

Baromètre CQCD

Panel de
consommateurs

Avril 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	21
Section 3 : Achats sur Internet	27
Section 4 : Produits et commerces locaux	33
Section 5 : Habitudes d'achat et de retour	42
Section 6 : Intérêt pour les invendus et les articles usagés	45
Section 7 : L'obsolescence programmée et la réparabilité des articles	54



Baromètre CQCD : 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.

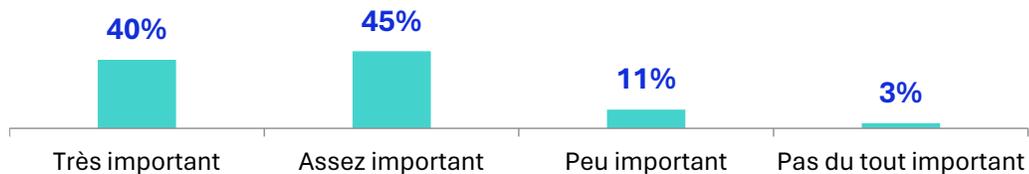


MÉTHODOLOGIE	ORAMA MARKETING
MÉTHODE DE COLLECTE DES DONNÉES	Sondage Internet
UNIVERS	Québécois de 18 ans et plus
SÉLECTION DES RÉPONDANTS	Invitation à participer au sondage envoyée via le panel Web (Dynata)
LANGUE D'ENTREVUE	Français et anglais
DATE DE COLLECTE DES DONNÉES	Du 11 au 19 avril 2024
NOMBRE DE RÉPONDANTS	1 022
PONDÉRATION	Selon la population du Québec : Région administrative, sexe, âge et nombre de personnes dans le ménage.
MARGE D'ERREUR	Étant donné le caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Bond de la confiance des consommateurs

- L'indice de confiance des consommateurs québécois **bondit** de plus de 5 points en 3 mois, passant de 78,7 en janvier à 84,2 en avril dernier.
- Seulement 14% des Québécois croient que la situation financière de son ménage se **détériorera** au cours des trois prochains mois. Il s'agit du plus petit taux enregistré par le Baromètre depuis janvier 2022.
- Plus d'un consommateur sur deux (53%) estime en **bon état** les finances de son ménage.
- Plus de huit Québécois sur dix (85%) trouvent **important** d'économiser pour le futur. Plusieurs (40%) trouvent cela même très important.

L'importance accordée à économiser pour le futur



Tout de même inquiets face à l'avenir

- Les deux tiers de la population du Québec (68%) se disent **inquiets** face à l'avenir.
- Ils sont aussi nombreux à penser que la situation économique du Québec **se détériorera** au cours des 12 prochains mois (43%) et que la province entrera en **récession** d'ici la fin de 2024 (50%).
- D'ici les trois prochaines années, plusieurs consommateurs (41%) sont d'avis que le Québec entrera en **stagnation**.
- La majorité des ménages (62%) croient que les prix à la consommation continueront **d'augmenter** au cours des douze prochains mois.
- Actuellement, un consommateur sur deux (52%) compare **régulièrement** les prix dans différents magasins avant d'acheter. Un tiers de la population (37%) magasine les prix à l'occasion.

Augmentation des achats importants

- Un tiers des consommateurs (36%) prévoient faire un **achat important** au cours des trois prochains mois en forte progression par rapport à janvier 2024 (+13%).
- En fait, plus de la moitié des Québécois (57%) envisagent de faire un achat important au cours des douze prochains mois. Il s'agit d'une **augmentation** de 9% par rapport à janvier 2024.
- Trois catégories de produits sont en forte **croissance** :
 1. Produits de rénovation pour la maison : +9%
 2. Meubles : +5%
 3. Voiture / moto : +4%
- À l'opposé, les ordinateurs et accessoires (-8%) ainsi que les électroménagers (-3%) semblent être dans les projets de **moins** de ménages.

Augmentation des achats sur Internet

- Au cours du dernier mois, 61% des consommateurs ont fait un achat sur Internet, une **hausse** de 4% par rapport à janvier 2024. Il s'agit du plus haut taux de pénétration enregistré par le Baromètre depuis janvier 2022.
- Un achat sur deux ou plus se fait maintenant sur **Internet** pour les trois catégories de produits suivants :
 1. Livres / musique / vidéo : 58%
 2. Électronique / ordinateur : 52%
 3. Bijoux et accessoires : 49%
- Un Québécois sur cinq (20%) estime que son niveau d'achat sur Internet va **augmenter** au cours des trois prochains mois. Ce pourcentage grimpe à 31% chez les 18 à 34 ans.
- D'ailleurs, la plupart acheteurs sur Internet (93%) trouvent important les politiques de retour gratuit. La majorité des consommateurs (73%) considèrent cela même très important.

Grand intérêt pour les articles invendus et usagés

- Le trois quarts des Québécois (74%) sont intéressés par les articles **invendus** offerts à 25% de rabais.
- Un tiers des consommateurs (30%) se disent même très intéressés par les articles invendus et la proportion **augmente** avec la hausse du rabais :
 - 55% de très intéressés à 50% de rabais;
 - 76% de très intéressés à 70% de rabais.
- Au cours de la dernière année, plus de la **moitié** des Québécois (56%) ont acheté des articles usagés en magasin.
- Un consommateur sur cinq (19%) en achète **souvent** et 45% achètent parfois des articles usagés en magasin.
- Sans surprise, la principale **raison** d'acheter des articles usagés est de payer moins cher (82%). Certains (43%) le font aussi pour protéger l'environnement.

Les Québécois en faveur de la réparabilité

- Seulement 45% des Québécois savent ce qu'est **l'obsolescence** programmée.
- C'est surtout dans la catégorie des articles électroniques, cellulaires et ordinateurs que plusieurs consommateurs (61%) ont déjà acheté un produit dont l'obsolescence leur semblait **programmée**.
- La plupart des Québécois (86%) trouvent **importante** la réparabilité des objets. Un tiers de la population (39%) considère cela même très important.
- Six Québécois sur dix (61%) disent d'ailleurs garder leurs biens aussi **longtemps** qu'ils fonctionnent. Les «adopteurs précoces», ceux qui achètent souvent les produits innovants avant tout le monde, représenteraient 9% de la population québécoise, tous produits confondus.
- Les deux principaux **freins** à la réparation des objets sont les coûts des pièces de remplacement et de main-d'œuvre.

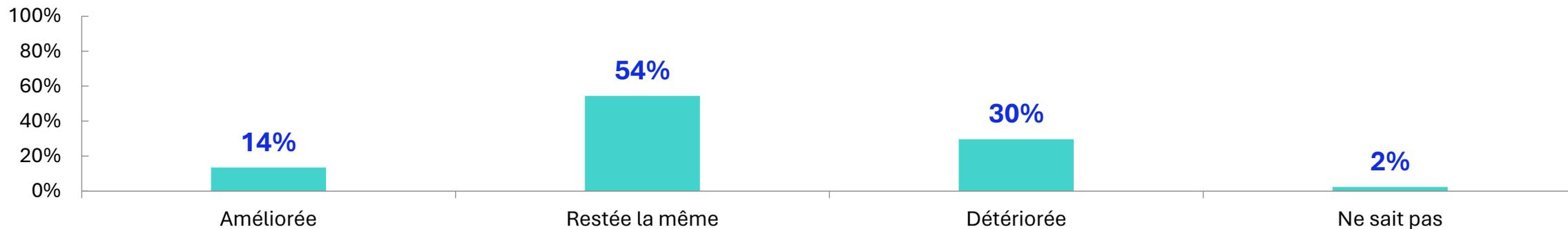


Section 1

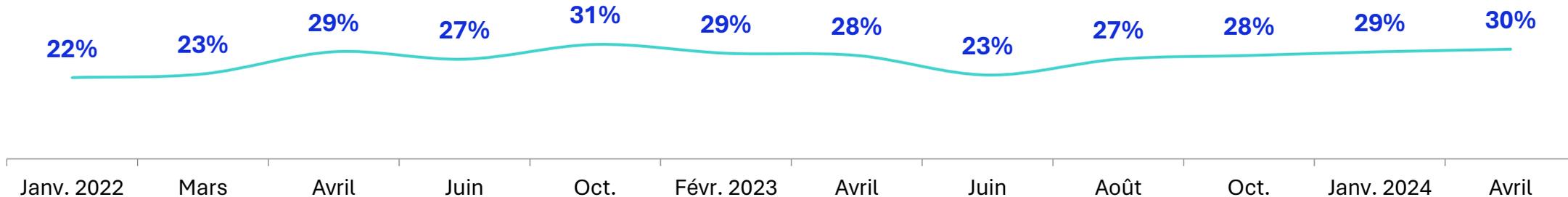
Situation actuelle face à l'économie

Situation financière des ménages

La situation financière générale du ménage au cours des 3 DERNIERS MOIS (Q41)

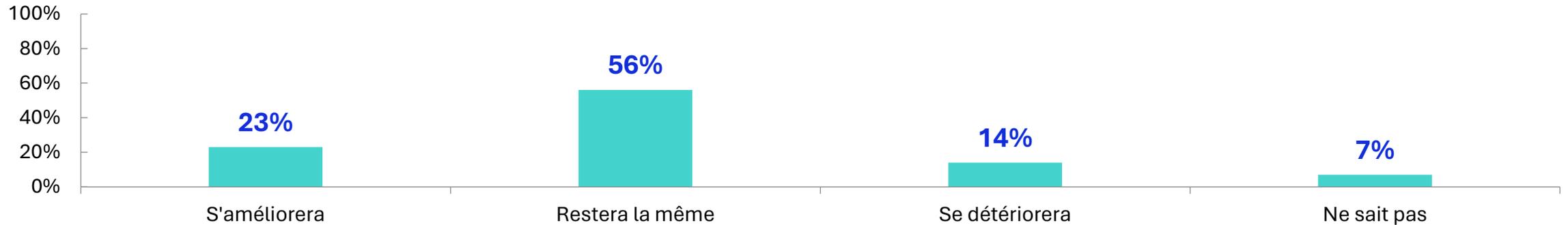


— ÉVOLUTION : La situation des ménages "s'est détériorée"

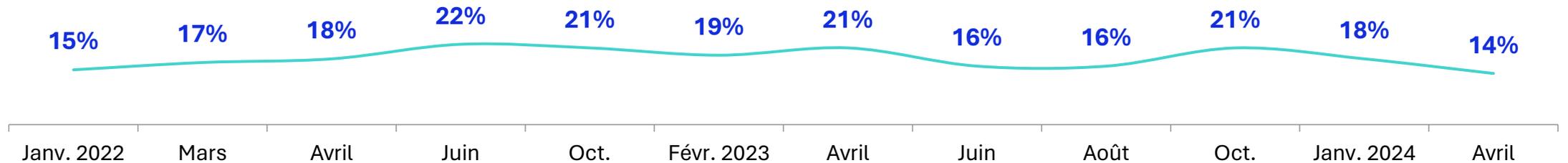


Situation financière des ménages

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

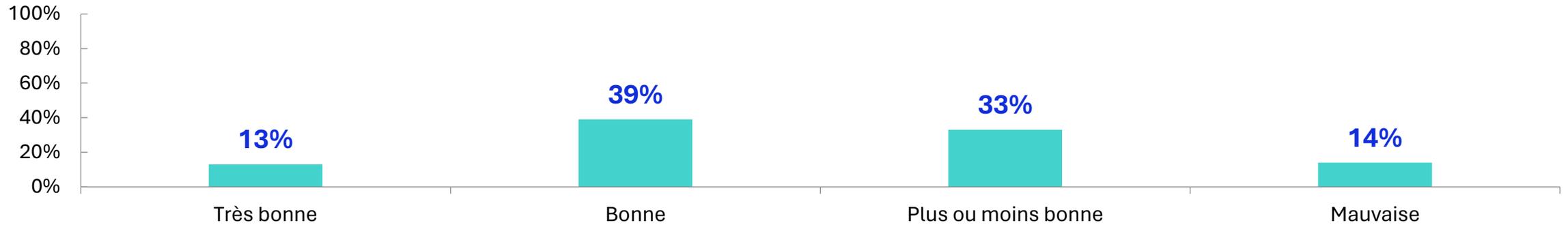


— ÉVOLUTION : La situation des ménages "se détériorera"



Situation financière des ménages

L'état des finances des ménages (QAVR2024_Q41A)



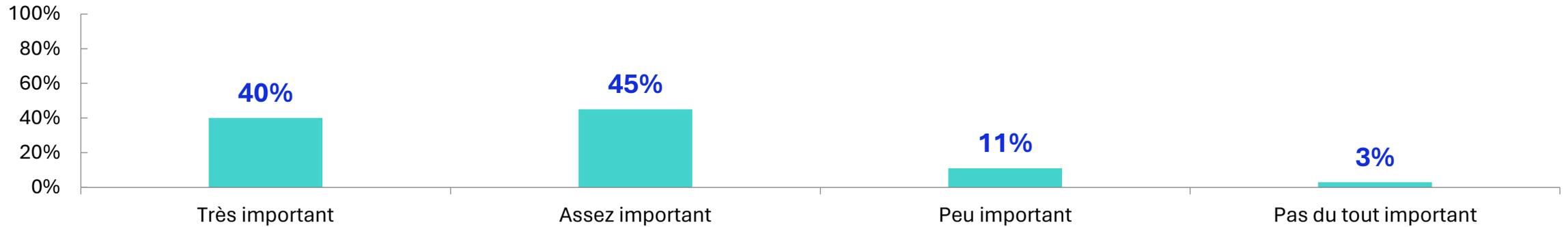
— ÉVOLUTION : Situation des finances personnelles "Plus ou moins bonne à mauvaise"

47%

Avril 2024

Situation financière des ménages

L'importance accordée à économiser pour le futur (QAVR2024_Q41B)



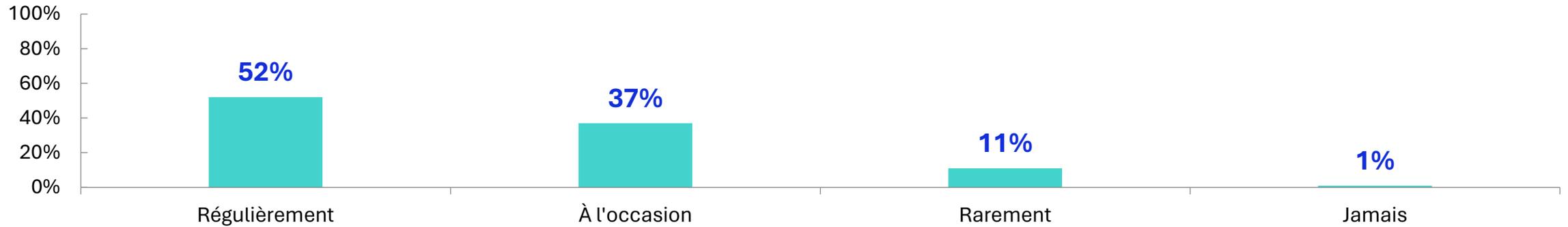
— ÉVOLUTION : Importance accordée à économiser "Peu ou pas du tout important"

14%

Avril 2024

Situation financière des ménages

La tendance à magasiner les PRIX des produits et services (QAVR2024_Q41C)



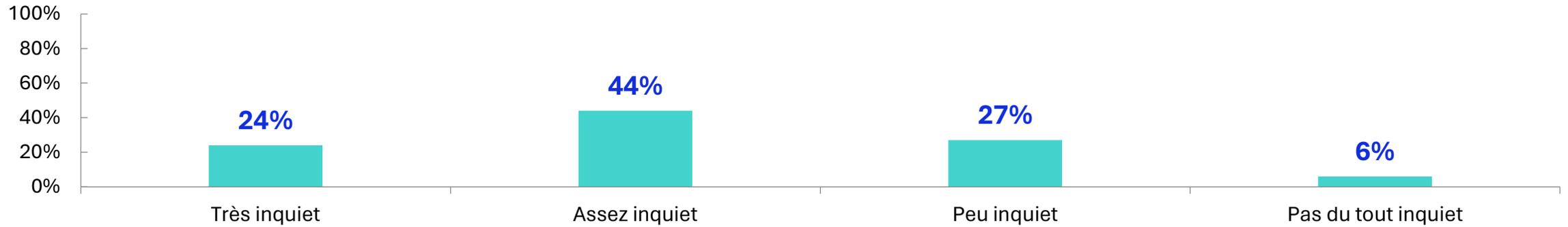
— ÉVOLUTION : Tendance à magasiner les PRIX "Rarement ou jamais"

12%

Avril 2024

Situation financière des ménages

L'inquiétude face à l'avenir (QAVR2024_Q47)



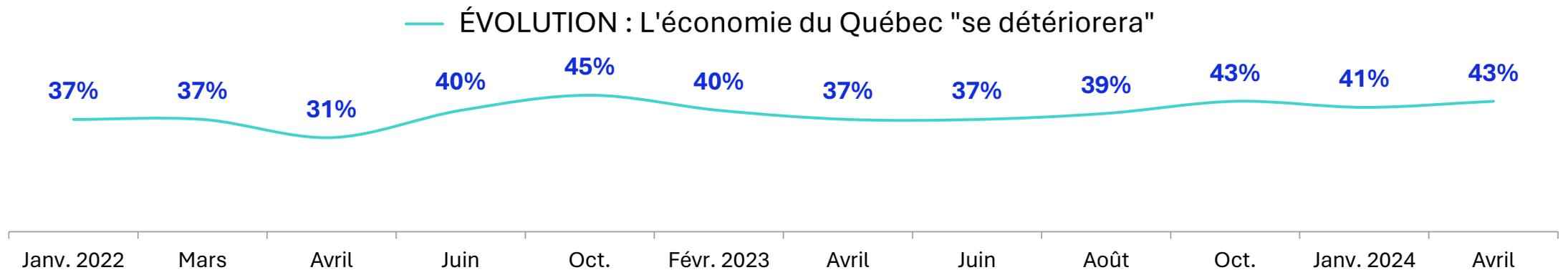
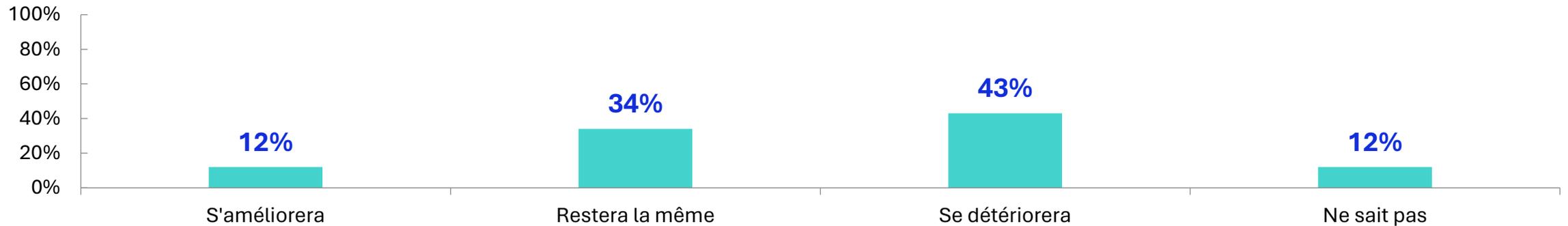
— ÉVOLUTION : Inquiétude face à l'avenir "Très et assez inquiet"

68%

Avril 2024

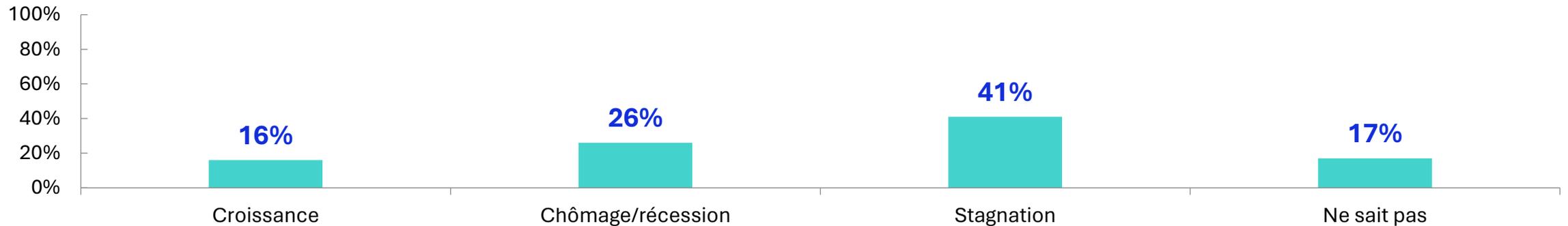
Situation financière du Québec

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

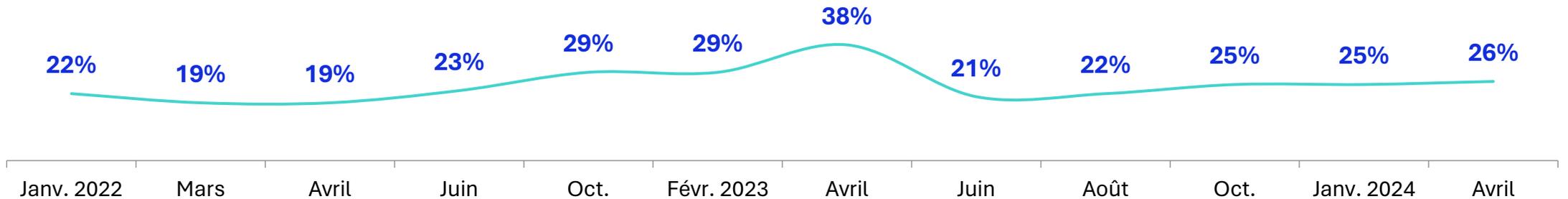


Situation financière du Québec

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



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



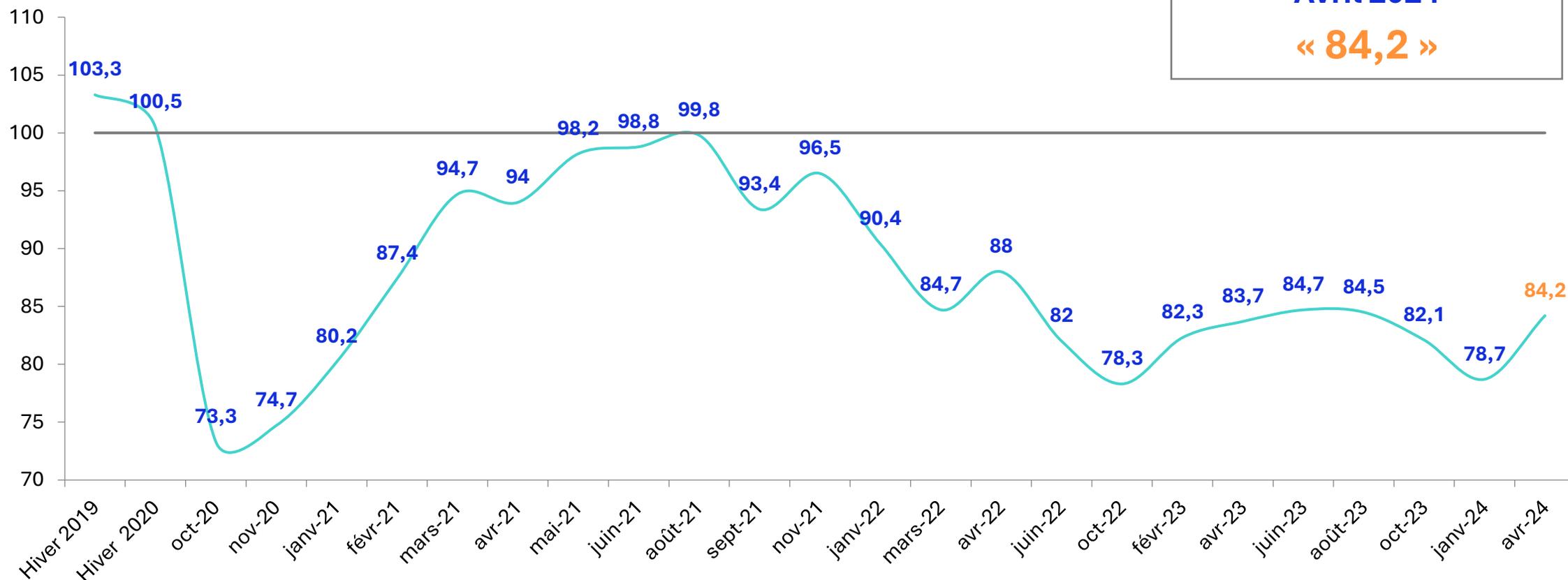
Indice de confiance des consommateurs québécois

2019 - 2024

INDICE DE CONFIANCE

Avril 2024

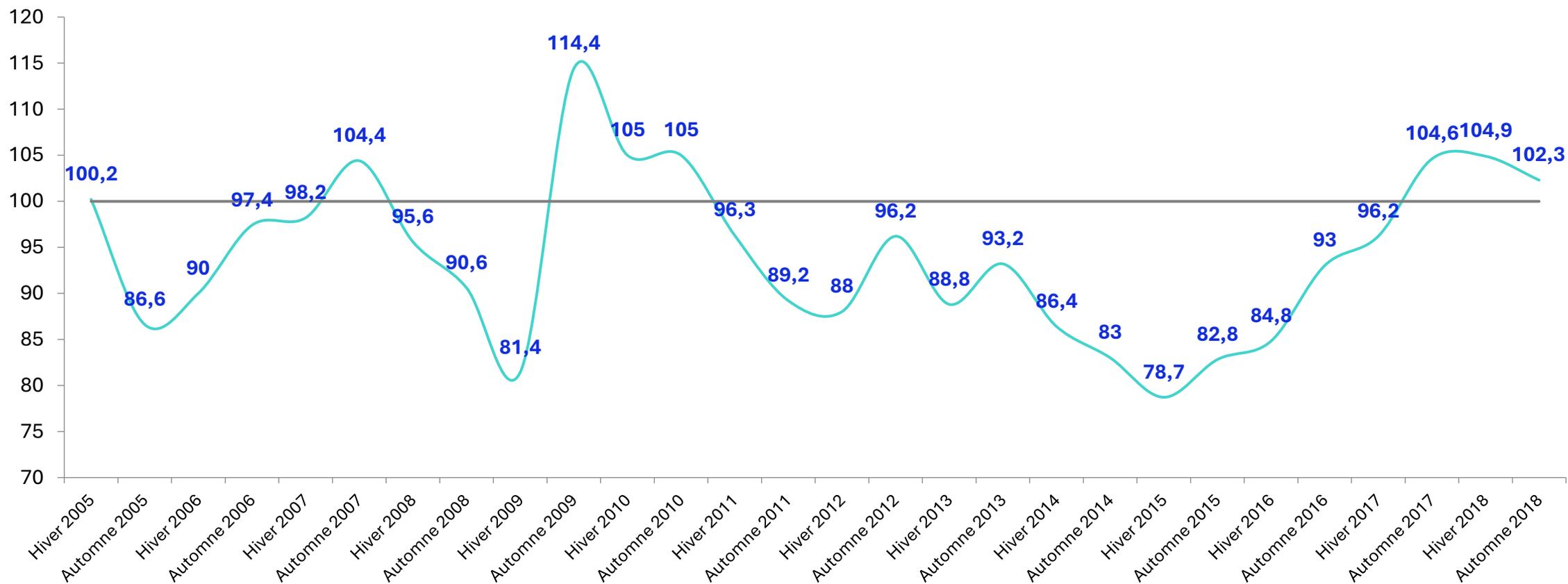
« 84,2 »



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.

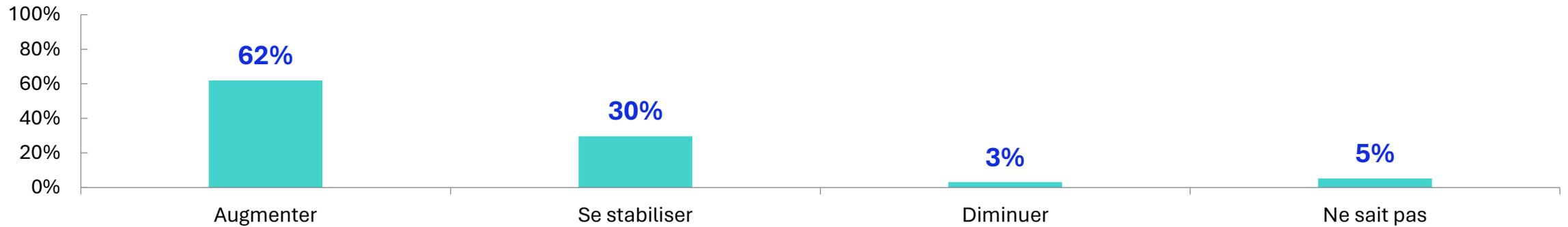
Indice de confiance des consommateurs québécois

2005 - 2018

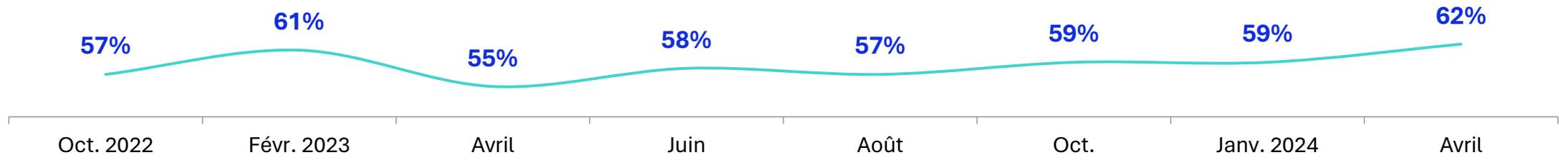


Prix à la consommation

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



ÉVOLUTION : Les prix à la consommation vont "augmenter"

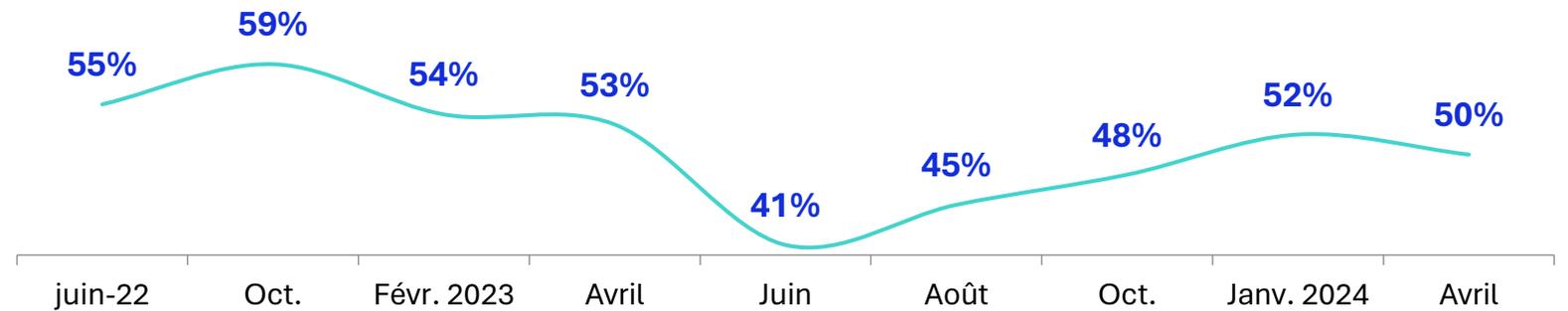


Récession au Québec

Perception d'un Québec en récession, d'ici la fin de l'année 2024 (JUIN22_Q46)



— ÉVOLUTION : Perception que le Québec va entrer en récession



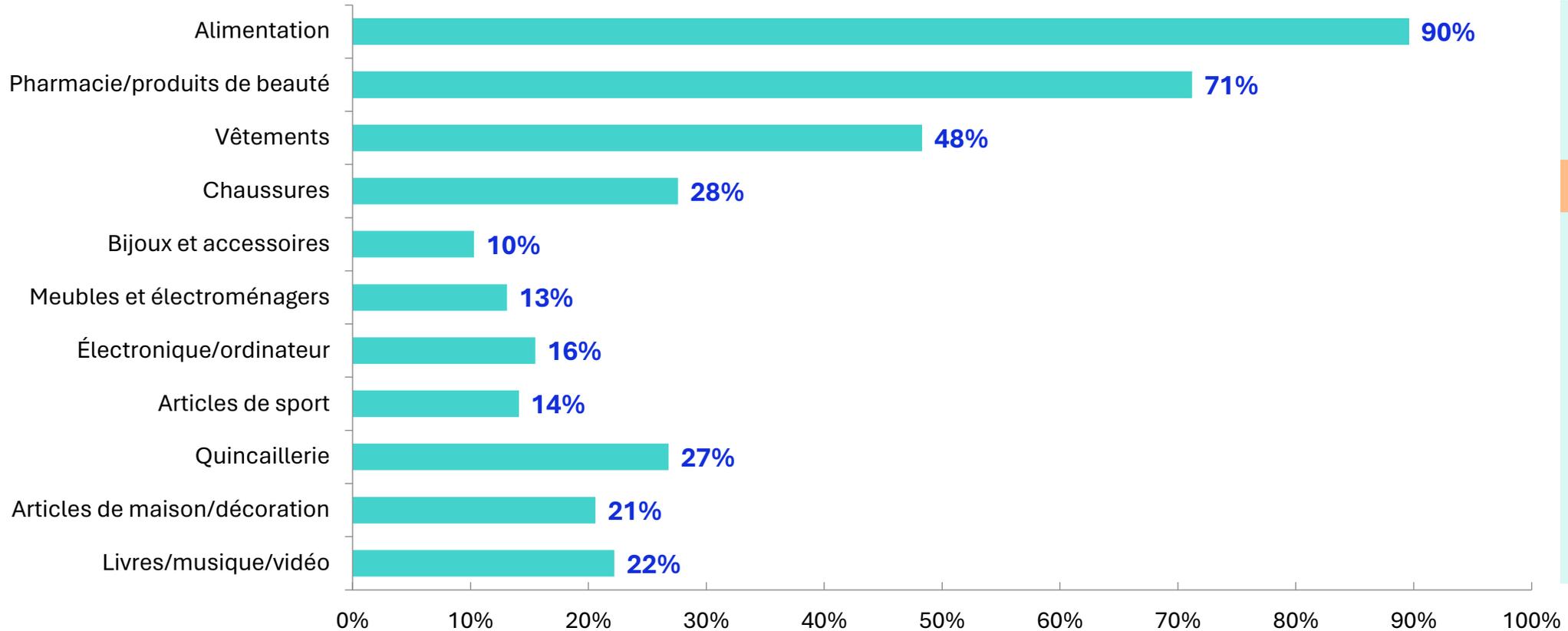


Section 2

Comportements et types d'achat

Achats au cours du dernier mois

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

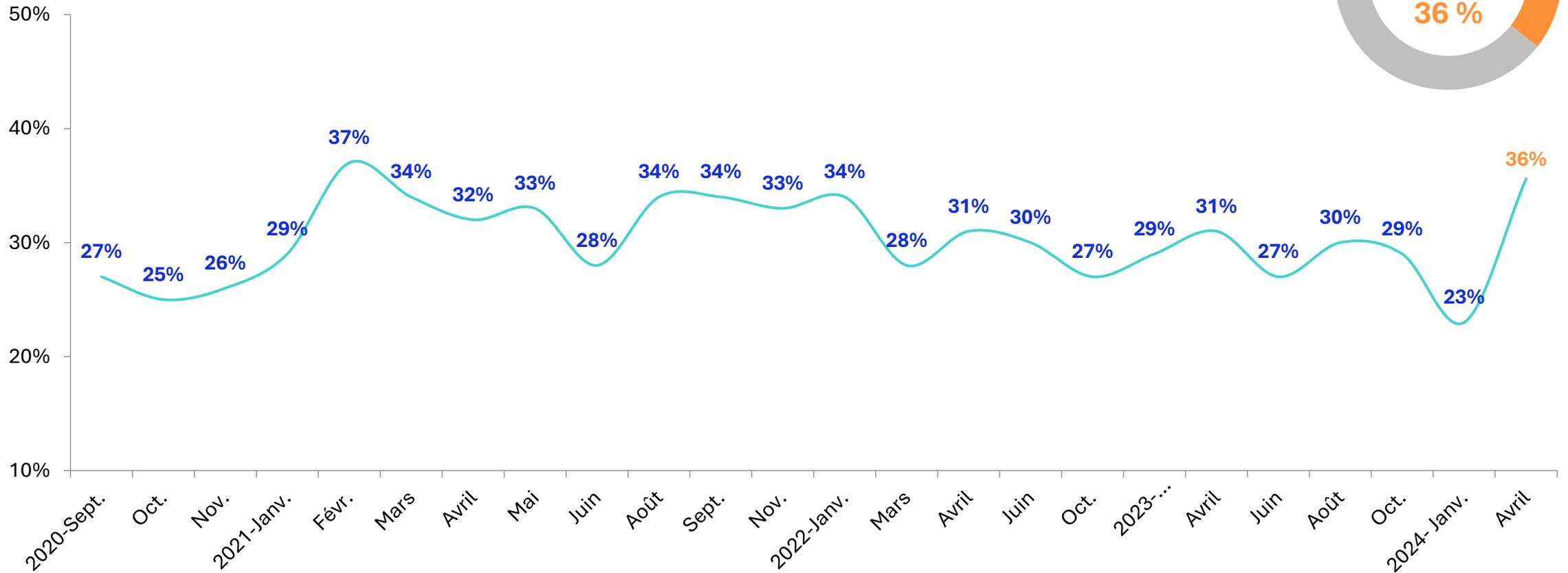


	AVRIL		
	2024	2023	2022
Alimentation	90%	91%	90%
Pharmacie/produits de beauté	71%	67%	66%
Vêtements	48%	46%	43%
Chaussures	28%	26%	24%
Bijoux et accessoires	10%	15%	11%
Meubles et électroménagers	13%	13%	13%
Électronique/ordinateur	16%	17%	15%
Articles de sport	14%	13%	10%
Quincaillerie	27%	24%	20%
Articles de maison/décoration	21%	23%	19%
Livres/musique/vidéo	22%	19%	19%

Achats au cours du derniers mois

2020 - 2024

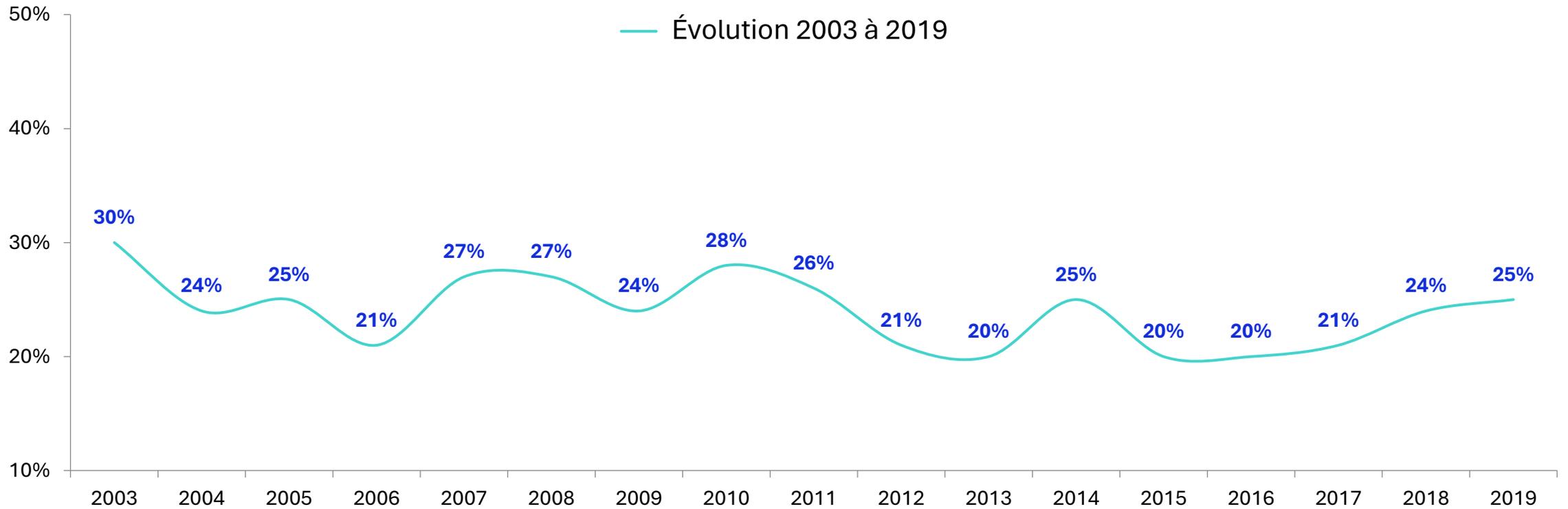
Intention pour un ou des achat(s) important(s) au cours des 3 prochains mois (Q16)



Achats au cours du derniers mois

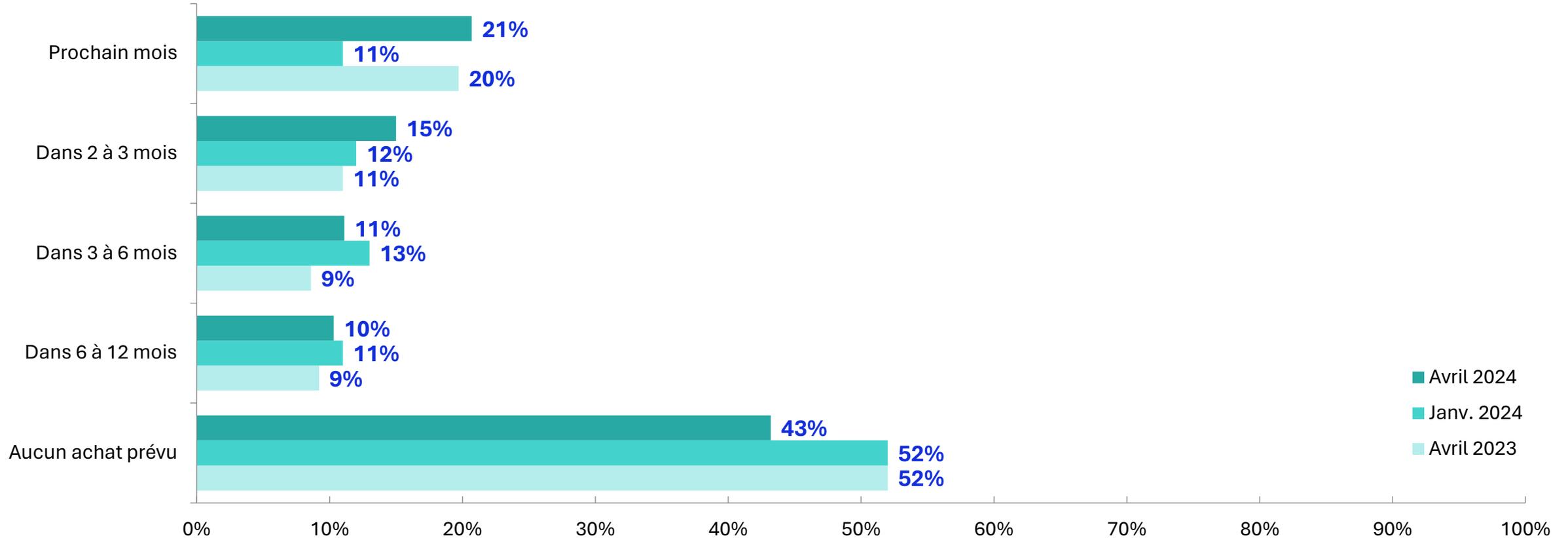
2003 - 2019

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



Intention d'achat important

Envisage d'effectuer un achat important ... (JUIN22_Q16A-B-C)



Intention d'achat important

Type d'achat important envisagé au cours des trois prochains mois (Q17)

Parmi ceux qui feront un achat

Catégorie	Avril 2024	△ Avril 2024 / 2023	Janvier 2024	Avril 2023
Rénovation de la maison	37 %	+9 %	28 %	33 %
Électroménagers	35 %	-3 %	38 %	38 %
Ordinateurs et accessoires	34 %	-8 %	42 %	31 %
Meubles	31 %	+5 %	26 %	34 %
Voiture/moto	26 %	+4 %	22 %	34 %
Appareils électroniques	25 %	+1 %	24 %	25 %
Maison (propriété)	7 %	-1 %	8 %	12 %

Achat : prochains 6 à 12 mois (JUN22_Q17A)

- 30% Rénovation de la maison
- 27% Voiture/moto
- 27% Ordinateurs/matériel informatique
- 26% Meubles
- 25% Électroménagers

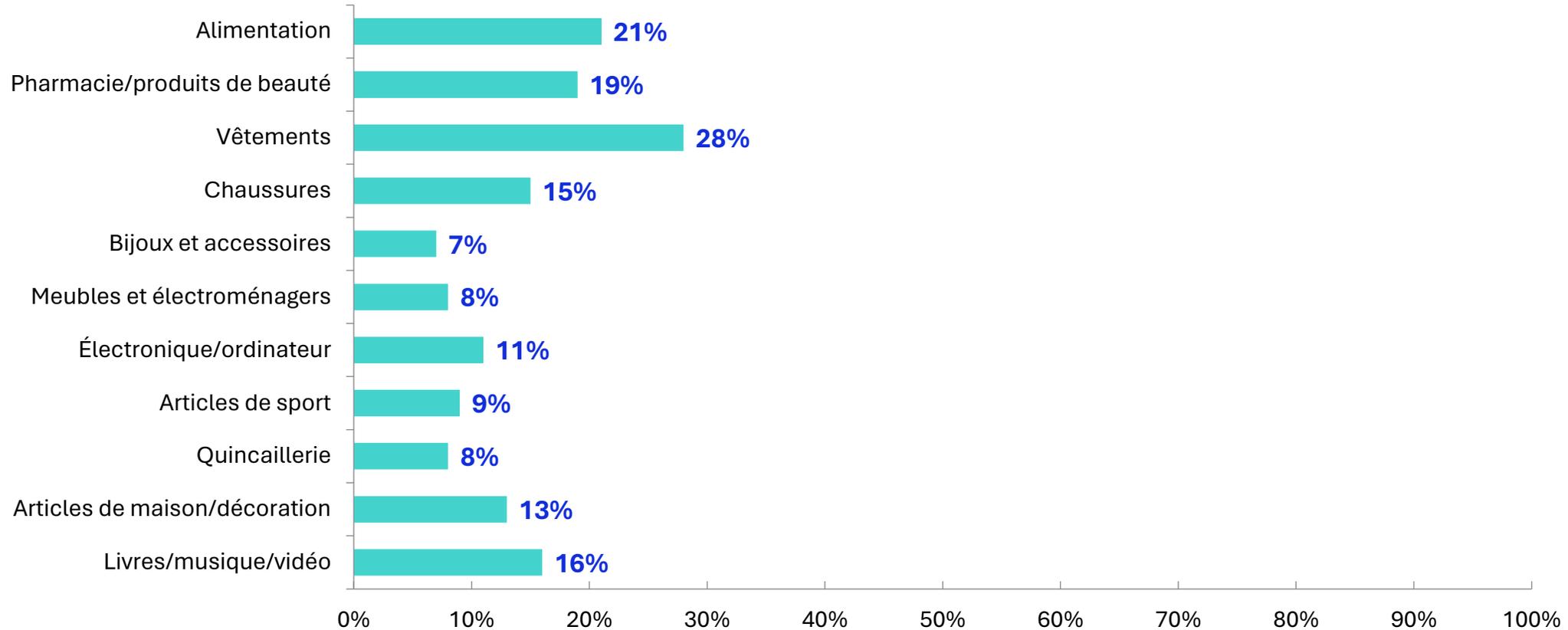


Section 3

Achats sur Internet

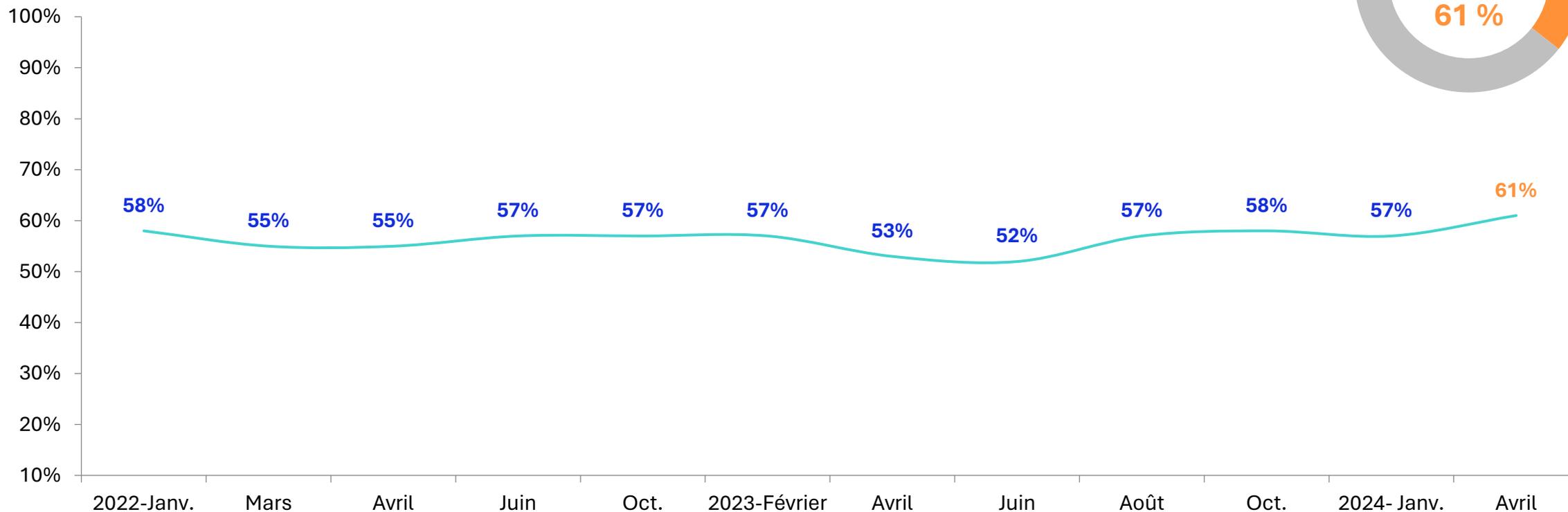
Niveau d'achat sur Internet par catégorie

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



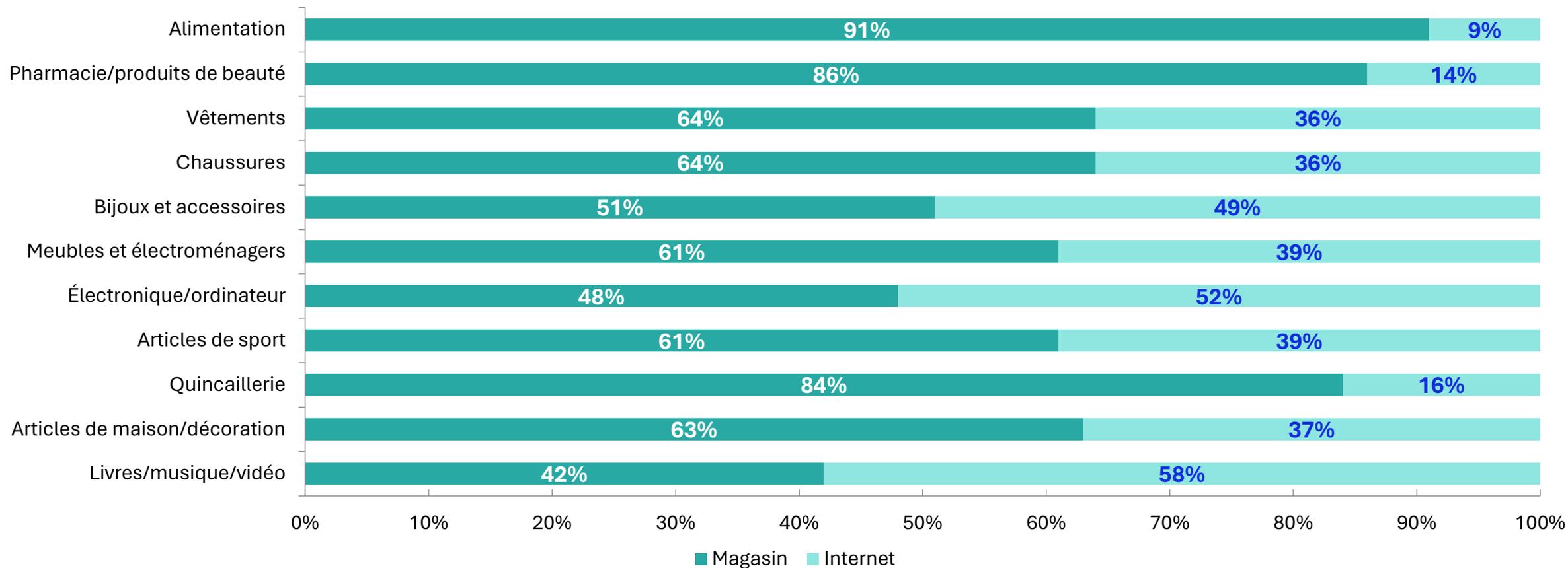
Niveau d'achat sur Internet

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



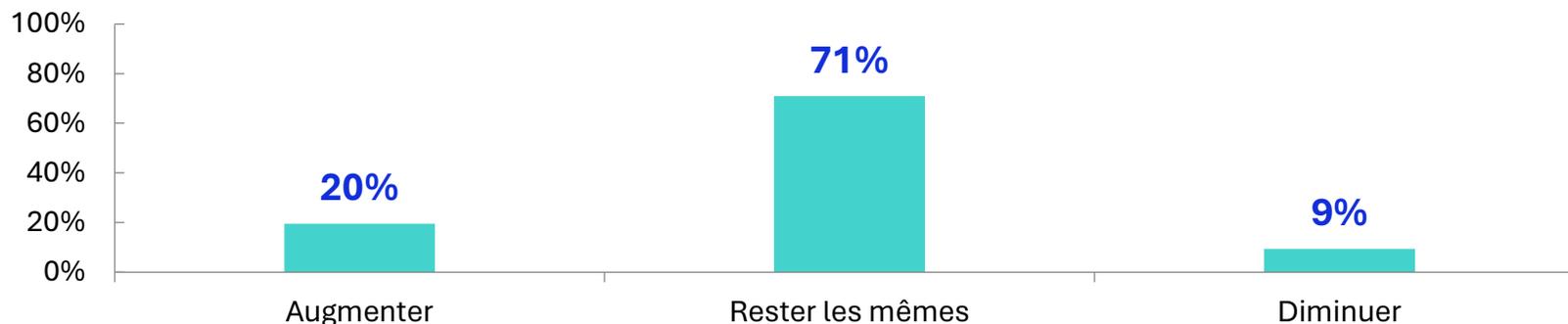
Répartition des achats : Magasin vs Internet

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



Projection d'achat sur Internet

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



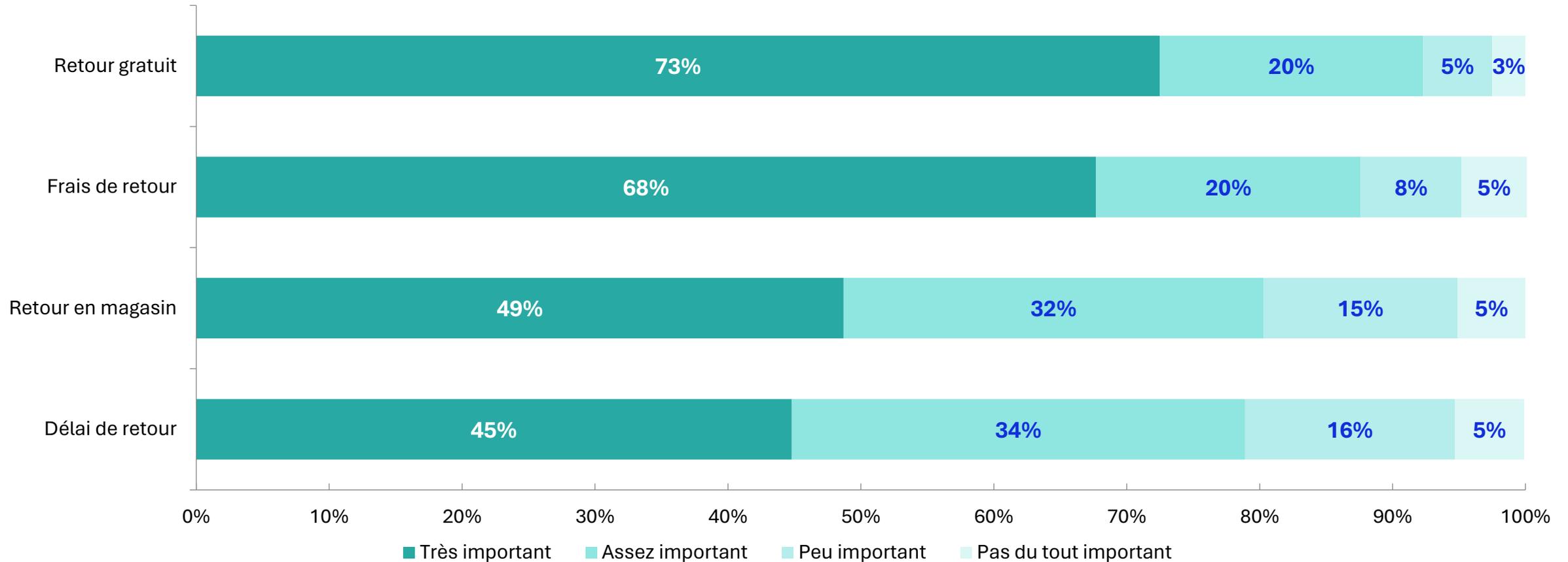
Écart selon l'âge

Près du tiers des **18 à 34 ans (31%)** 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"



Importance accordée aux politiques de retour (QAVR2024_Q1A-B-C-D)



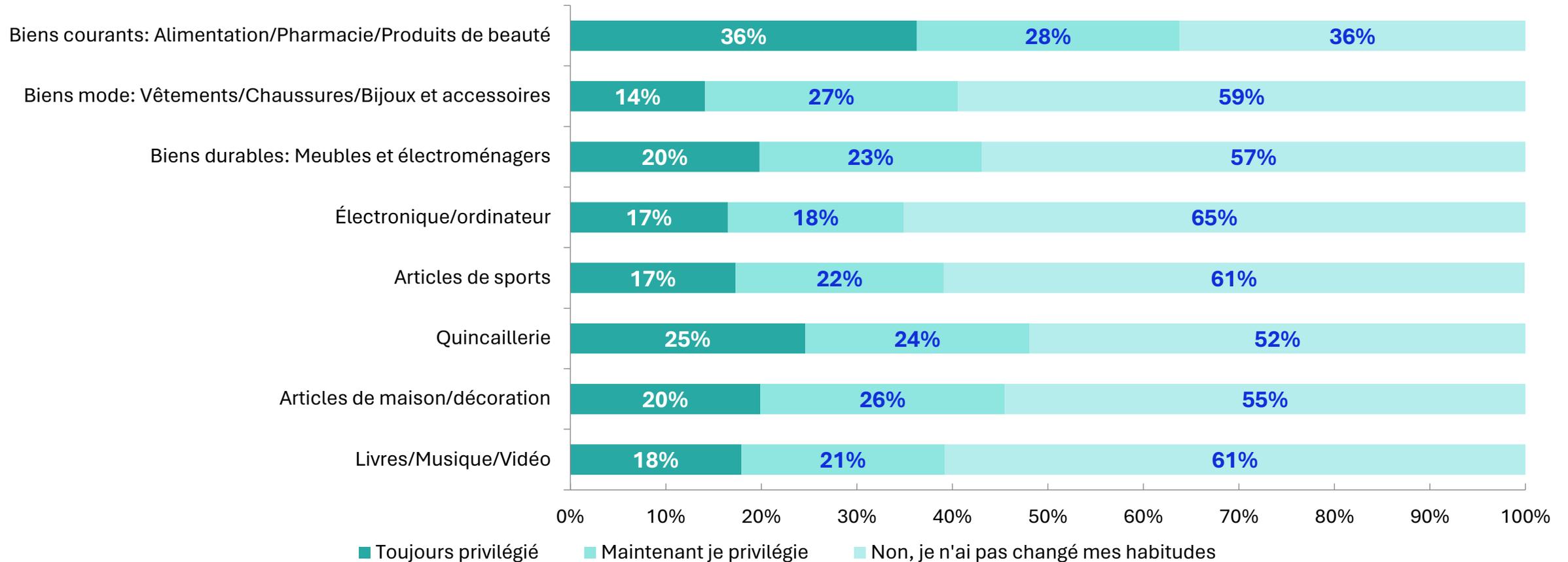


Section 4

Produits et commerces locaux

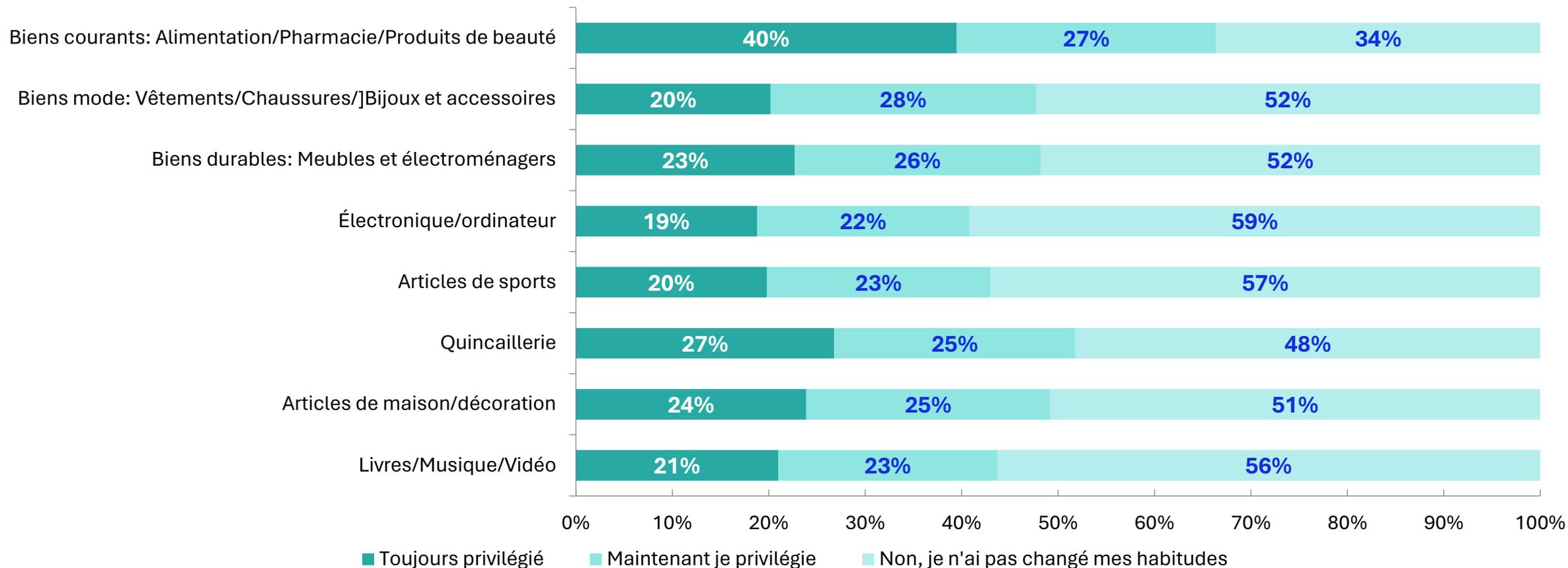
Produits et commerces locaux

Tendance à privilégier l'achat de **PRODUITS LOCAUX** (QAVR2024_Q22A à Q22H)



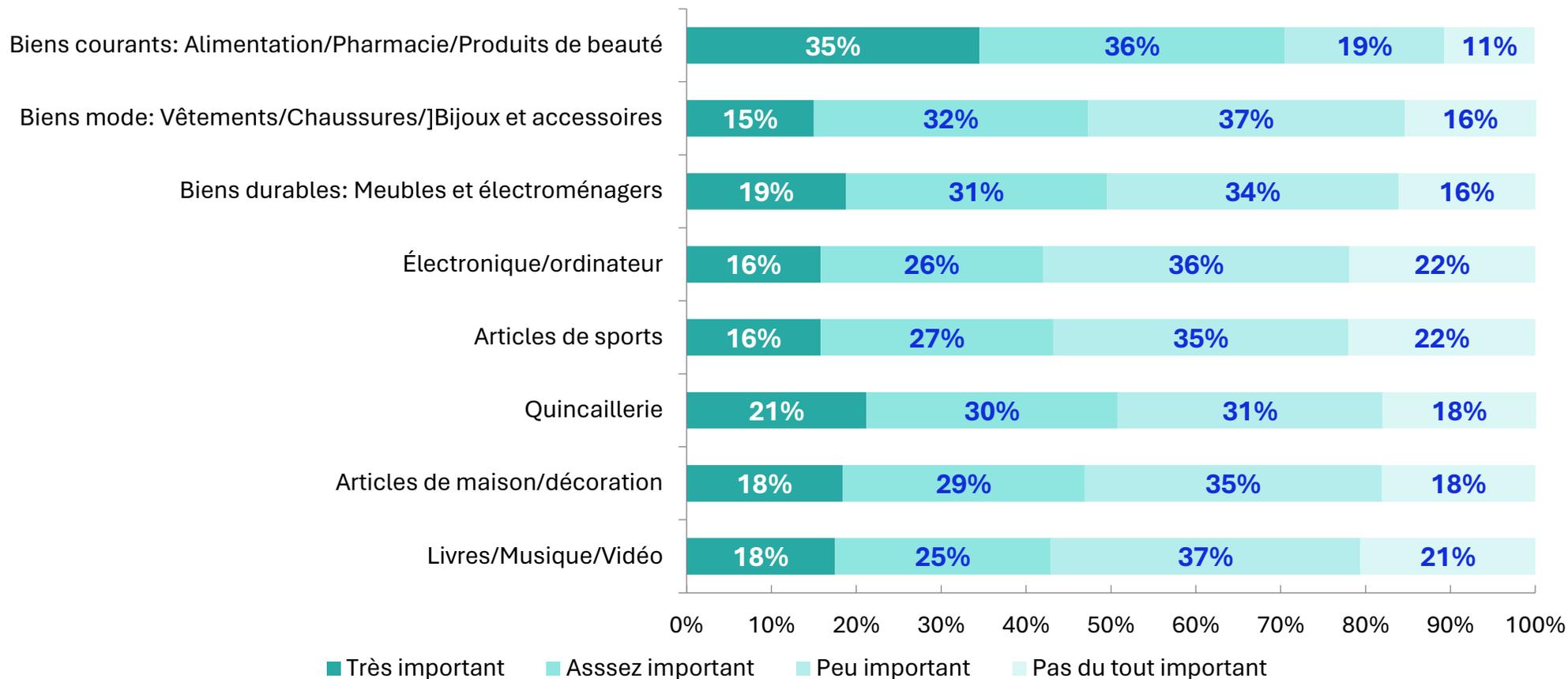
Produits et commerces locaux

Tendance à privilégier l'achat dans les **COMMERCE LOCAUX** (QAVR2024_Q22AA à Q22AH)



Produits et commerces locaux

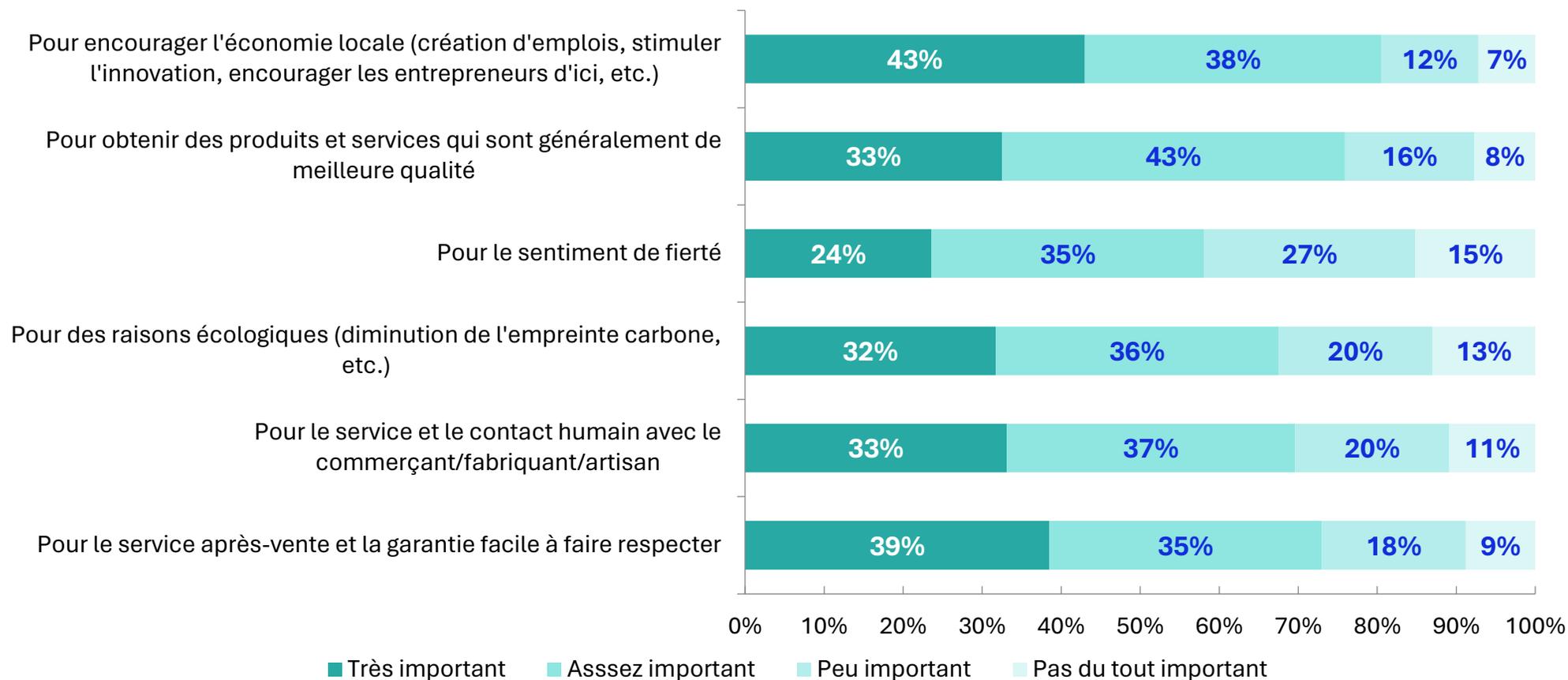
Importance accordée aux COMMERCES LOCAUX (OCT2022_QL1A à L1H)



TRÈS & ASSEZ IMPORTANT		
2024	2023	2022
71%	69%	72%
47%	47%	48%
50%	51%	53%
42%	40%	38%
43%	40%	40%
51%	48%	50%
47%	45%	47%
43%	42%	46%

Produits et commerces locaux

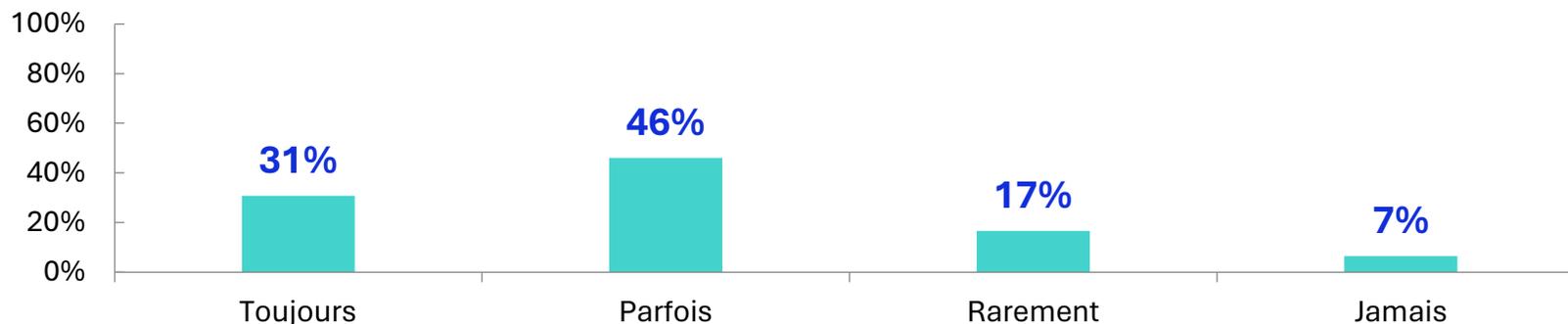
Critères d'importance lors de l'achat chez un **COMMERCANT LOCAL** (OCT2022_QL2A à L2H)



TRÈS & ASSEZ IMPORTANT		
2024	2023	2022
81%	76%	84%
76%	64%	70%
59%	58%	61%
68%	63%	73%
70%	67%	69%
74%	74%	78%

Provenance des produits

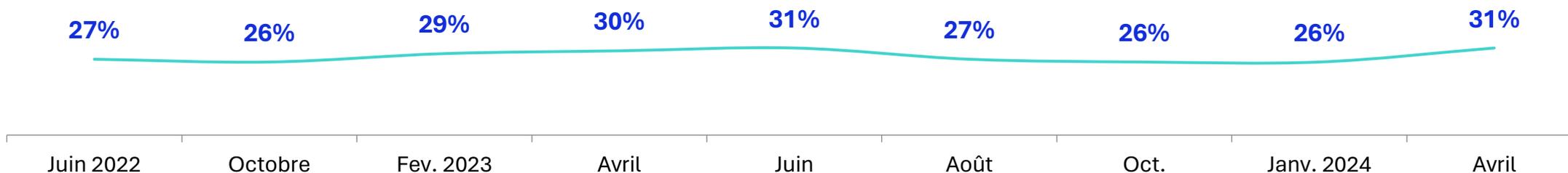
Attention portée au pays d'origine des produits lors de l'achat (JUIN22_Q26)



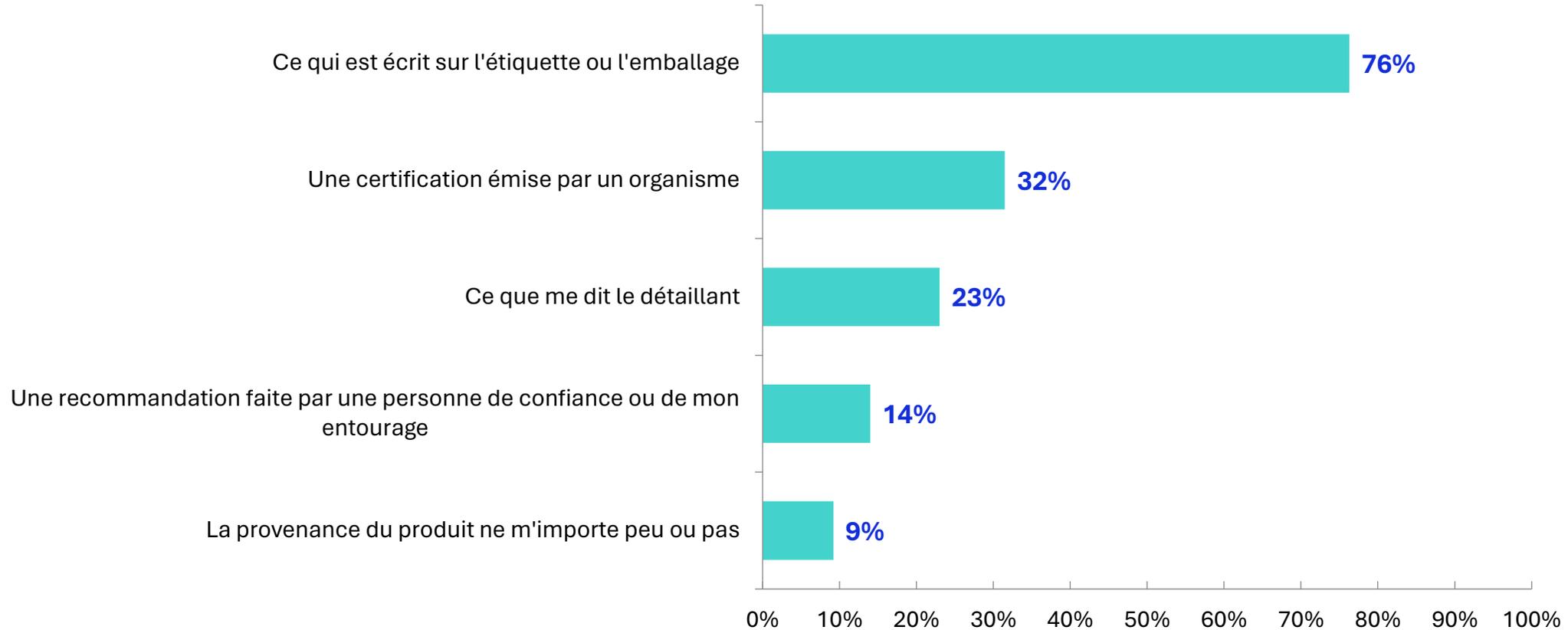
Écart selon l'âge

Environ le cinquième des **18 à 34 ans (22%)** porte une attention au pays d'origine des produits lors de l'achat. C'est plutôt les **55 ans et plus (39%)** qui portent une attention à la provenance des produits.

ÉVOLUTION : Attention portée "toujours"

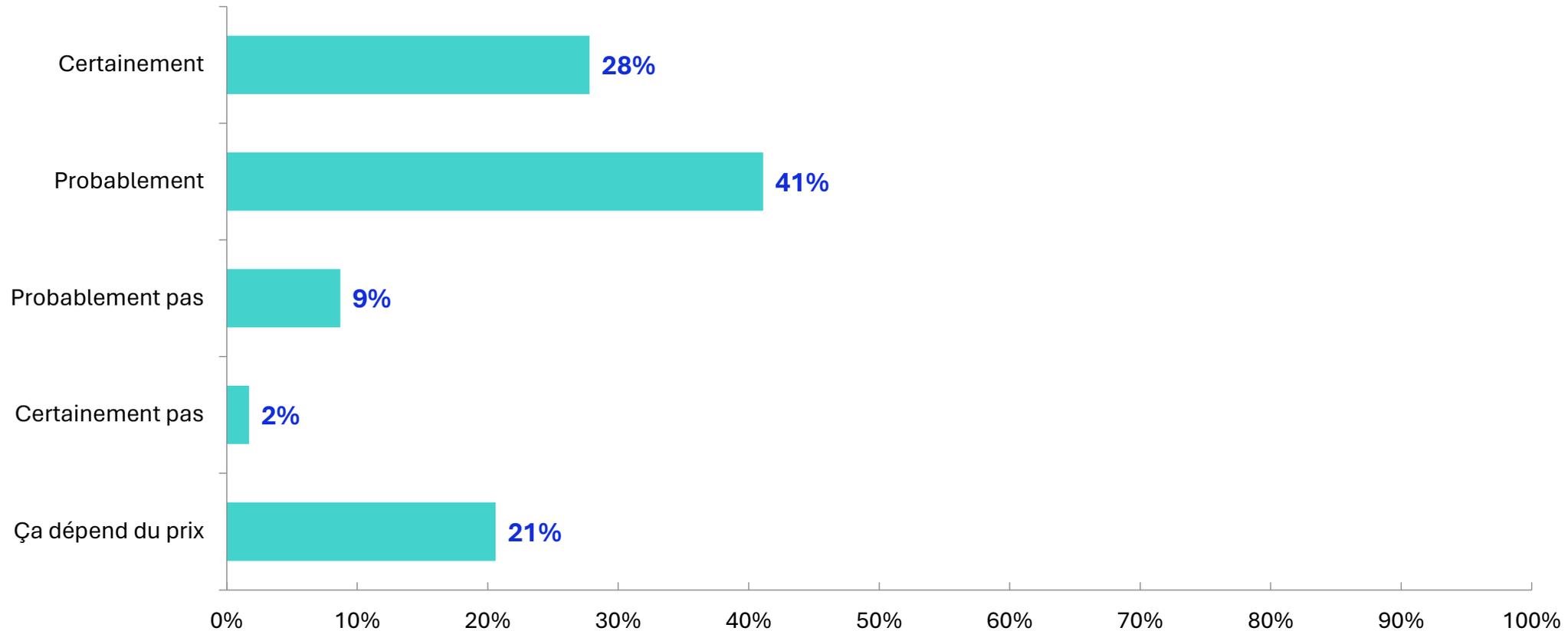


Critères pour déterminer qu'un produit est québécois (OCT2022_QL4)



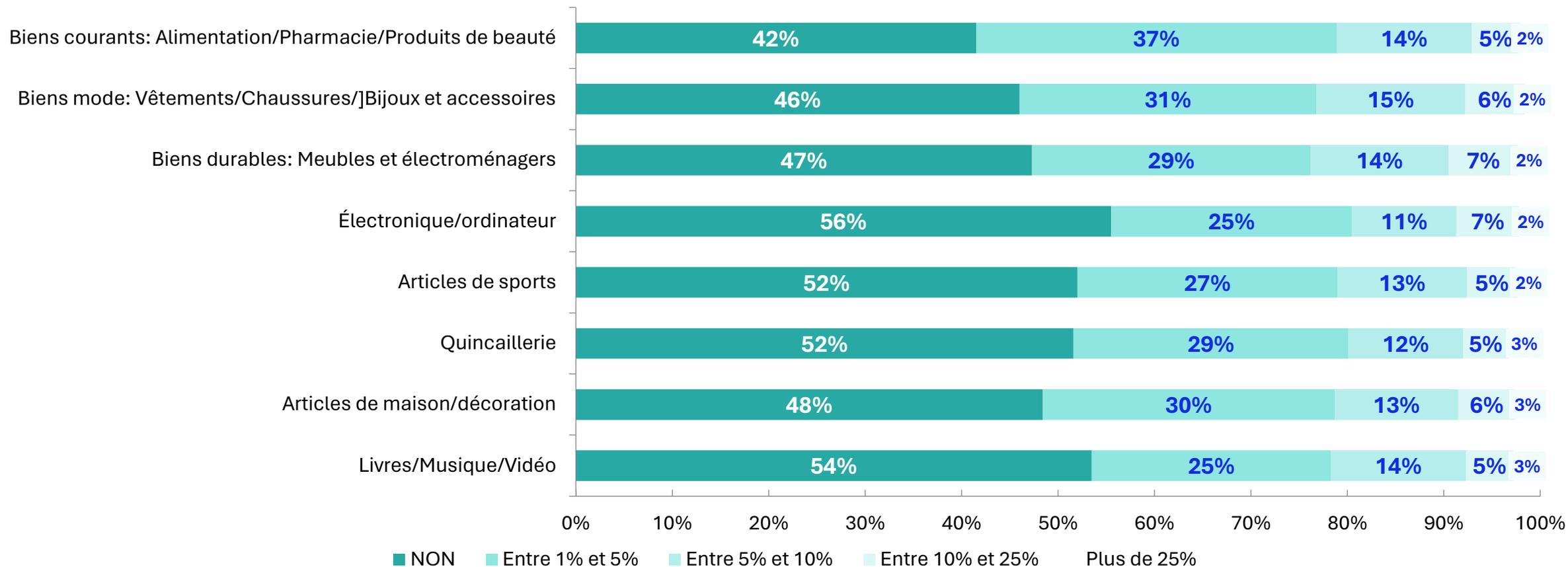
Provenance des produits

Choisir un PRODUIT QUÉBÉCOIS NON-ALIMENTAIRE si facilement repérable (OCT2022_QL1)



Produits et commerces locaux

Prêt à déboursier davantage pour un PRODUIT QUÉBÉCOIS (QAVR2024A-H)



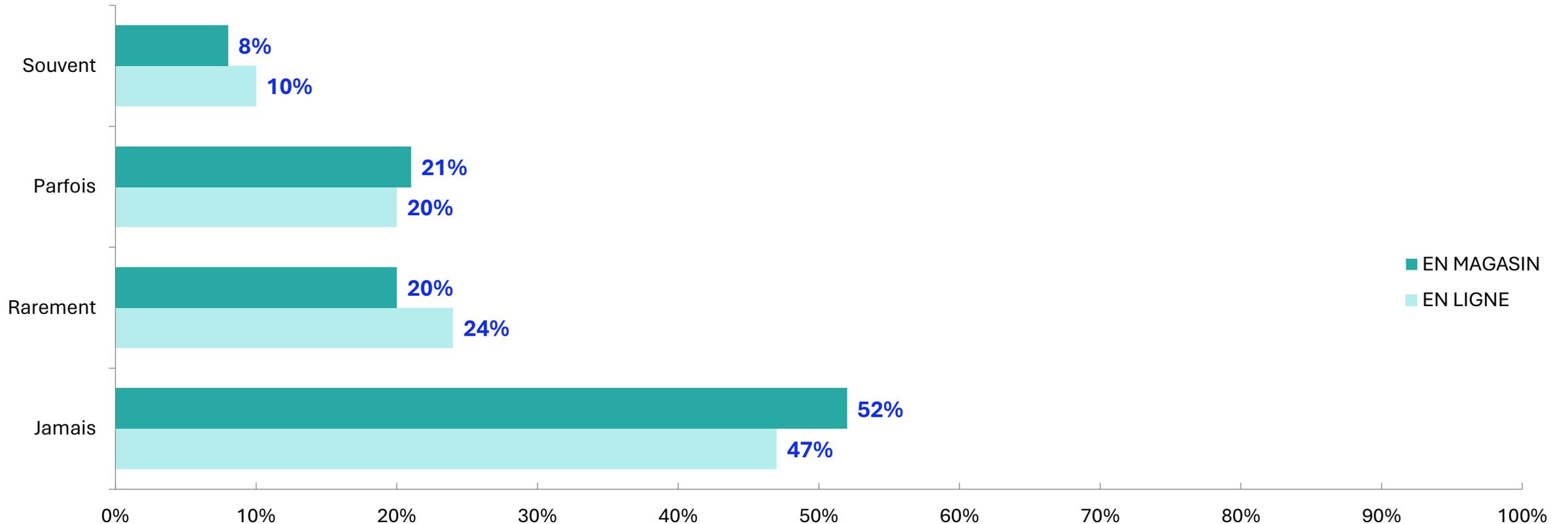


Section 5

Habitudes d'achat et de retour

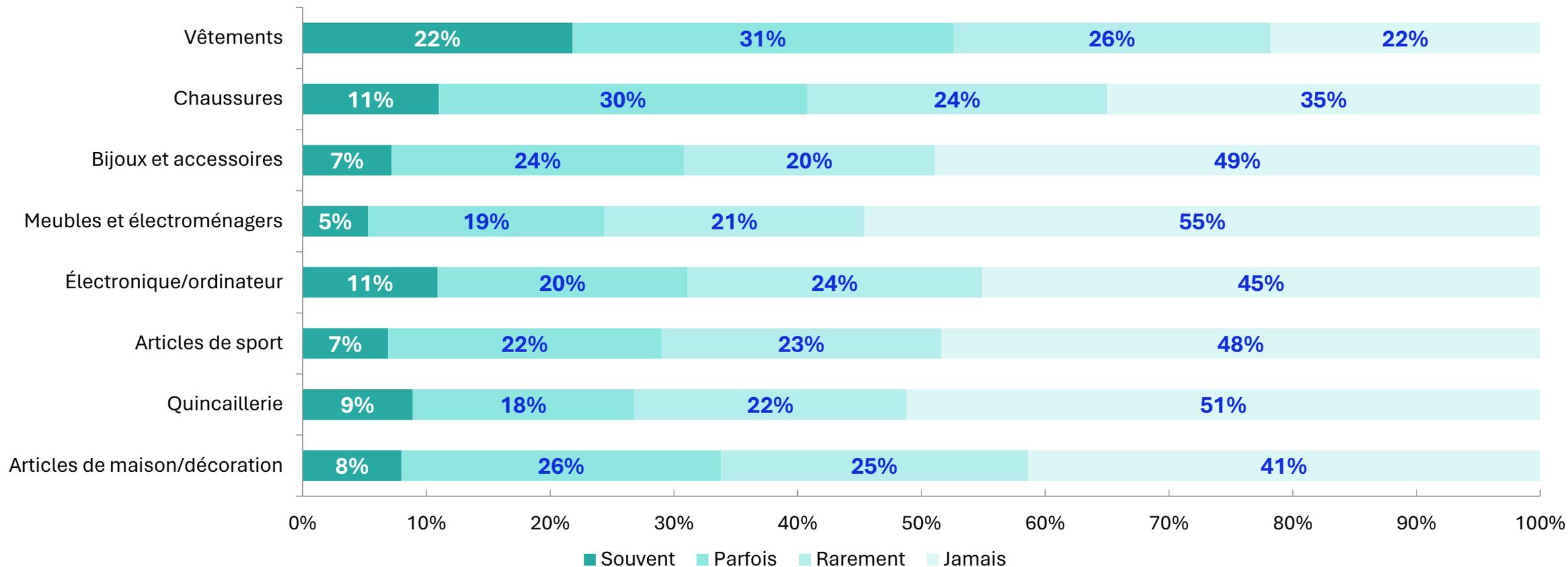
Habitudes d'achat et de retour

Achat de plusieurs articles en sachant à l'AVANCE qu'un CHOIX sera fait : À la réception ou au retour à la maison, le reste sera retourné pour être remboursé (différentes tailles, couleurs, styles, options) (INVENTAIRE_A)



Habitudes d'achat et de retour

Au cours de la dernière année : fréquence de ce TYPE d'achat EN LIGNE (INVENTAIRE_B1-B8)



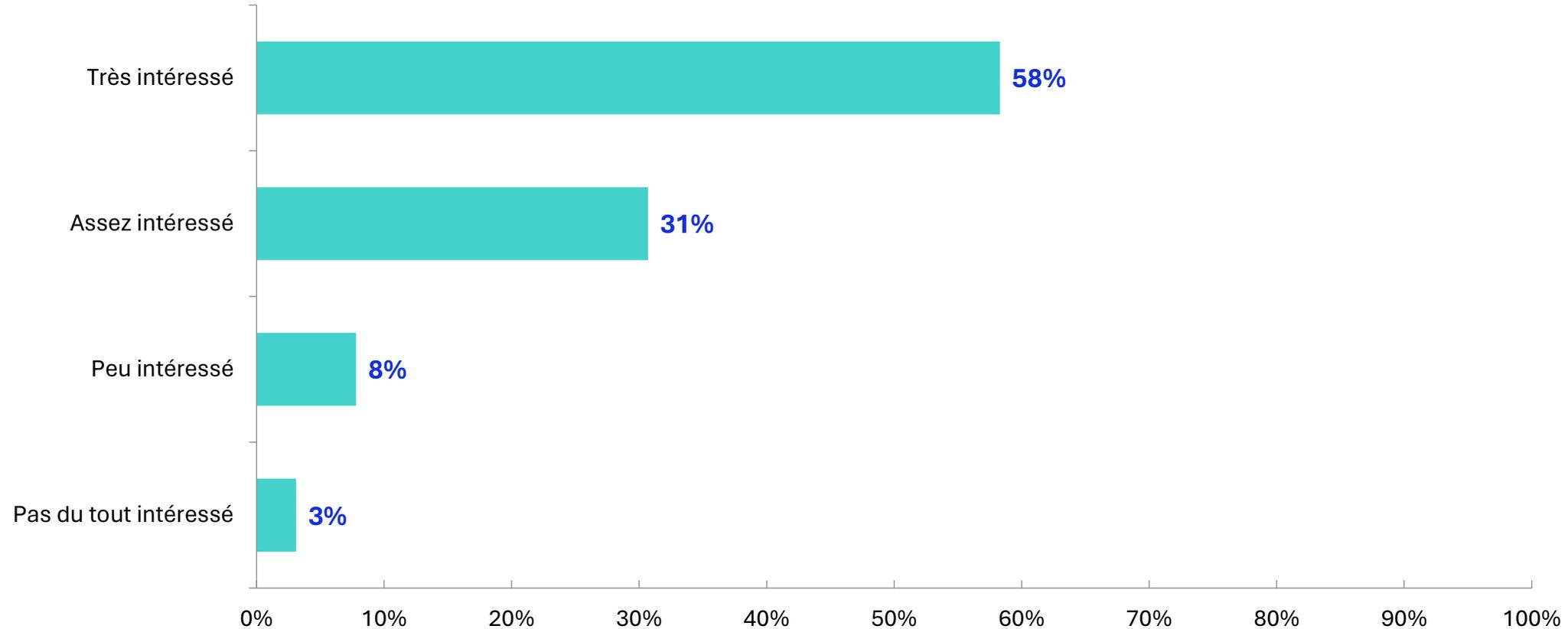


Section 6

Intérêt pour les invendus et les articles usagés

Intérêt pour les invendus

Intérêt pour les INVENDUS, si ces articles sont offerts en rabais (INVENTAIRE_E)

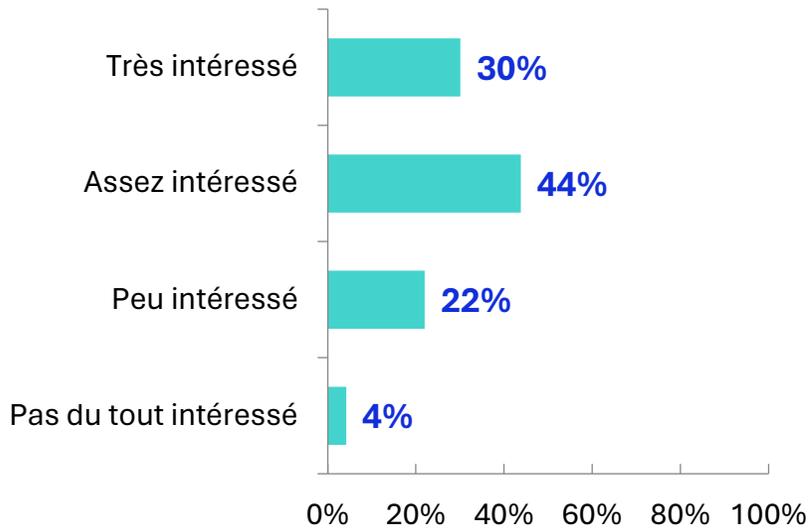


Intérêt pour les invendus et les articles usagés

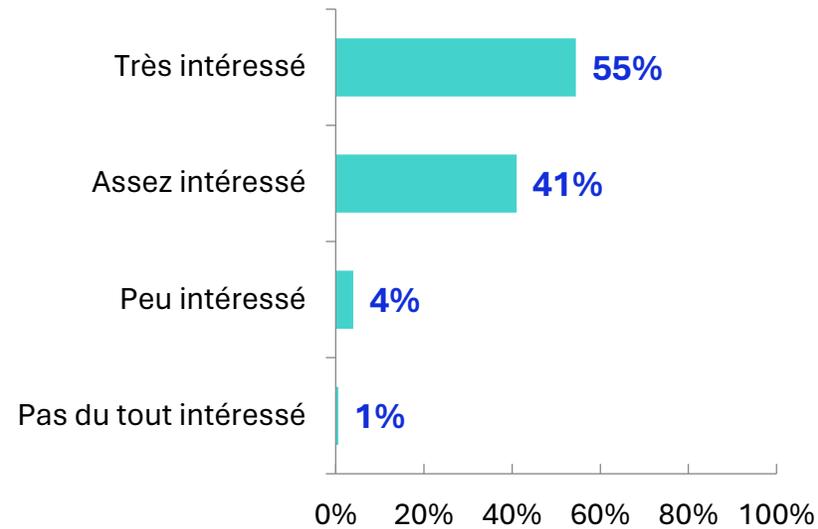
Intérêt pour les INVENDUS, si ces articles sont offerts en rabais (INVENTAIRE_E)

Auprès de ceux qui sont intéressés

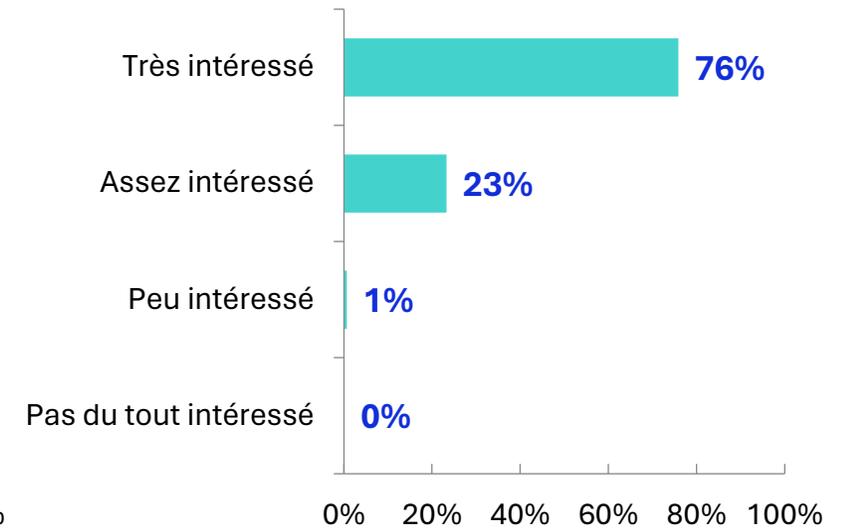
Rabais de 25%



Rabais de 50%

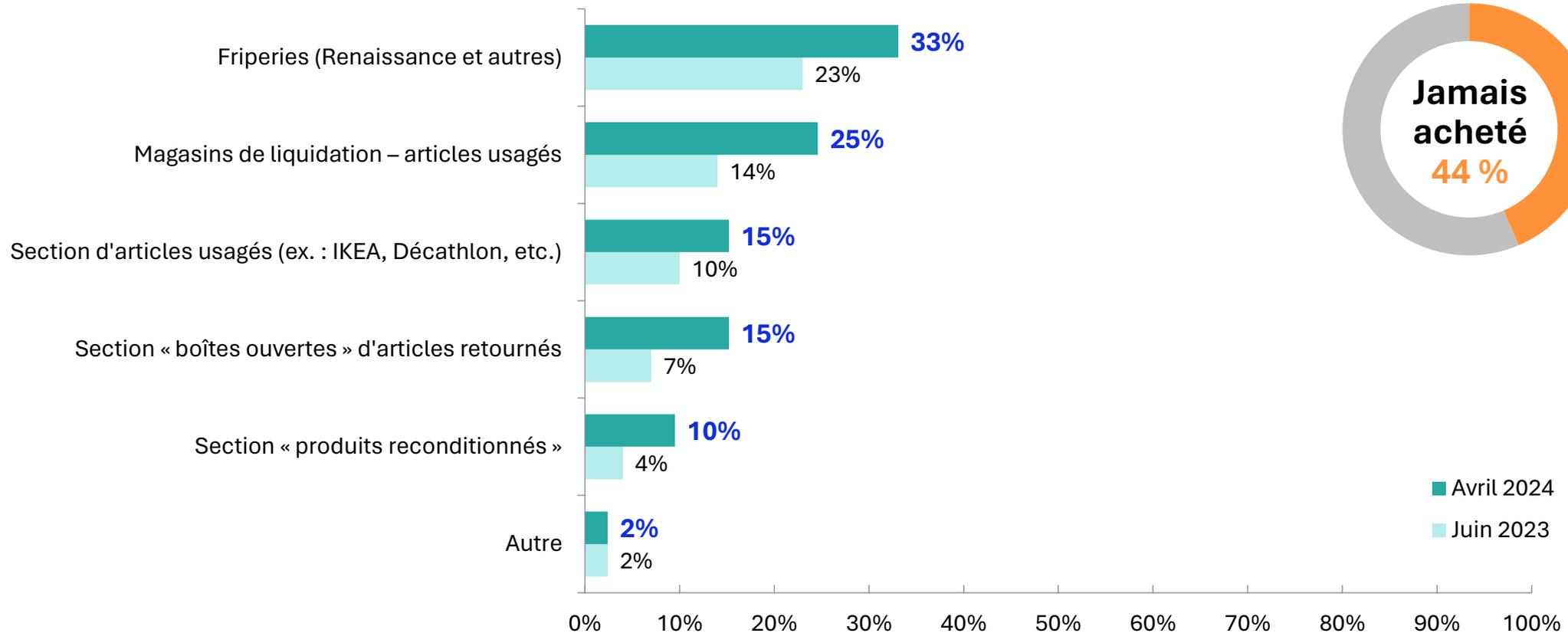


Rabais de 70%



Intérêt pour les invendus et les articles usagés

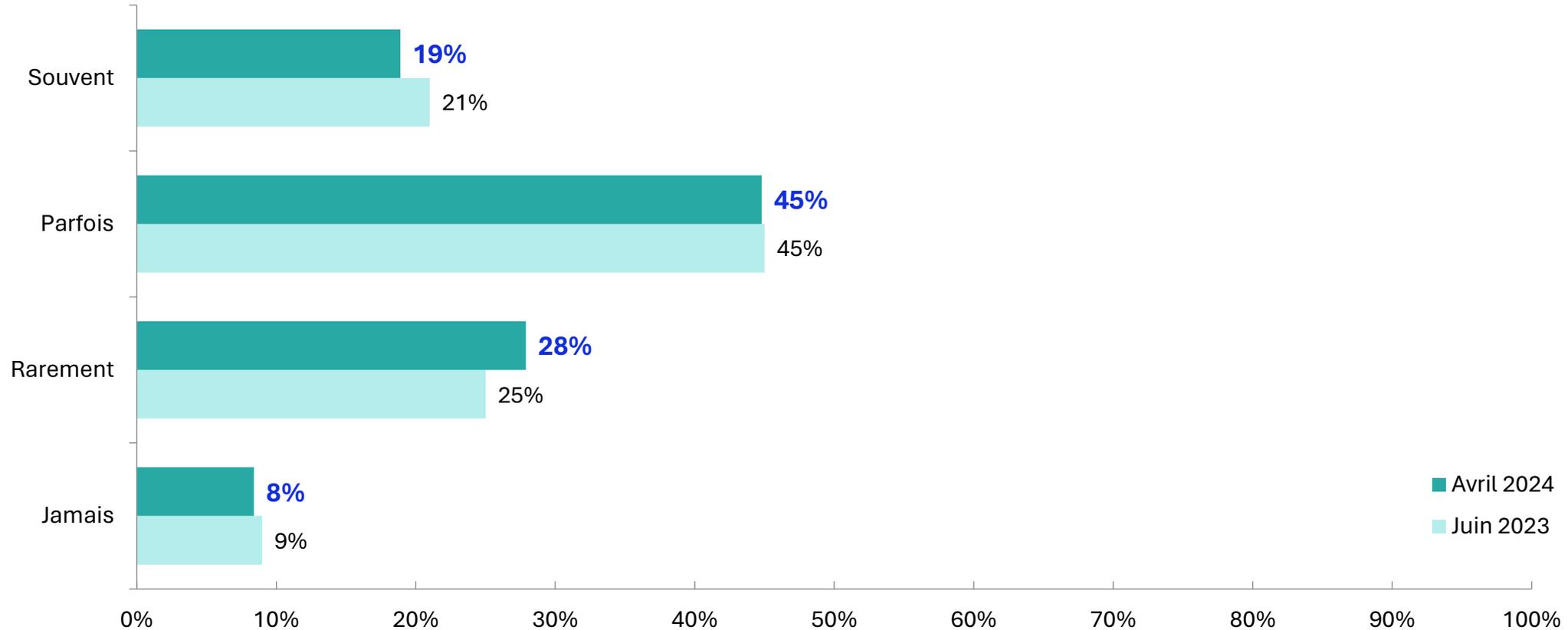
Au cours de la dernière année, avez-vous acheté des ARTICLES USAGÉS? (INVENTAIRE_G)



Intérêt pour les invendus et les articles usagés

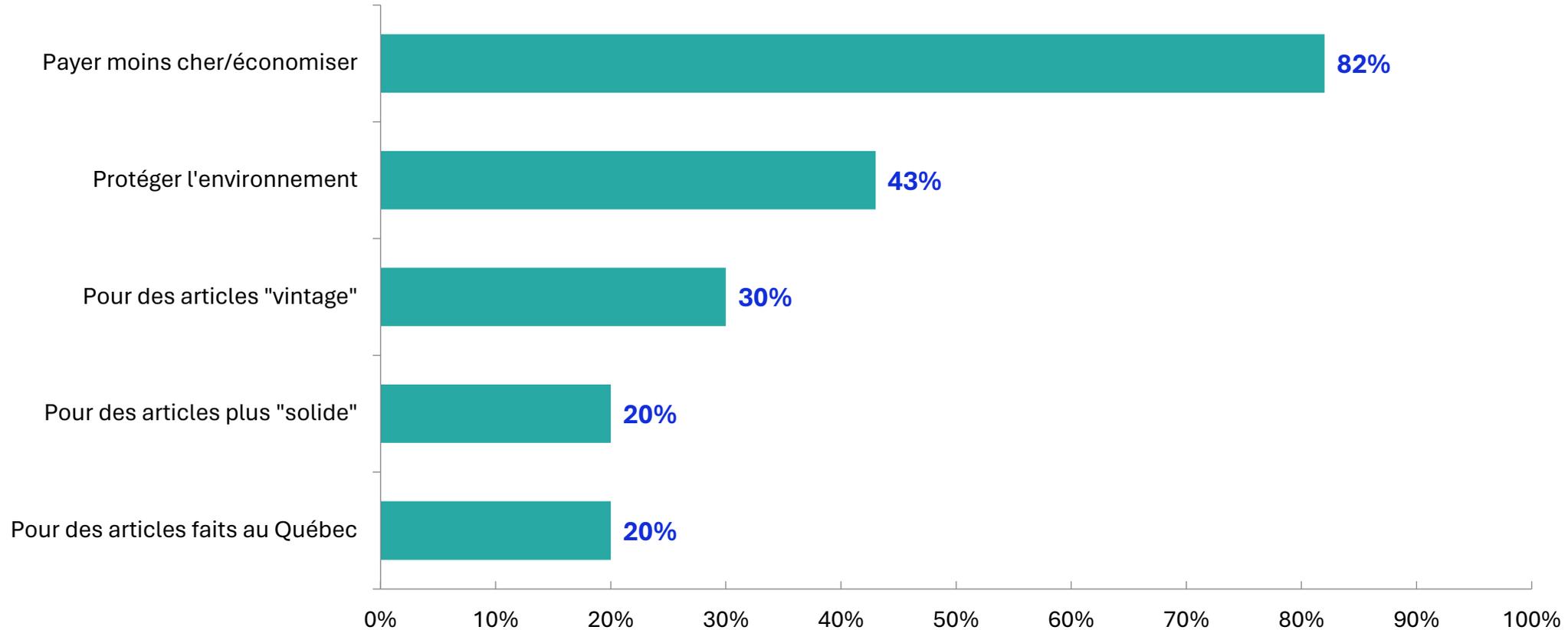
Fréquence d'achat d'ARTICLES USAGÉS en magasin (INVENTAIRE_H)

Auprès de ceux qui achètent



Intérêt pour les invendus et les articles usagés

Motifs pour acheter des ARTICLES USAGÉS en magasin? (INVENTAIRE_H1)

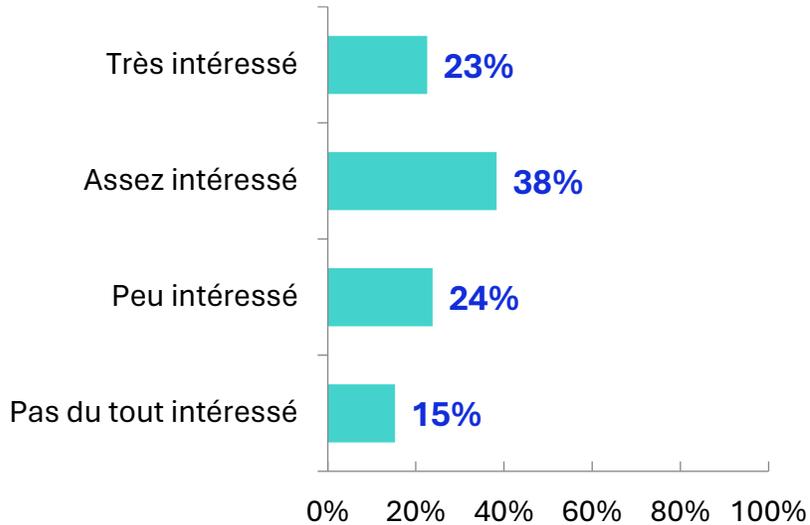


Intérêt pour les invendus et les articles usagés

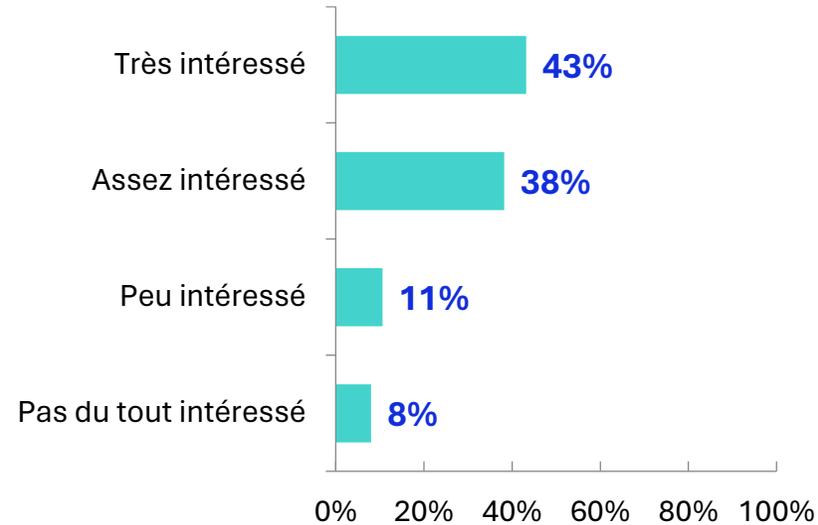
Intérêt pour les ARTICLES USAGÉS, si ces articles sont offerts en rabais (INVENTAIRE_I)

Auprès de ceux qui sont intéressés

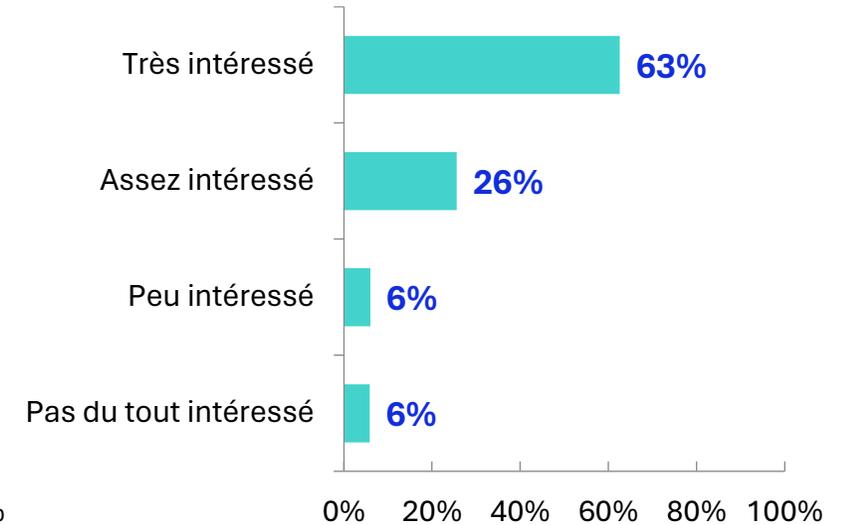
Rabais de 25%



Rabais de 50%



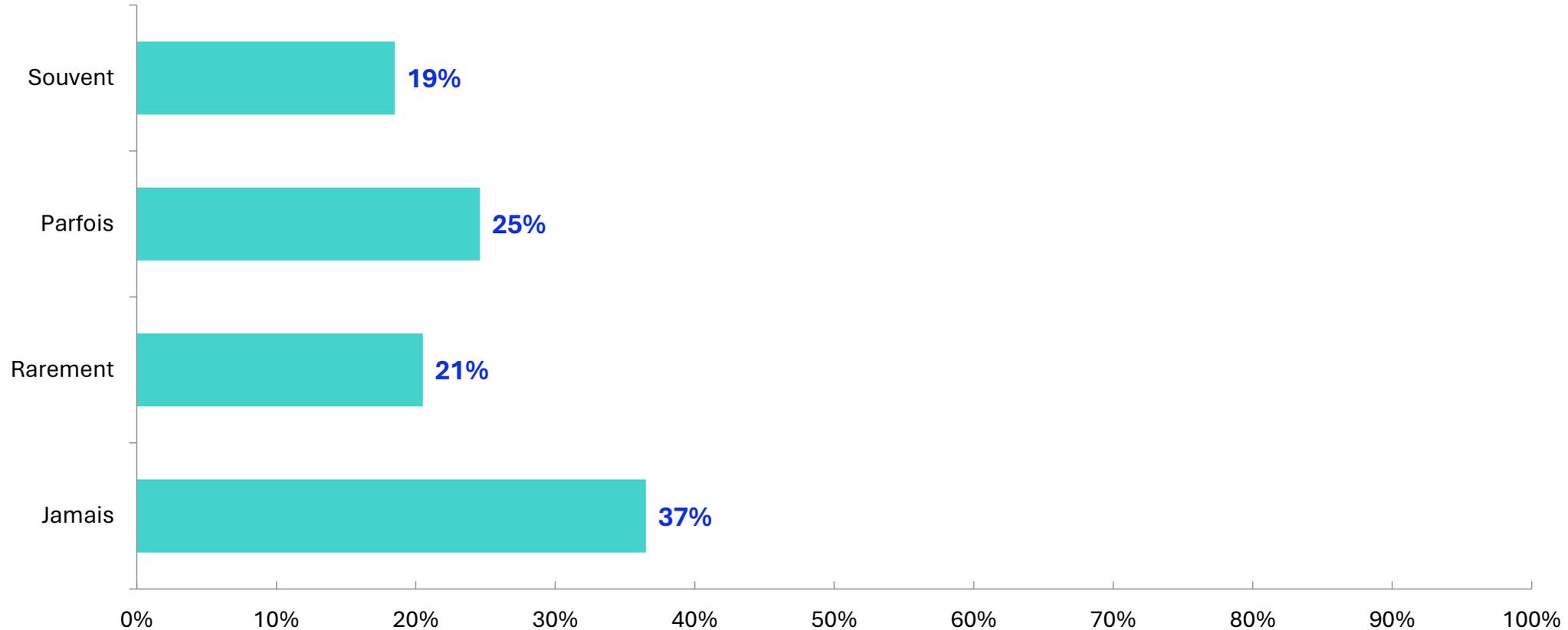
Rabais de 70%



Intérêt pour les invendus et les articles usagés

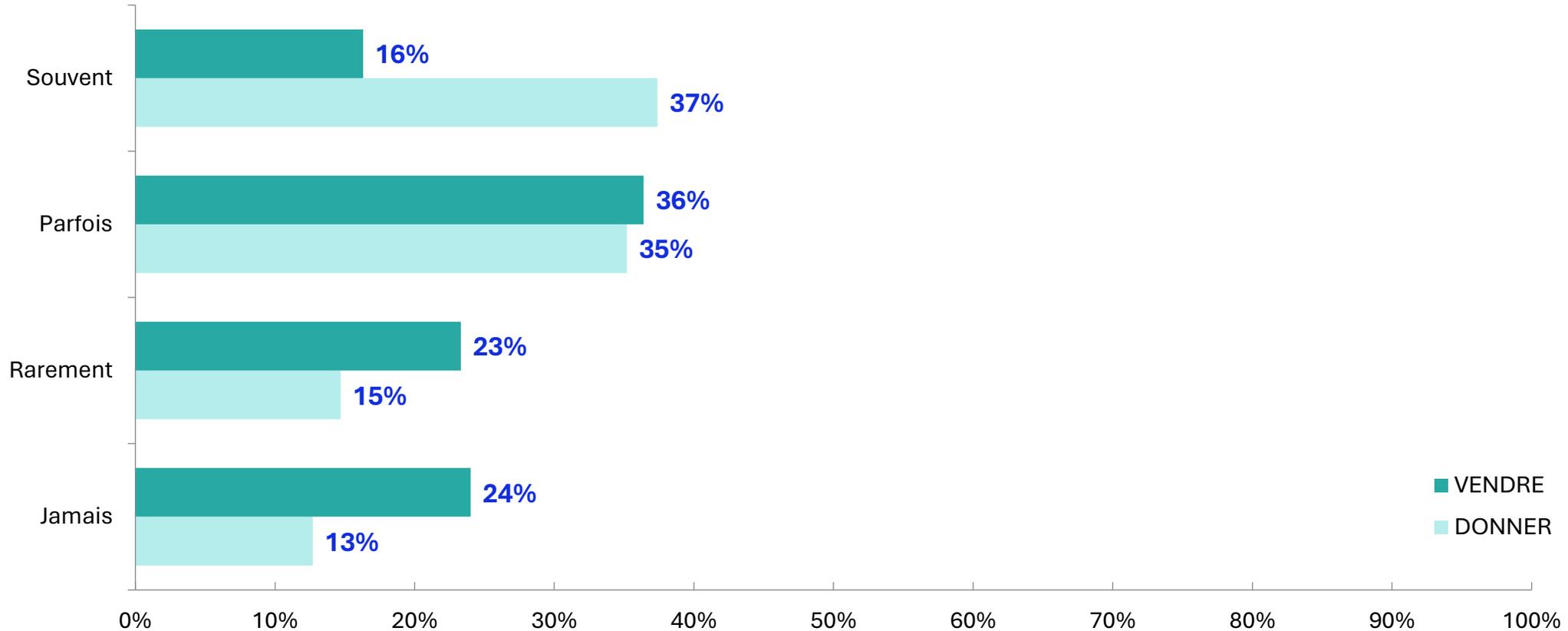
Livraison à domicile, lors d'achat d'ARTICLES USAGÉS en magasin (INVENTAIRE_H2)

Auprès de ceux qui achètent



Intérêt pour les invendus et les articles usagés

DONNER ou VENDRE à des magasins de seconde main (INVENTAIRE_J-K)



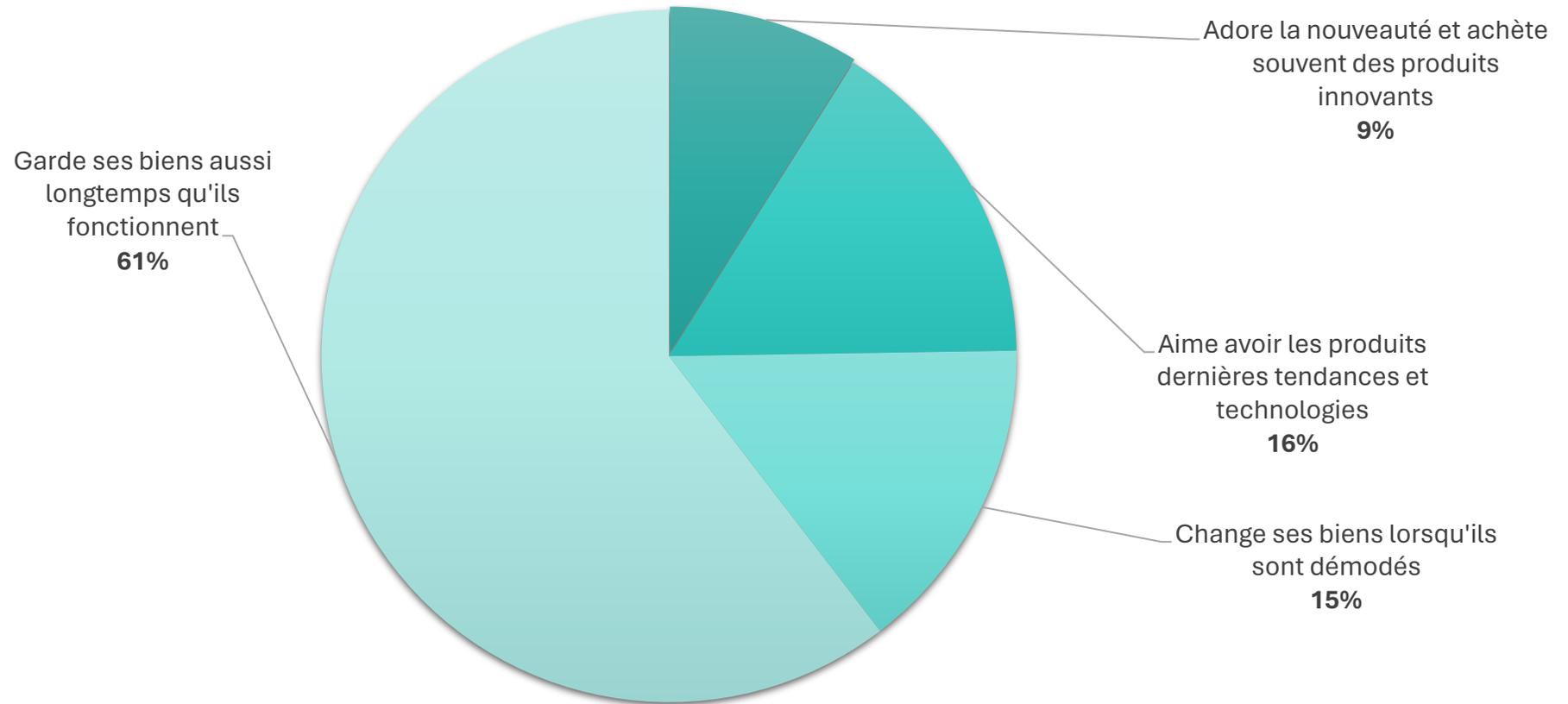


Section 7

L'obsolescence programmée et la réparabilité des articles

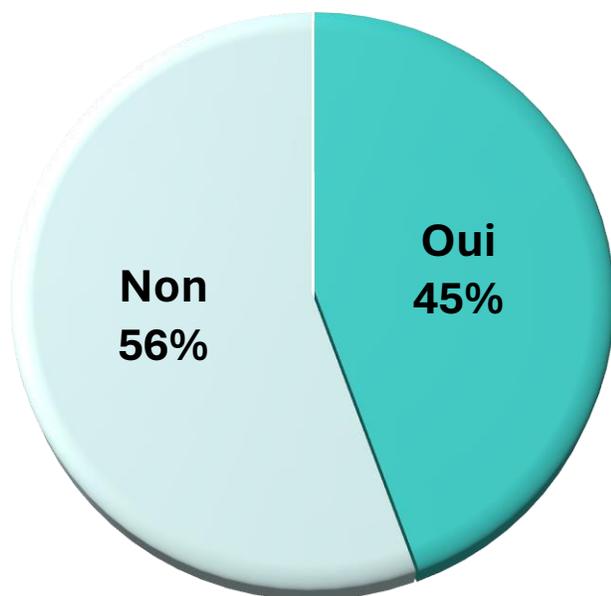
Type de consommateur

Type de consommateur auquel il ressemble le plus (OBS_AVR_2024_Q1)

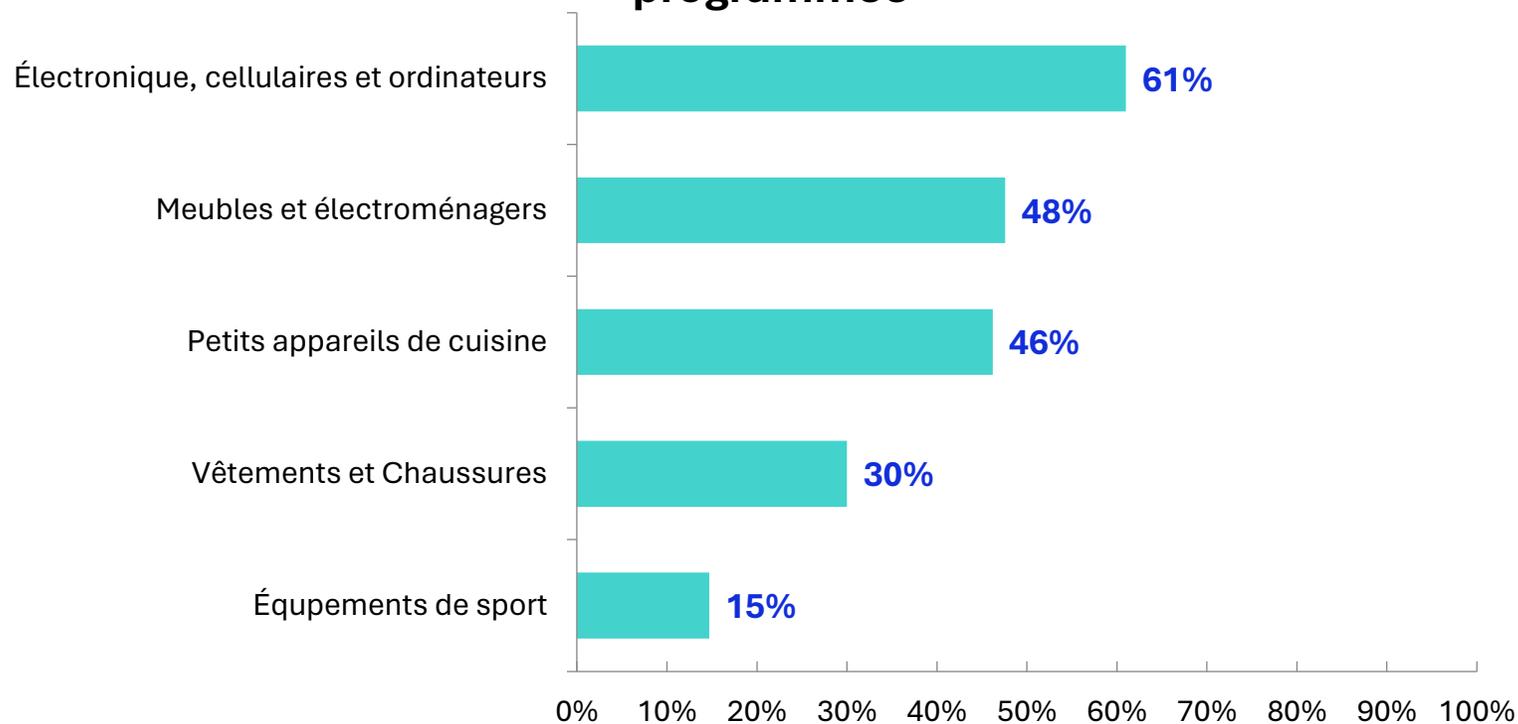


L'obsolescence programmée

Connaissance de ce qu'est l'obsolescence programmée (OBS_AVR_2024_Q2 & OBS_AVR_2024_Q3A-Q3E)

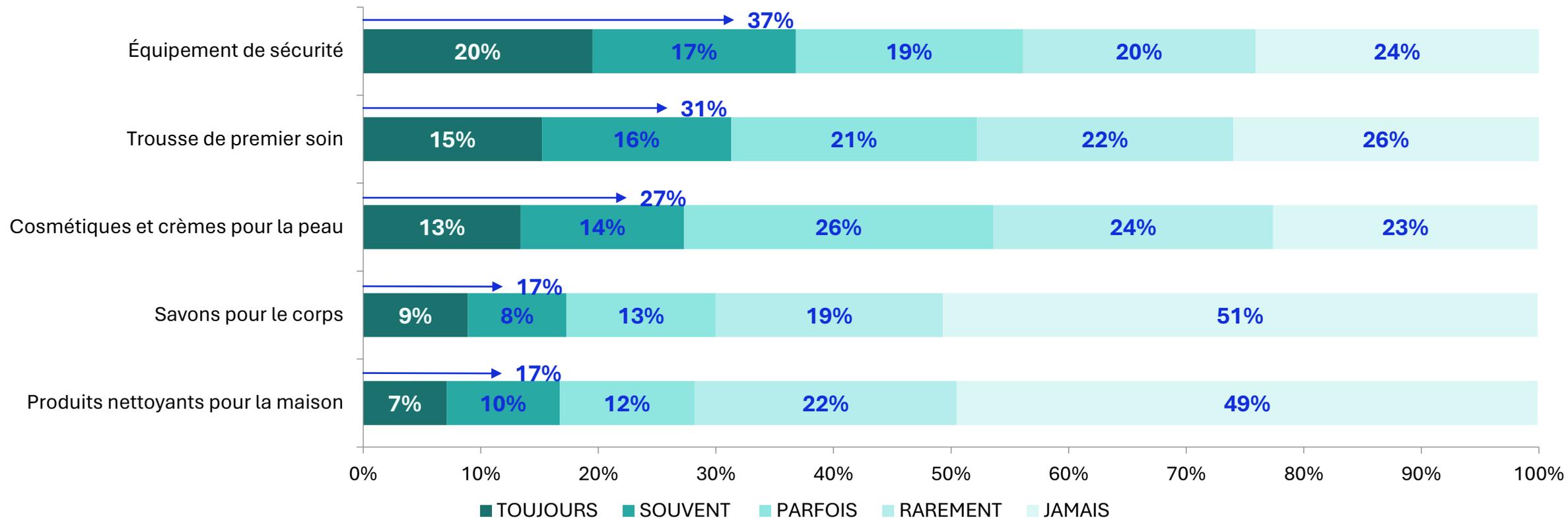


Achat d'articles dont l'obsolescence semblait programmée



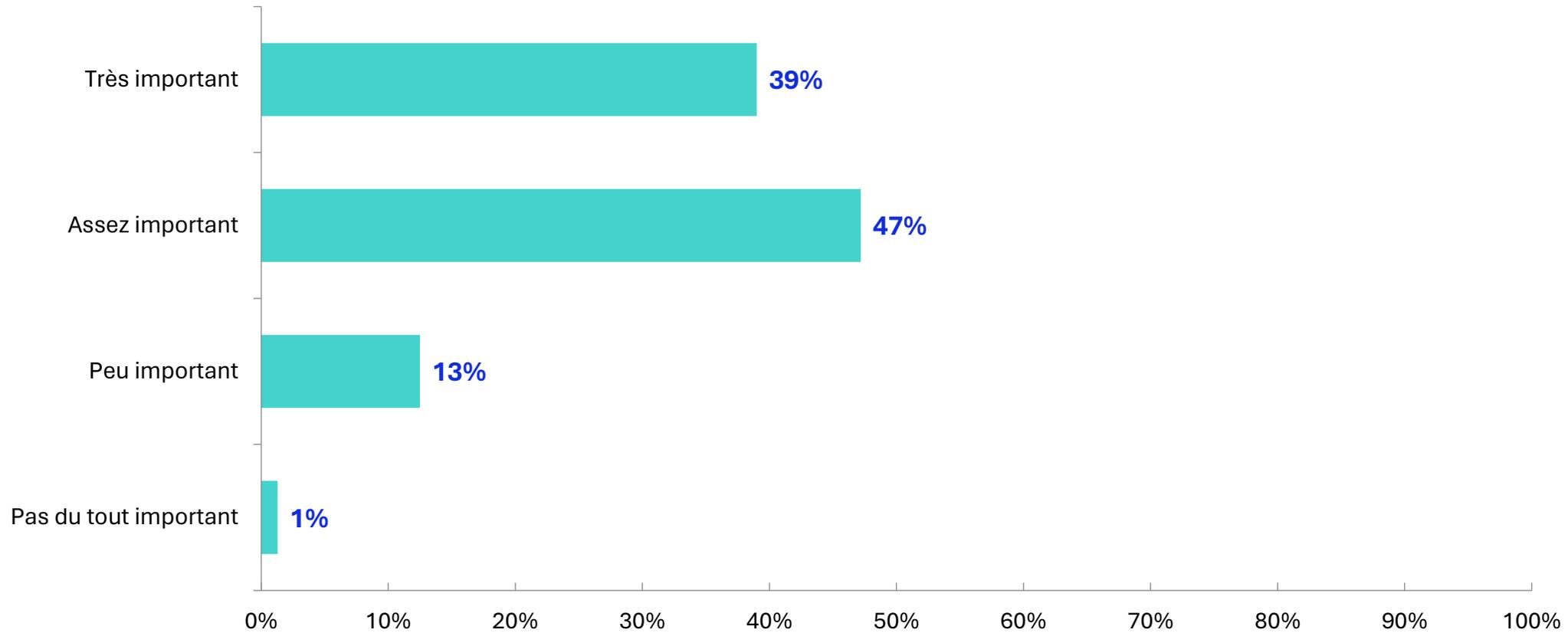
Date d'expiration

À la date d'expiration, on jette le produit... (OBS_AVE_2024_Q4A-Q4E)



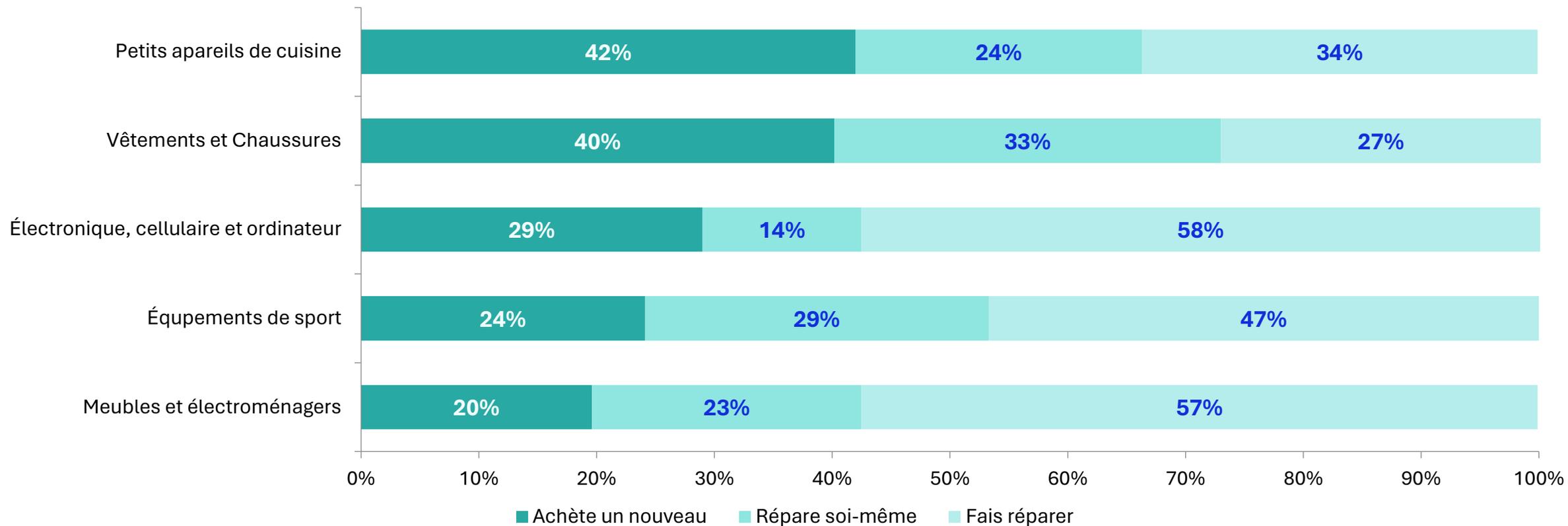
Réparabilité des objets

Importance accordée à la réparabilité des objets (OBS_AVR_2024_Q5)



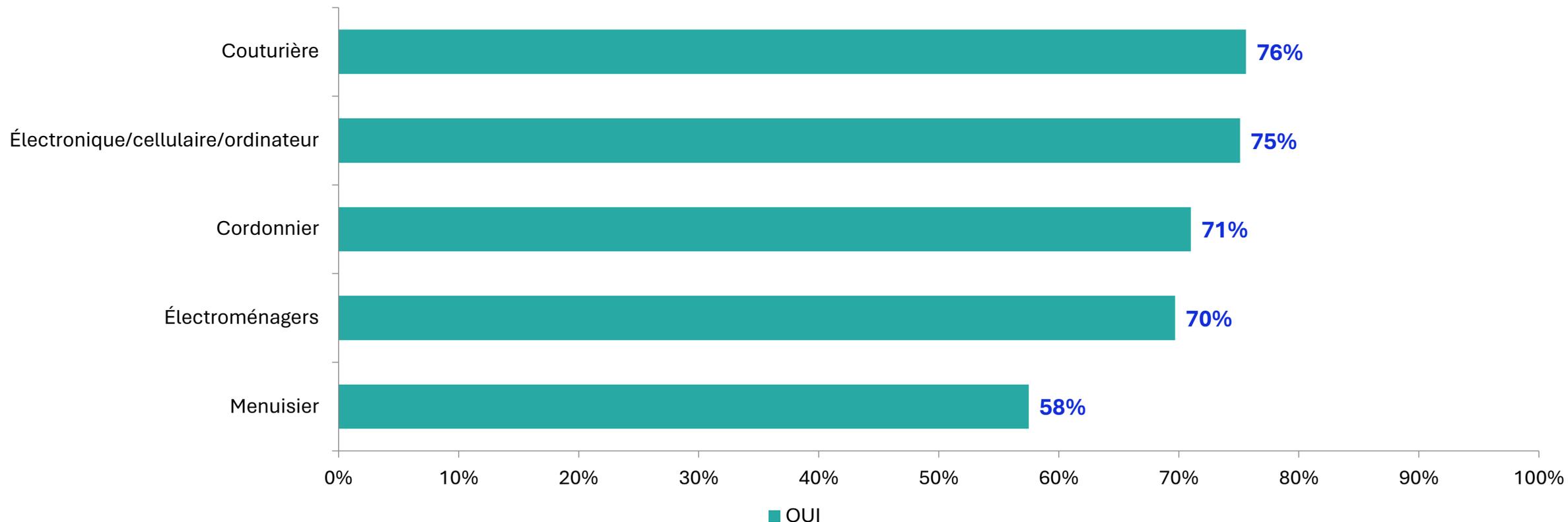
L'obsolescence programmée

Comportement lorsqu'un bien se brise (OBS_AVE_2024_Q6A-Q6E)



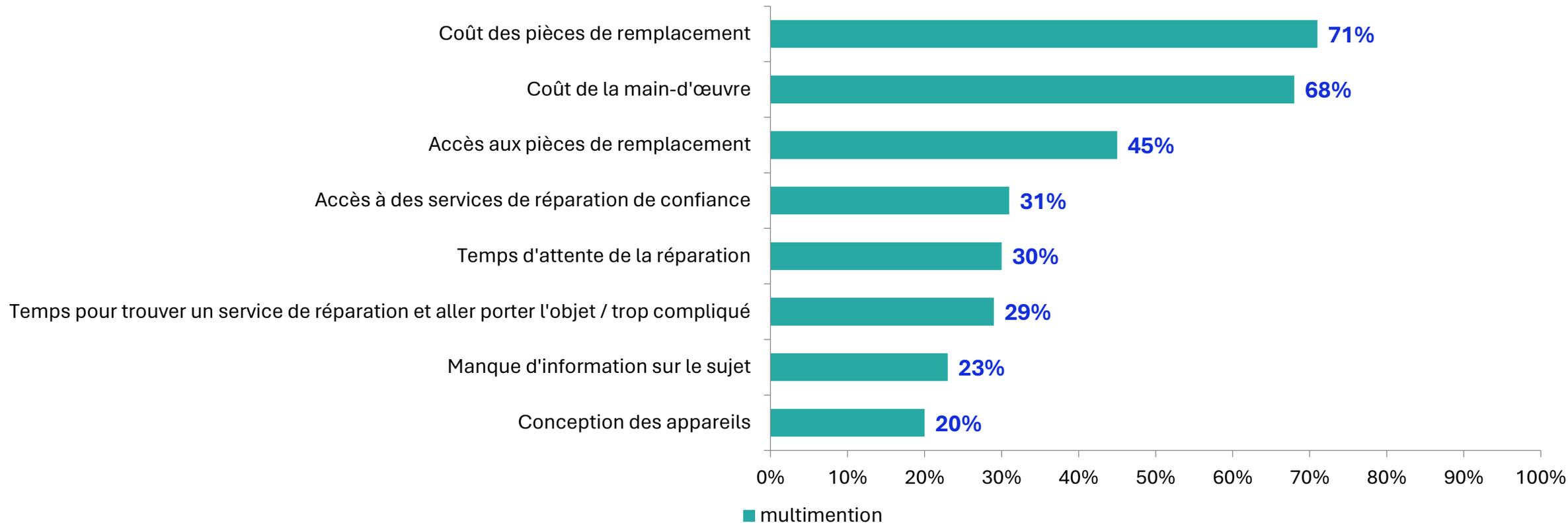
L'obsolescence programmée

Accès près de chez vous aux services suivants (OBS_AVE_2024_Q7A-Q7E)



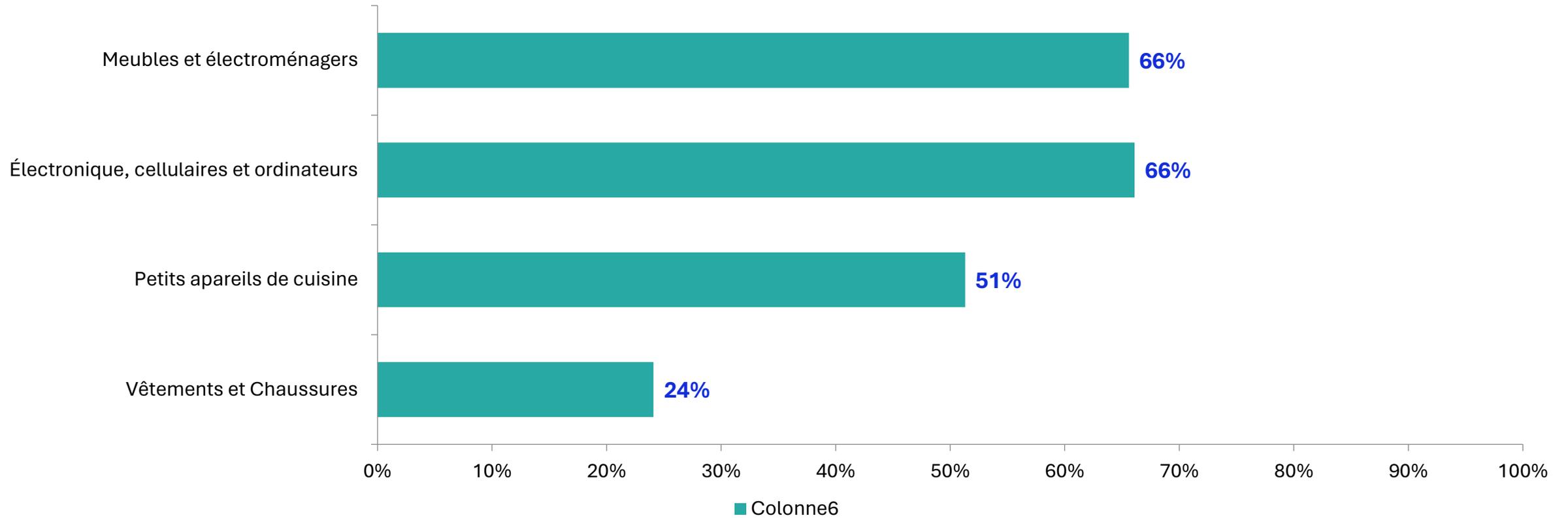
L'obsolescence programmée

Freins à la réparation des objets (OBS_AVE_2024_Q8)



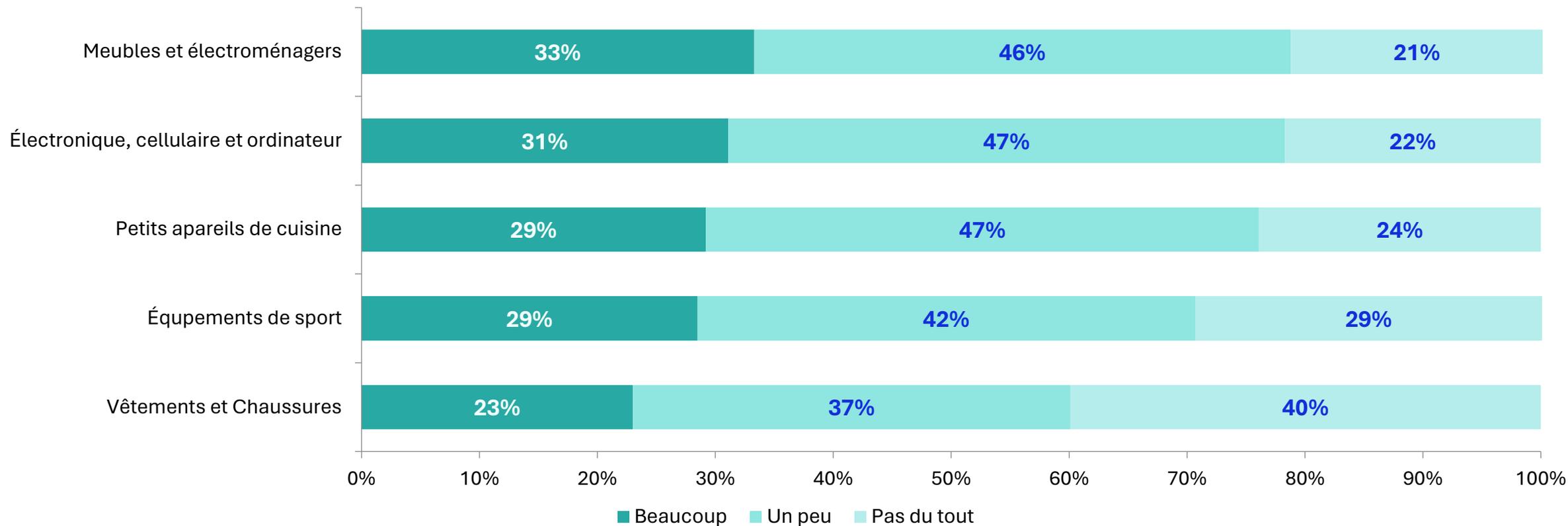
L'obsolescence programmée

Catégories où l'accès à de la réparabilité est souhaitable (OBS_AVE_2024_Q9)



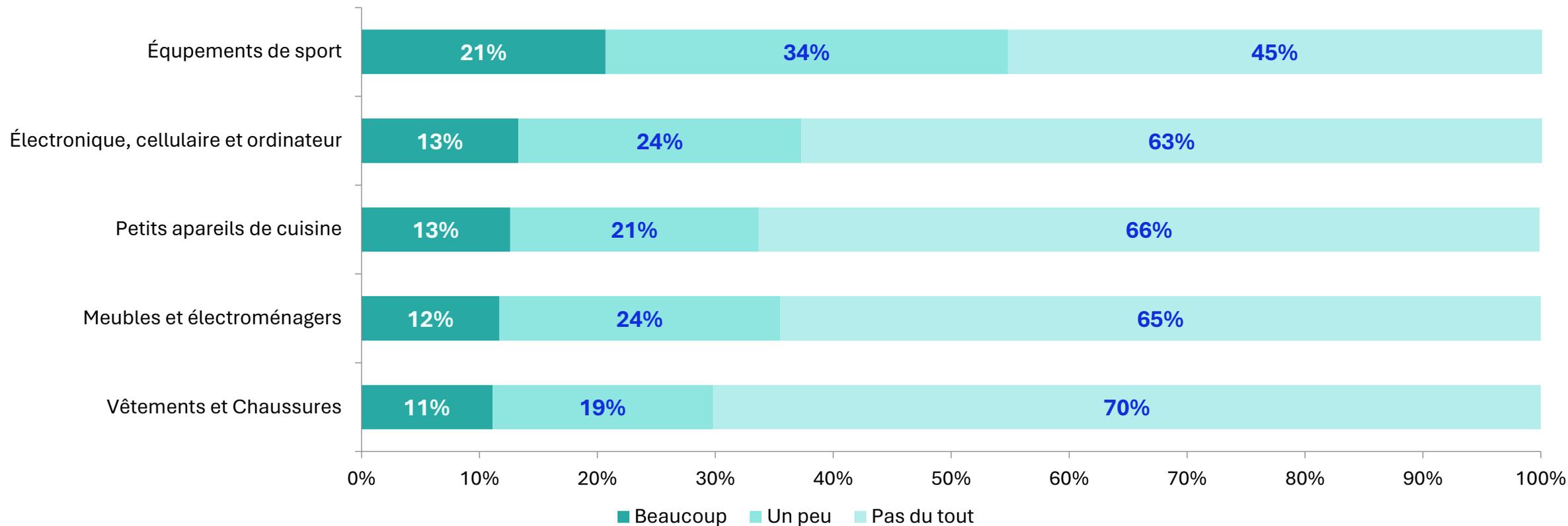
L'obsolescence programmée

Accès à un produit remis à neuf et vendu dans un commerce (OBS_AVE_2024_Q10A-Q10E)



L'obsolescence programmée

Accès à un produit en location dans un commerce (OBS_AVE_2024_Q11A-Q11E)



Présenté par:



Conseil
québécois
du commerce
de détail

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

Propulsé par:



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