

L'indice



LES AGENCES DE VINS,
BIÈRES ET SPIRITUEUX

Mieux cerner les habitudes et les attentes des consommateurs.trices québécois d'alcool

Réalisé du 7 au 13 mai 2024 au moyen d'un panel Web de 1 009 adultes québécois
de toutes les régions.

Critères clés lors du choix d'une boisson alcoolisée

1

Prix

score 5.93

2

Qualité

score 5.86

Viennent ensuite...

3- Recommandation d'un proche (4.83)

4- Présence d'un rabais (réduction de prix) (4.79)

5- Accord avec un repas ou un mets (4.42)

6- Recommandation des conseiller.ères en
magasin (3.88)

7- Accès à des points de récompense (3.66)

8- Recommandation d'un.e influenceur.euse ou
chroniqueur.euse (2.63)

On veut économiser, oui, mais pas seulement !
Contrairement à ce qu'on pourrait croire, la présence d'un rabais ou de points n'apparaît pas comme un facteur déterminant dans l'achat d'un produit. C'est plutôt la qualité du produit qui prime comme deuxième facteur derrière le prix.

*Un score a été associé à chaque rang. La moyenne a ensuite été calculée. Un score plus élevé signifie que le secteur a été plus souvent placé en première position par les répondant.e.s au sondage.

Valeur sûre ou nouveauté?

Les Québécois.es se disent fidèles à leurs classiques.

90% optent généralement pour une valeur sûre (un produit qu'ils ont déjà acheté).

Mais... on aime la diversité, jusque sur tablettes – pour **62 %** des personnes sondées, plus l'offre est variée, plus elles sont encouragées à la découverte de nouveaux produits.

Certifications environnementales et cie



Le tiers des Québécois.es ne se donne jamais la peine de vérifier si les bouteilles affichent une certification environnementale (ex bio, nature, etc.).

18 % le font toujours.



LES AGENCES DE VINS,
BIÈRES ET SPIRITUEUX

Sources d'information

Avant de vous procurer un produit alcoolisé, quelle.s source.s d'information consultez-vous ?

1

Famille et amis
50%

2

Site web de la SAQ
35%

3

Conseiller.ère en magasin
30%



Viennent ensuite...

4- Sites web autres que la SAQ (11%)

5- Réseaux sociaux (10%)

6- Applications mobiles (9%)

7- Revues, magazines (5%)

8- Journaux (5%) / 9- Infolettres (4%)

Les 18-44 ans sont plus nombreux que les autres groupes d'âge à consulter les réseaux sociaux avant de se procurer un produit

Les répondant.es étaient appelés à sélectionner les différentes sources d'information utilisées (plus d'un choix possible).

Les agences

37% des Québécois sont toujours ou souvent à la recherche de produits d'agences qu'ils connaissent quand ils achètent un produit alcoolisé..

Près de la moitié (**46%**) a le superpouvoir de repérer les bouteilles ou les logos de ses agences favorites en faisant ses achats. Les jeunes entre 18 et 44 ans sont les meilleurs dans ce domaine !

Mais... un.e Québécois.e sur quatre (**23%**) reste muet sur le rôle des agences.

Parmi ceux qui pensent les connaître, **26%** ont une idée floue quant au métier d'agent. Seulement **2%** des Québécois.es ont une connaissance parfaite du rôle des agences.

Les agences donnent accès à une plus vaste sélection selon **51%** des Québécois.e.s

Une question d'âge ?

Les jeunes sont plus familiers avec les agences: **81%** des 18-34 ans en connaissent au moins une.

Gage de qualité : **21%** des jeunes sont toujours à la recherche des produits d'agences qu'ils connaissent.

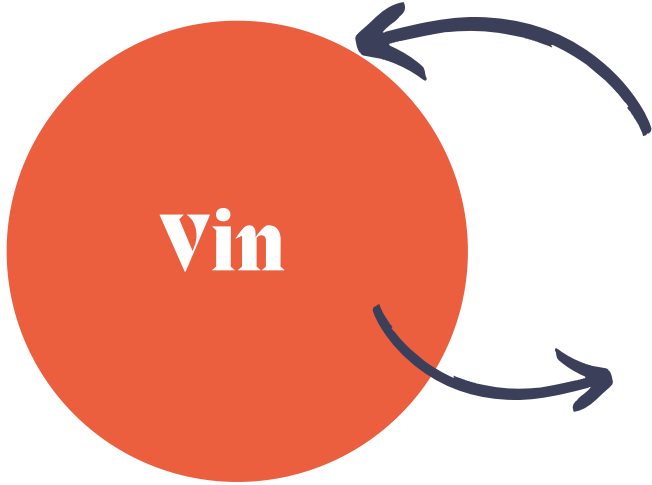
Conseils personnalisés des agents

31% des Québécois.es considèrent l'accès à des recommandations personnalisées d'une agence comme essentiel, tandis que **44%** sont indifférents.

Les 18 à 44 ans accordent une attention particulière à cet aspect.



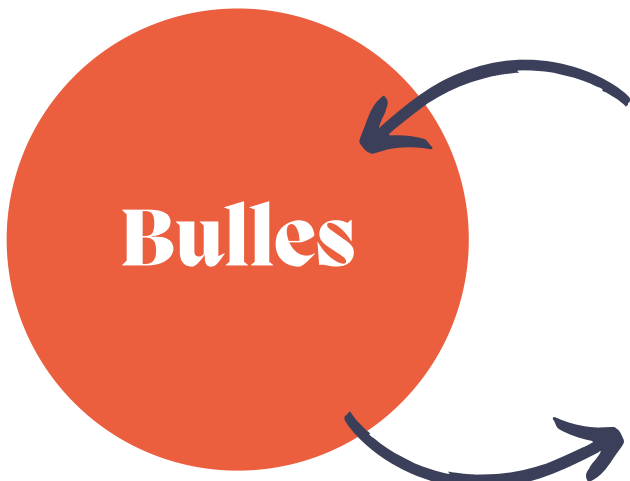
Moments de consommation



Le vin, plutôt à table ou en apéro ?

Le vin trône à table pour la plupart des gens qui en consomment (**72%**).

Mais, les femmes, plus que les hommes, préfèrent un verre de vin à l'apéro.



Les bulles, pourquoi pas arracher l'étiquette de l'apéro ?

Les bulles séduisent 30 % des Québécois lors des apéros. Elles sont particulièrement populaires chez les 18-44 ans, qui osent même les prendre à l'occasion d'un repas.



Près de la moitié des Québécois.es (**48%**) disent consommer les spiritueux à des soirées (partys). Les jeunes de 18 à 34 ans sont champions de cette pratique.

En revanche, **22%** des Québécois.es préfèrent les savourer en digestif.

Les 55 ans et plus préfèrent un verre de spiritueux à l'apéro.



33% des Québécois.es qui consomment des cocktails le font surtout à l'apéro ou lors de soirées (partys) (**45%**).

Les jeunes (18-34 ans) sont plus du genre à les boire en mangeant (**15%**), tandis que les plus âgés les préfèrent à l'apéro.



Cidre et bière

Deux tiers (**66%**) des Québécois.es boudent le cidre, mais pour ceux qui restent, c'est l'heure de l'apéro qui sonne pour déguster ce breuvage !

La bière pour déjeuner, dîner, souper ? Non... mais presque ! - La bière rime avec polyvalence et est savourée par les Québécois tant à l'apéro (34 %), en soirée (36 %) ou à table (13 %).



Les gens de la région de Québec : des fans de l'apéro!

45 % des gens de la région de Québec qui consomment des bulles le font à l'apéro. Plus de la moitié des gens de cette région qui consomment des cocktails le font aussi à l'apéro (52 %). C'est également là que la bière est la plus populaire pour l'apéritif !

Les boissons alcoolisées préférées des Québécois.es

1

Vin

Score: 0.59

2

Bière

Score: 0.57

Générationnel ?

Le vin, tel un bon cru, attire les personnes plus âgées, tandis que les cocktails et les spiritueux séduisent davantage les jeunes.

Autres boissons favorites

Dans l'ordre de préférence

3- Cocktails (0.51)

4- Spiritueux (0.45)

5- Bulles (0.41)

6- Cidre (0.37)



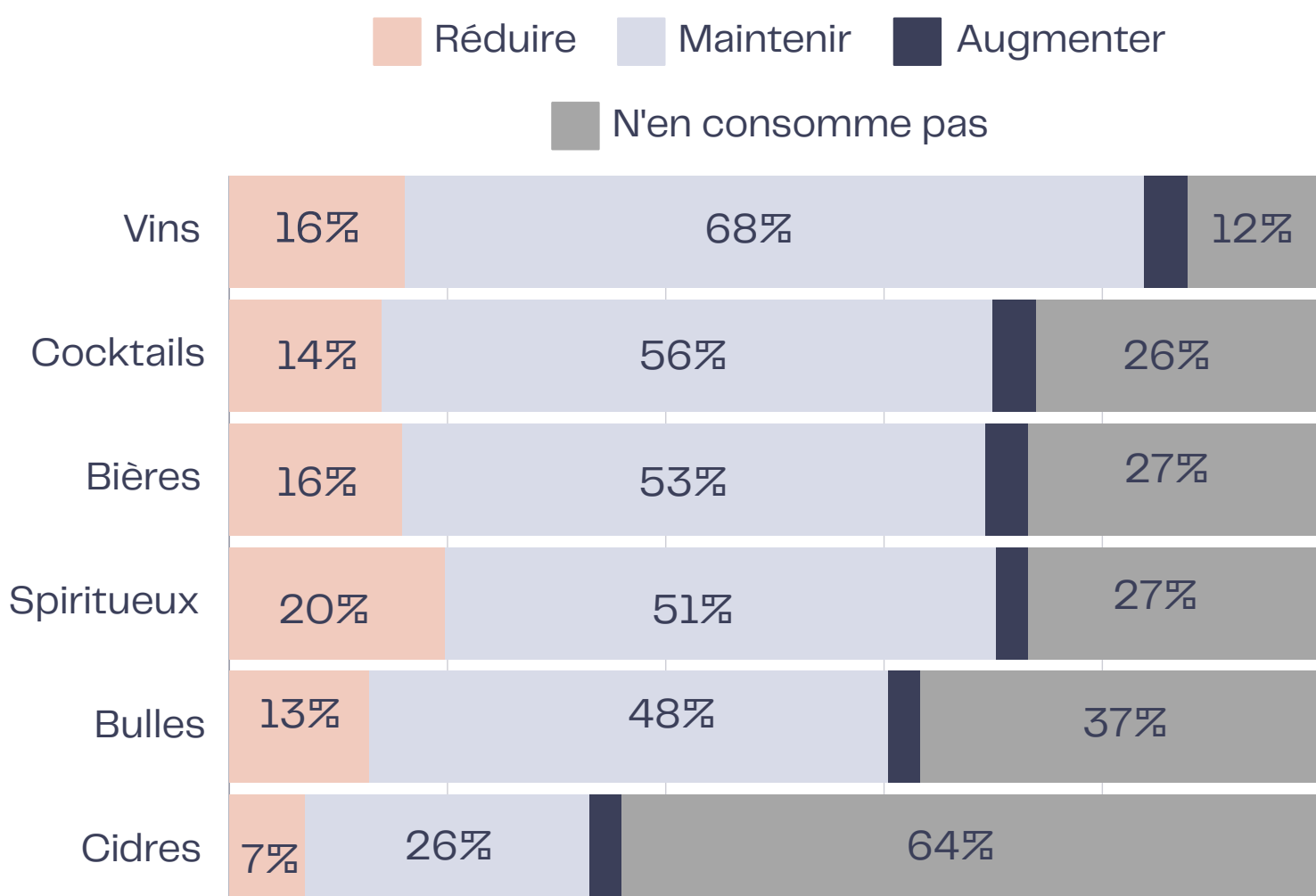
Une question de genre

Les femmes ont une préférence pour le vin, les cocktails et le vin mousseux, tandis que les hommes préfèrent la bière et les spiritueux.

Consommation d'alcool dans l'avenir

La majorité des Québécois.es disent prévoir garder le cap sur leur consommation d'alcool.

Ce sont toutefois les fans de spiritueux (27%) qui sont les plus motivés à réduire leur consommation de ce type de produit



Quelques tendances en croissance



Vins légers en alcool

36% des Québécois.es se disent amateurs de **vins légers en alcool**. La plupart d'entre eux (**83%**) a l'intention de continuer (**64%**) ou même d'en augmenter (**19%**) sa consommation dans l'année à venir.



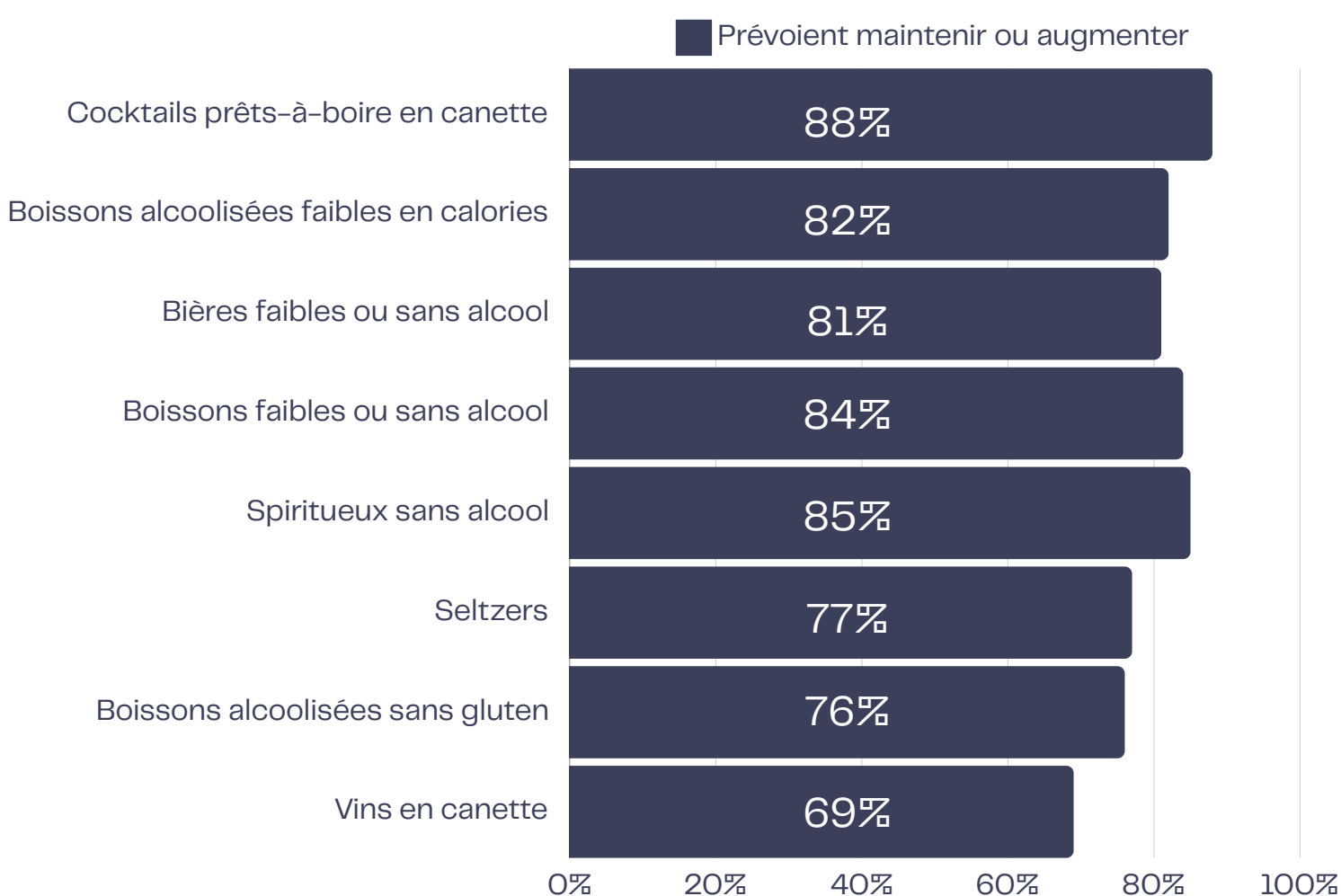
Vin nature

45% des Québécois.es se laissent tenter par le vin nature. Une forte majorité (**89%**) prévoit garder le cap (**78%**), ou faire grimper les ventes de vin nature (**11%**) dans l'année à venir.

Quelques autres tendances émergentes les plus consommées



À surveiller pour l'année à venir...





LES AGENCES DE VINS,
BIÈRES ET SPIRITUEUX

A3 rassemble les agences de vins, bières et spiritueux

afin de permettre aux Québécois de profiter d'une grande diversité de produits de qualité provenant de partout dans le monde et offerts à un juste prix.

+80
agences

+4G\$
ventes
SAQ

+90%
ventes
SAQ

+50%
importation
privées

Les agents, de la terre au verre

Les agents sont des joueurs essentiels au marché québécois et au travail de la SAQ.

Ils conseillent les producteurs qu'ils représentent afin d'accéder au marché québécois et d'y évoluer.

Ils contribuent à la diversité de l'offre sur le marché québécois.

Pour plus d'information:

Catherine Lessard, directrice générale

A3 Les agences de vins, bières et spiritueux
catherine@a3quebec.com - 438 397-4983