



Habitudes de restauration des Québécois pour les cinq prochaines années

Septembre 2007
Projet 14000-001

Montréal

Québec

Edmonton

Toronto

Calgary

Philadelphie

New York



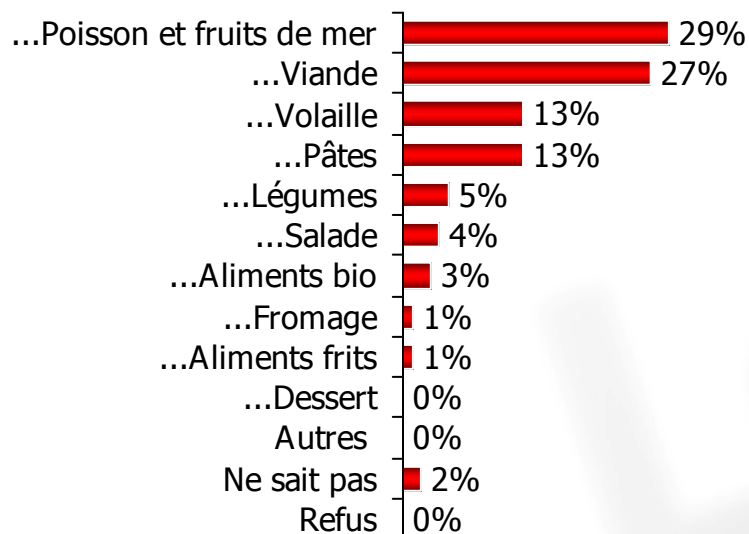
Contexte, objectifs et méthodologie

- ▶ L'ARQ a mandaté Léger Marketing dans le but de connaître les habitudes en restauration des Québécois dans les cinq prochaines années.
- ▶ Pour ce faire, quatre questions ont été insérées dans l'Omnibus, le sondage hebdomadaire à frais partagés de Léger Marketing.
- ▶ Au total, 1001 Québécoises et Québécois pouvant s'exprimer en français ou en anglais ont été interrogées. Les entrevues téléphoniques ont été réalisées à partir de notre centre d'appels de Montréal du 12 au 16 septembre 2007. Nous avons la possibilité d'effectuer jusqu'à 10 appels dans les cas de non-réponse.
- ▶ À l'aide des plus récentes données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, les régions et la langue parlée à la maison pour refléter avec précision la composition de la population québécoise. La marge d'erreur maximale pour un échantillon de cette taille est de $\pm 3,1\%$, 19 fois sur 20.



Le poisson, les fruits de mer et la viande en tête de liste des aliments les plus probablement consommés au cours des 5 prochaines années

Parmi les plats et les aliments suivants, quel est celui que vous pensez consommer **DAVANTAGE**, au restaurant, au cours des 5 prochaines années?



Quelques différences significatives:

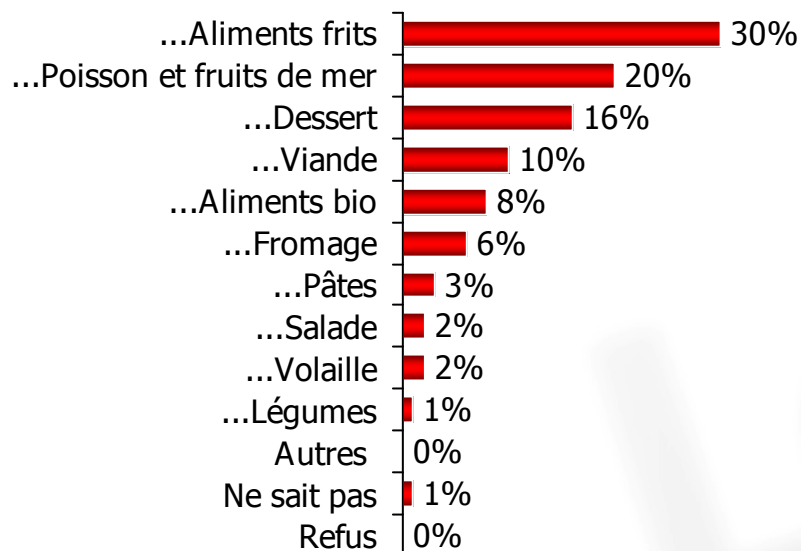
Sont plus enclins à déclarer consommer **plus de poissons et fruits de mer** : les femmes (34%), les plus âgés soit les 55-64 ans (39%) et les 65ans et plus (45%), les plus instruits soit les universitaires (35%), les résidents de la grande région métropolitaine de Québec (36%) et les résidents de l'EST de la province (40%),

Sont plus enclins à déclarer consommer **plus de la viande** : les hommes (36%), les jeunes de 18-24 ans (42%), les familles avec enfants (32%) et les personnes dont le revenu est compris entre 40 et 60 000\$ (34%).



Les aliments frits en tête de liste des aliments les moins probablement consommés au cours des 5 prochaines années

Parmi les plats et les aliments suivants, quel est celui que vous pensez consommer LE MOINS, au restaurant, au cours des 5 prochaines années?



Quelques différences significatives:

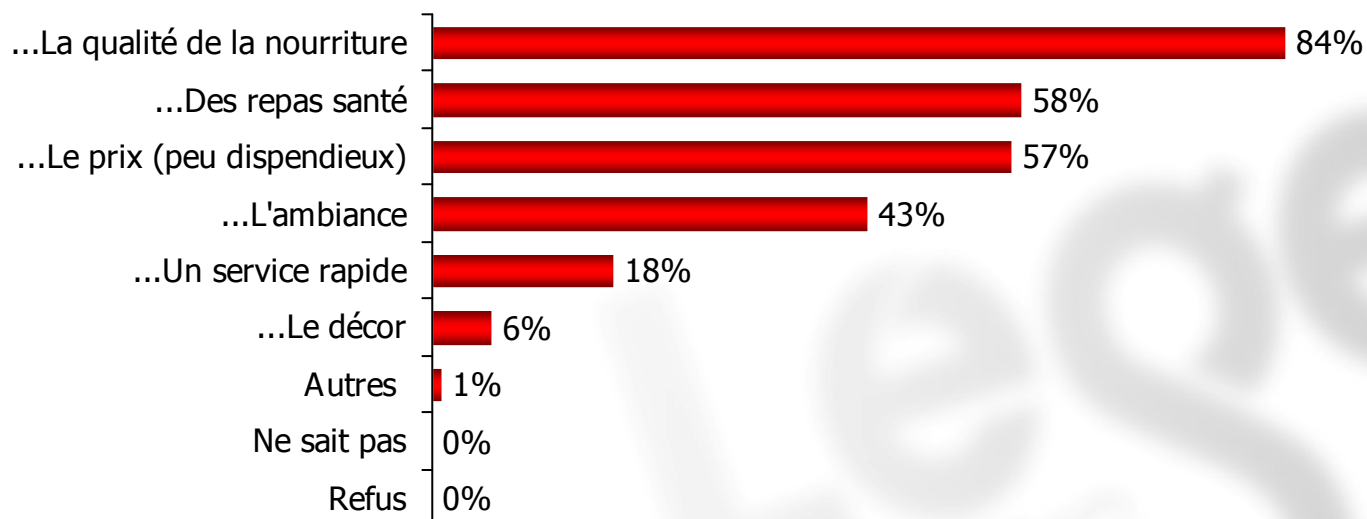
Sont plus enclins à déclarer consommer **moins d'aliments frits**: les plus âgés soit les 65 ans et plus (45%), les plus instruits soit les universitaires (34%) et les professionnels (34%).

Sont plus enclins à déclarer consommer **moins de poissons et fruits de mer**: les plus jeunes soit les 18-24 ans (35%) et les 25-34 ans (28%), les résidents de l'OUEST de la province(31%) et les moins instruits soit les personnes de niveau primaire et secondaire (29%).



Les principaux critères de choix d'un restaurant au cours des 5 prochaines années: la qualité de la nourriture offerte, l'élément santé et le prix

Parmi les éléments suivants, quels sont les 3 critères qui motiveront votre choix de restaurant dans les 5 prochaines années ?



Quelques différences significatives:

Sont plus enclins à être motivés par des repas santé : les femmes (68%) et les plus âgés soit les 65ans et plus (71%).

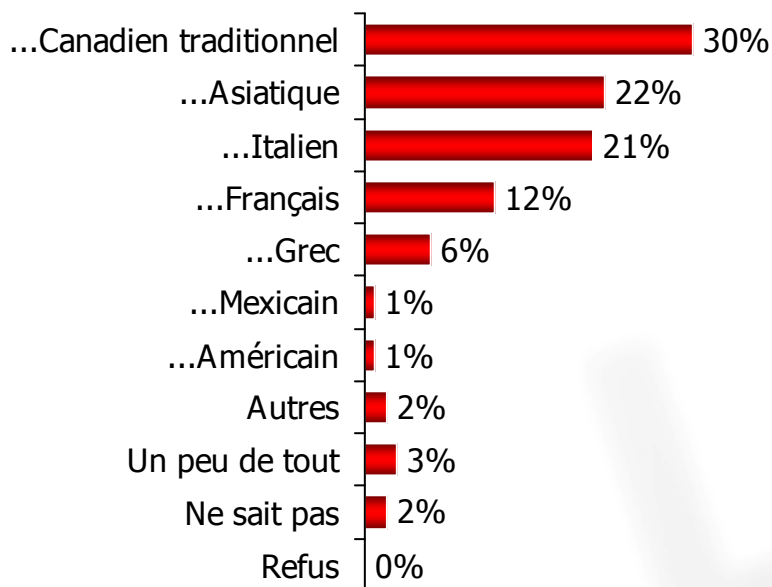
Sont plus enclins à être motivés par l'ambiance : les hommes (47%), les personnes dont le revenu est supérieur à 80 000\$ (50%), les étudiants (60%) et les résidents de la grande région métropolitaine de Québec (51%).

Sont plus enclins à être motivés par un service rapide: les hommes (22%), les 25-34 ans (28%) et les familles avec enfants (22%).



Les principaux types de restaurant fréquentés au cours des 5 prochaines années: le Canadien traditionnel, l'Asiatique et l'Italien.

Quel type de restaurant prévoyez-vous fréquenter le plus souvent au cours des 5 prochaines années ?



Quelques différences significatives:

Sont plus enclins à fréquenter le **Canadien traditionnel** : les femmes (68%) et les plus âgés soit les 65ans et plus (71%).

Sont plus enclins à fréquenter l'**Asiatique**: les résidents de la grande région métropolitaine de Montréal (26%) et de Québec (31%), les familles avec enfants (26%), les personnes dont le revenu est compris entre 60 et 80 000 \$ (31%) et les professionnels (31%).

Sont plus enclins à fréquenter l'**Italien et le Français** : les résidents de la grande région métropolitaine de Montréal (respectivement 24% et 15%), les personnes dont le revenu est supérieur à 80 000\$ (respectivement 30% et 17%).