

TENDANCES DES QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES CIRCULAIRES ET DU PUBLISAC

Rapport présenté par Stéphane Gendron, vice-président de CROP à la Commission sur l'eau, l'environnement, le développement durable et les grands parcs de la Ville de Montréal et portant sur le contrôle des circulaires

21 octobre 2019

de la vie aux idées

CROP

Mise en contexte

Depuis plus trois décennies, CROP mesure, par le biais de son programme de recherche Panorama, les tendances des citoyens et consommateurs au Québec et ailleurs au Canada. Au cours des dernières années, nous avons aussi mené diverses études dans le secteur du commerce de détail et, notamment, sur les circulaires. Nous avons évalué la performance de circulaires de certains détaillants et nous avons également suivi le comportement des consommateurs envers le Publisac, entre autres pour le compte de Transcontinental. À partir des page 7 jusqu'à 17, vous allez voir des données qui viennent appuyer nos propos.

Nos observations sur quelques grandes tendances de consommation

Voici quelques-uns de nos grandes observations pour comprendre les raisons qui amènent les consommateurs à encore utiliser, en 2019, les circulaires distribuées par Publisac.

Insécurité financière des Québécois

Au cours des 10 dernières années, nous avons mesuré une forte préoccupation financière des Québécois qui s'est exprimée par une crainte de ne pas avoir assez d'argent pour vivre dans le futur. Cette crainte a conditionné la façon de consommer des Québécois, particulièrement pour ce qui est des produits de consommation courante.

Forte sensibilité des consommateurs au prix des produits

Pour la même période, il n'est pas étonnant de constater que les consommateurs sont devenus, par nécessité, obsédés par le prix des produits qu'ils achètent dans leur consommation courante, mais aussi pour l'achat de biens durables.

Des consommateurs qui font leurs *devoirs*

L'an dernier CROP a réalisé une étude en profondeur sur les habitudes de consommation en magasin dans laquelle nous avons constaté que les consommateurs québécois planifiaient systématiquement leurs achats : en effet, ceux-ci passent en moyenne 30 minutes à faire différentes recherches avant de se rendre en magasin.

Des consommateurs plus *stratégiques*

Cette même étude nous a montré que plus d'un québécois sur deux qui faisait ce type de recherches pour trouver des promotions et s'informer sur les prix des produits. Dans le cadre d'autres études effectuées pour des détaillants, nous avons observé que cette connaissance précise des prix et des promotions amène les consommateurs à être plus stratégiques dans leurs achats : ils ont tendance à être moins fidèle à une bannière en particulier et à devancer ou retarder un achat selon l'existence ou non de promotions.

Nos observations au sujet des circulaires et du Publisac

Les grandes tendances que nous venons d'exposer expliquent les motivations des consommateurs à utiliser les circulaires du Publisac. Lorsque nous examinons les données des 5 dernières années quant à la consultation et l'utilisation du Publisac, nous constatons une grande stabilité de ce média, et ce malgré l'arrivée de circulaires en format numérique.

Consultation du Publisac est demeurée stable depuis 5 ans.

Dans le cadre d'une étude de suivi (pour des fins de comparaisons avec le passé, nous présentons les résultats des répondants francophones) que nous réalisons pour Transcontinental, nous avons encore récemment constaté que les circulaires distribuées par Publisac demeurent très importantes en termes de consultation globale et que cet indicateur est resté stable depuis 2014. Considérant l'importance accordée par les consommateurs à la recherche d'information au sujet des prix des produits et des promotions, nous ne sommes pas surpris de constater le fort ancrage du Publisac au Québec.

Fidélité très élevée envers le Publisac

Même si nous observons une légère baisse du pourcentage de citoyens qui consultent les circulaires une fois ou plus par semaine, ceux-ci représentent encore près des trois quarts des lecteurs du Publisac. De plus, le nombre de lecteurs du Publisac par foyer est demeuré inchangé depuis 2014.

Le Publisac : un outil essentiel de planification pour les consommateurs

Depuis 2016, la raison principale de consultation du Publisac, pour plus de 80% des lecteurs, demeure toujours la recherche d'aubaines; suit la comparaison des prix et des produits ainsi que la création de listes. En outre, plus de 70% des lecteurs du Publisac considèrent qu'il est un outil essentiel qui permet de planifier leurs achats.

Nos observations au sujet des circulaires et du Publisac (suite)

Le Publisac répond aussi à d'autres attentes

D'autres raisons de consultation ont été mentionnées en moindre importance, mais en croissance depuis 2016 : une source d'inspiration, qui est en lien avec les mises en contexte de produits de plus en plus présentés dans les circulaires.

Cohabitation du Publisac et des circulaires sur internet

Malgré le développement de circulaires en format numérique, le Publisac et les circulaires sur internet sont perçus par une forte majorité de ses lecteurs comme deux outils complémentaires.

Un attachement émotionnel à l'égard du Publisac

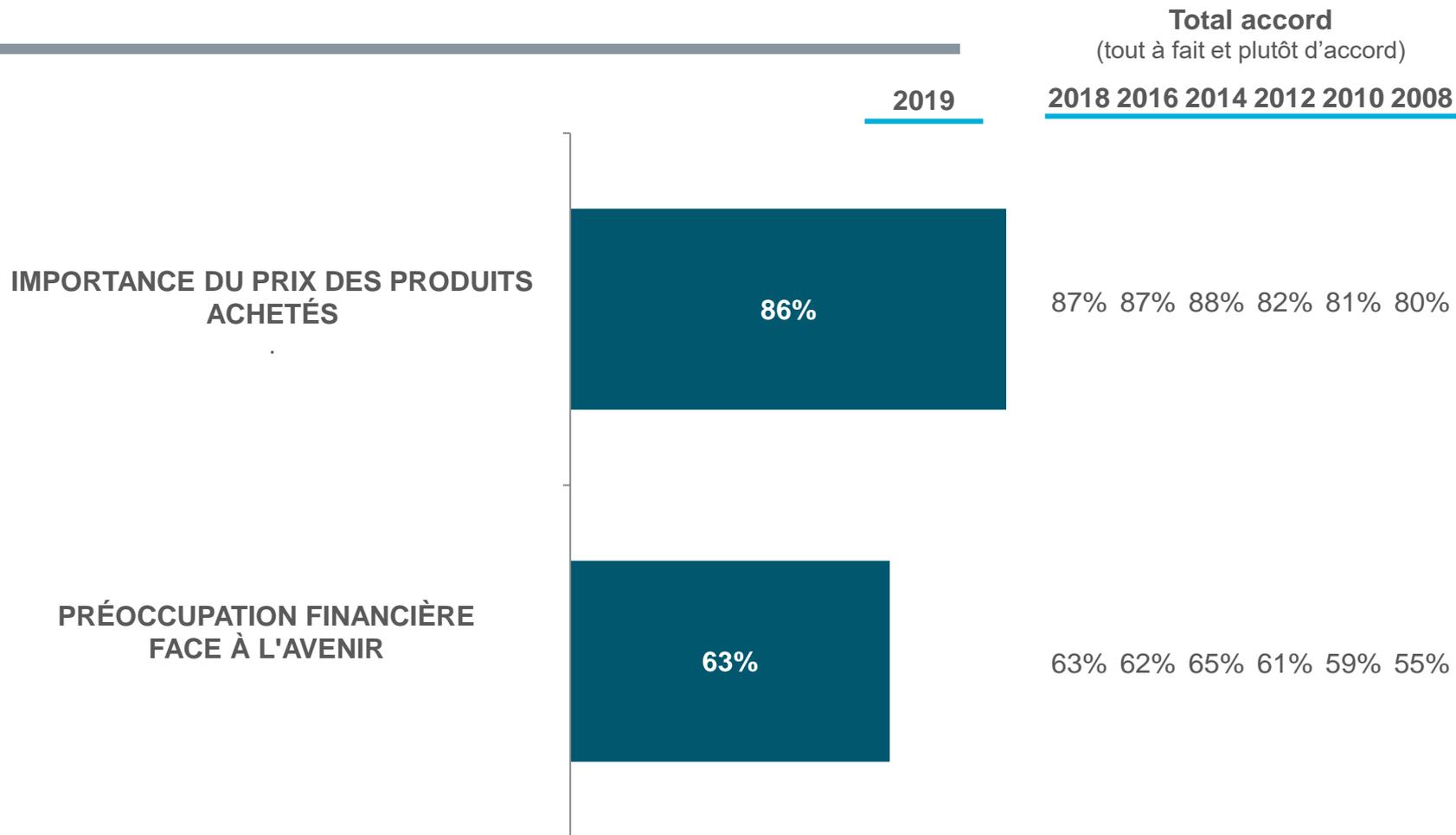
Plus des trois quarts de ses lecteurs aiment recevoir leur Publisac à leur porte chaque semaine sans avoir à le demander. Enfin, en plus de répondre à des raisons rationnelles, 70% des lecteurs expriment un plaisir à lire Publisac.

A photograph of a woman and a young girl in a grocery store. The girl is eating an apple and laughing, while the woman looks on and laughs. The scene is bathed in a blue light. In the background, there are shelves of produce and a computer monitor.

QUELQUES GRANDES TENDANCES DES CONSOMMATEURS

┌ de la vie aux idées

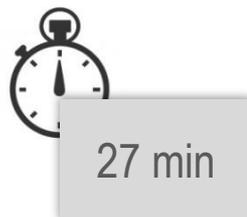
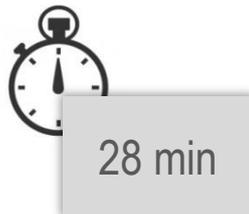
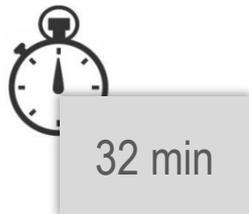
Les consommateurs québécois sont très sensibles au prix



Les consommateurs québécois se préparent avant de se rendre en magasin

– Combien de temps ils investissent pour se préparer –

TEMPS CONSACRÉ AUX DIFFÉRENTES RECHERCHES



*Moyenne de
l'ensemble des secteurs
de consommation*

28 min

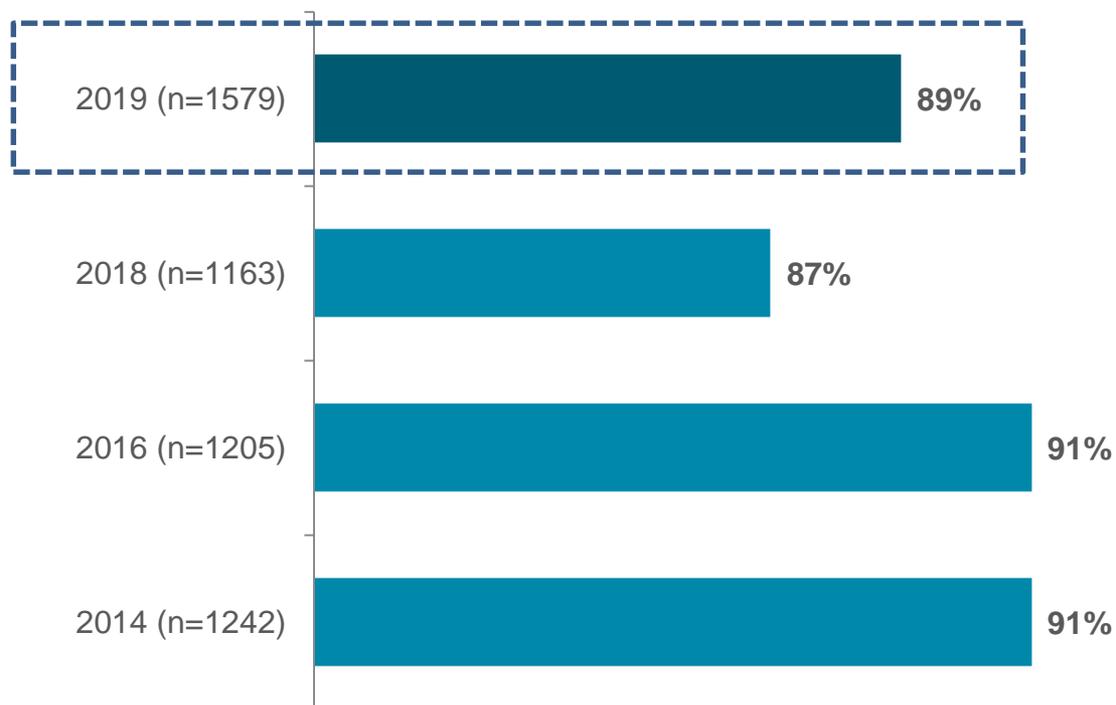
Les consommateurs québécois se préparent avant de se rendre en magasin

– Type d'informations recherchées –



Taux de consultation des circulaires distribuées par Publisac

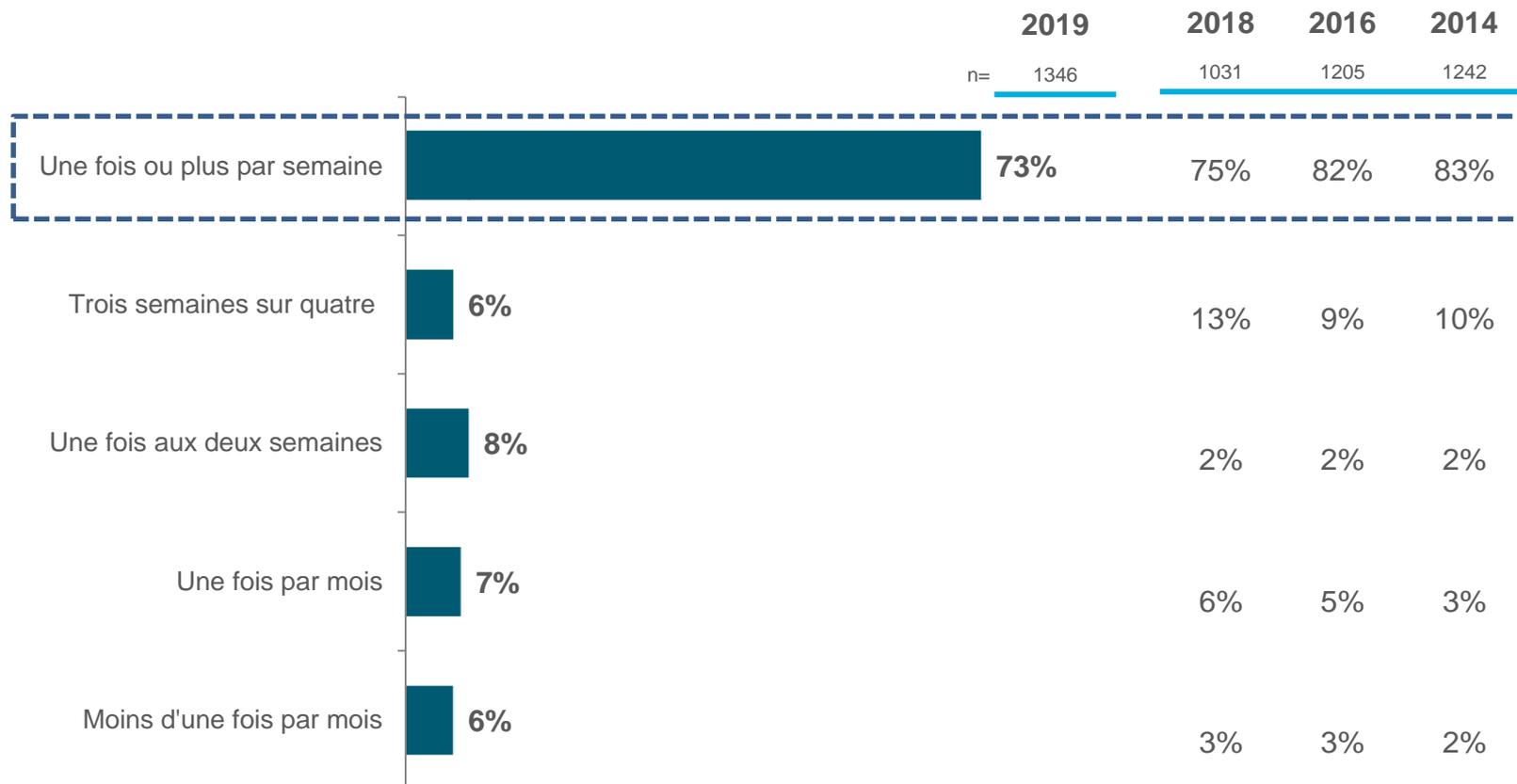
Base : répondants francophones ayant accès au Publisac



Q. Est-ce que vous consultez les circulaires distribuées par Publisac, ne serait-ce qu'à l'occasion?

Taux de consultation des circulaires distribuées par Publisac

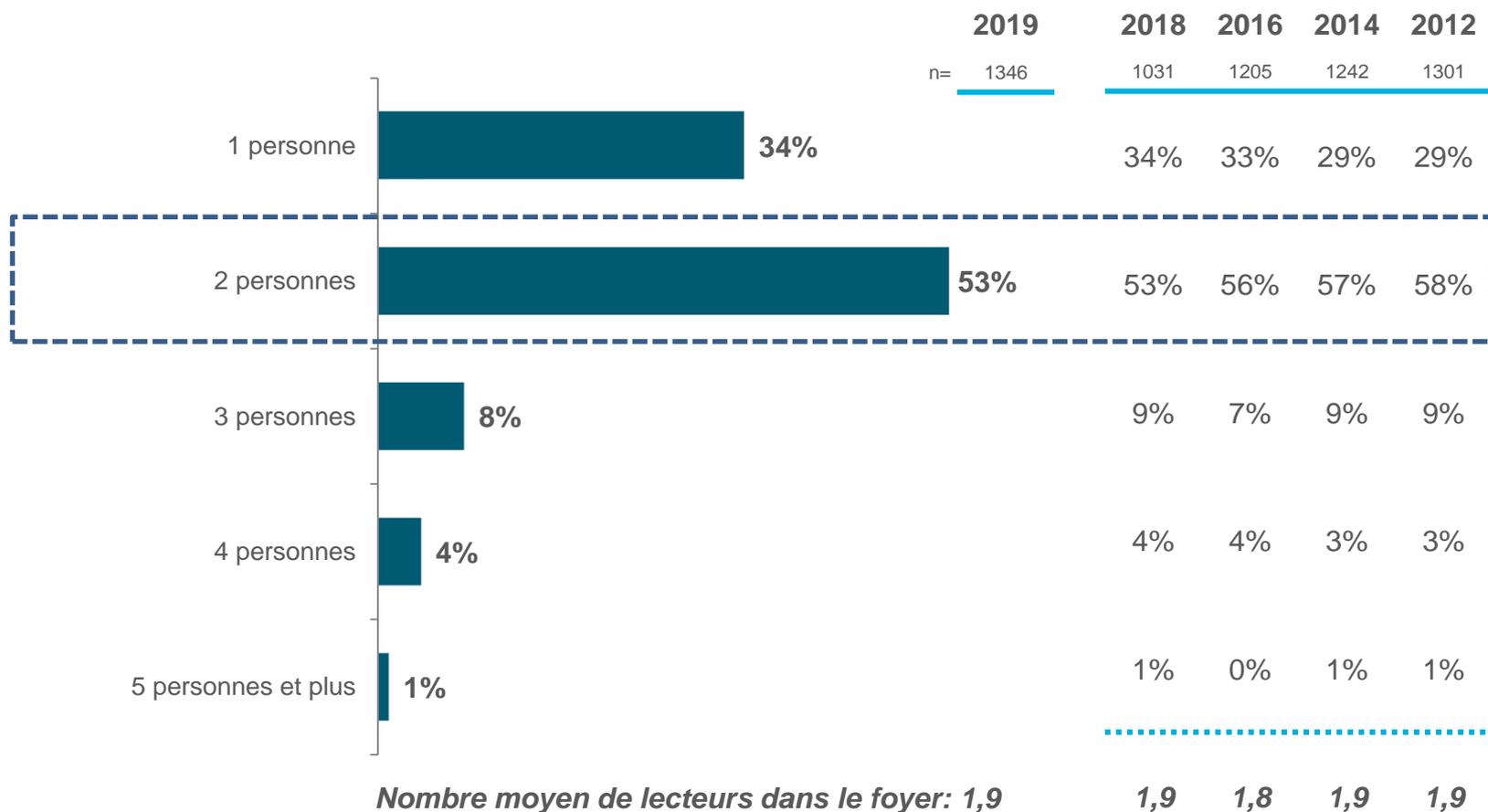
Base : répondants francophones qui consultent les circulaires du Publisac



Q. À quelle fréquence consultez-vous le Publisac? Est-ce...

Nombre de lecteurs du Publisac par foyer

Base : répondants francophones qui consultent les circulaires du Publisac



Q. EN VOUS INCLUANT, habituellement combien de personnes, au total dans votre foyer, consultent une ou des circulaires contenues dans le Publisac?

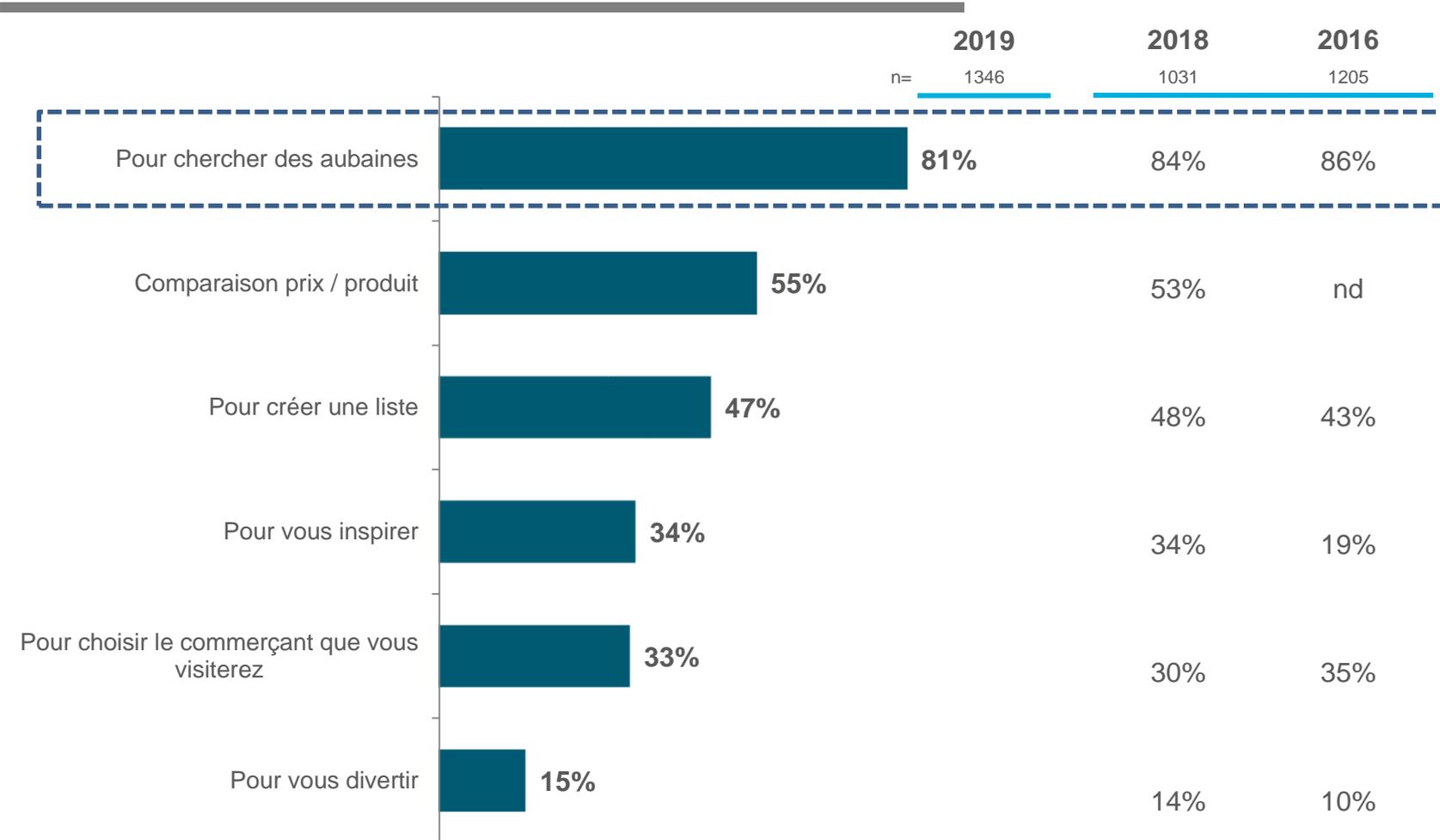
de la vie aux idées

RAISONS DE CONSULTATION



Principales raisons de consultation du Publisac

Base : répondants francophones qui consultent les circulaires du Publisac



Q. Quelles sont les principales raisons de consultation du Publisac ?

Réponses multiples : le total des résultats excède 100 % lorsqu'une question permet des réponses multiples.

OPINION ENVERS LE PUBLISAC

navreur

TOITURE
UNIQUE
INC.



LA SEULE et UNIQUE MANIÈRE DE FAIRE !

Licence RBG: #2969-7877-42

9280 rue Pierre Bonne,
Rivières-des-Pyramides, QC H1E 6W5
www.coitureuni-que.com

14 952-TOIT
(8648)

RECYCLABLE
SORTEZ VOS CIRCULAIRES DU SAC QUAND VOUS NE RECYC

mieux
choisir
mieux
acheter

publi
sac

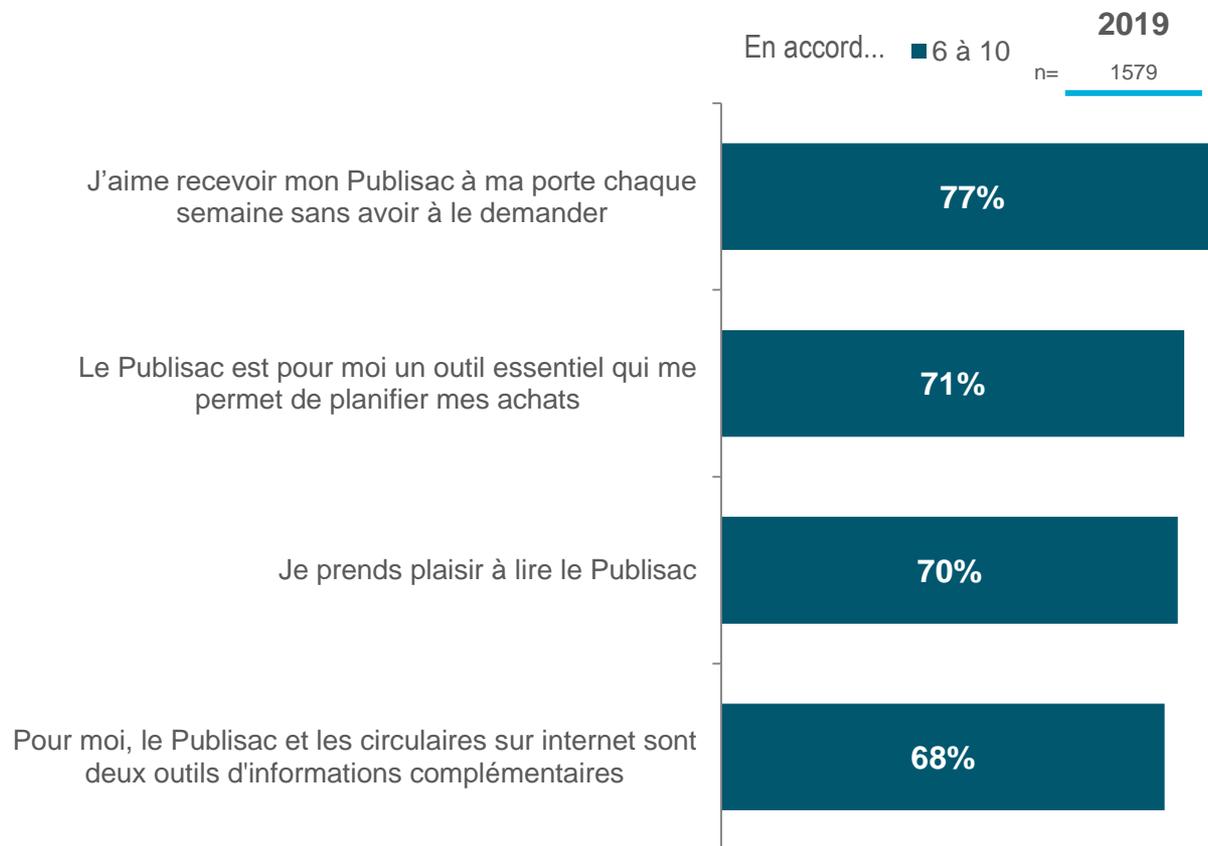
Publisac.ca 1.888.990.2272

TRANSCONTINENTAL

de la vie aux idées

Perceptions à l'égard du Publisac

Base : répondants francophones qui consultent les circulaires du Publisac



Q. Voici différentes opinions à propos du Publisac. En utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 tout à fait en accord, dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec chacune des opinions suivantes à propos du Publisac, que vous le consultiez ou non?

1600, RENÉ-LÉVESQUE OUEST

BUREAU 900

MONTRÉAL (QUÉBEC) H3H 1P9

T 514 849-8086

WWW.CROP.CA

┌
de la vie aux idées

┌ C R O P └