite en magasin**

Bien qu'Internet demeure la première source d'inspiration (36 %) des Québécois pour leurs cadeaux, 74 % prévoient se rendre en magasin. 19 % achèteront un ou des cadeaux sur une plateforme en ligne transactionnelle.

Ainsi, plus du quart ira dans un centre commercial, 16 % visiteront un commerce de proximité et autant les grands magasins alors que 14 % iront en pharmacies.

*« Cette donnée démontre l'importance de l'expérience client en magasin et sur le Web. C'est là que l'omnicanal prend toute son importance. Les détaillants doivent donc saisir ces occasions et créer le "rendez-vous" »,* évoque Léopold Turgeon, président-directeur général du CQCD.

### **Un repas à la maison : l'activité préférée**

Le 14 février prochain, de nombreux Québécois (44 %) resteront à la maison pour se préparer un bon repas alors que 37 % iront au restaurant. Près d'un Québécois sur cinq (18 %) écrira un mot doux dans une carte de souhaits et 12 % se prêteront à des activités coquines.

*« Ce sondage permet de dresser les tendances, car, bien que les fêtes reviennent année après année, le consommateur, lui, évolue »,* affirme Jacques Pelletier, président du conseil et chef de la direction de la firme L'Observateur.

Les données proviennent d'un sondage de l'Observateur auprès de sa communauté d'internautes réalisé du 13 au 17 janvier. Au total, 1 039 panélistes ont participé.

### **À propos du Conseil québécois du commerce de détail**

Le CQCD est une association regroupant la grande majorité des entreprises du commerce de détail et de la distribution au Québec, ce qui en fait un interlocuteur incontournable. Dans le dossier du commerce en ligne transfrontalier comme dans tous les autres, le CQCD se positionne en « mode solutions », afin de contribuer aux réflexions, aux stratégies et aux décisions des gouvernements.

Source :

Renseignements et entrevues :

Conseil québécois du commerce de détail

DIRECTION Communications stratégiques

Emmanuelle Rouillard

514-284-2860, poste 4

(438) 881-1884

[erouillard@direction.qc.ca](mailto:erouillard@direction.qc.ca)