

# Analyse Approfondie du Consommateur Canadien

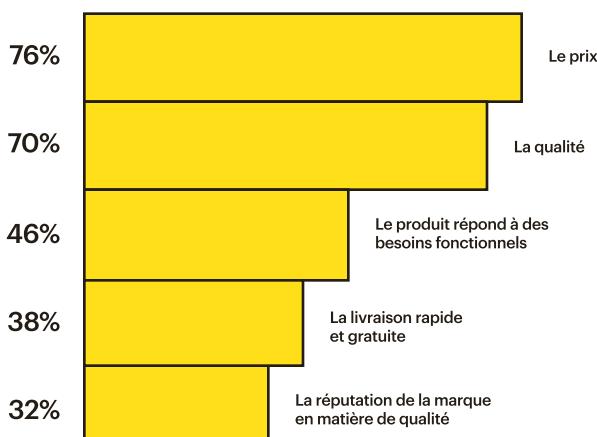
## Le Nouveau Calendrier du Commerce en Ligne



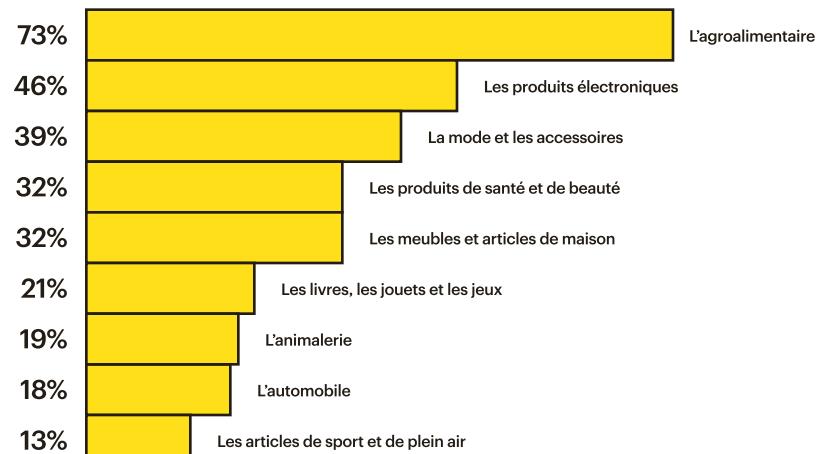
Lors de la planification de votre approche du Nouveau Calendrier du Commerce en Ligne, il est essentiel de tenir compte des habitudes d'achat des consommateurs au niveau régional. Si vous négligez ces différences, vous sembleriez déconnectés des mœurs et opinions locales, ce qui risque d'aliéner votre cible. Une approche localisée, adaptée aux habitudes d'achat et comportements locaux, est essentielle pour réussir.

Avec Canvas8 comme partenaire de recherche, Intuit Mailchimp a effectué un sondage auprès de consommateurs issus de 9 marchés différents afin de déterminer la manières dont leurs attitudes et habitudes de dépenses aux alentours des principales Périodes de l'année (au cours des 2 dernières années) façonnent le Nouveau Calendrier du Commerce en Ligne, et inversement.

### Les 5 facteurs les plus importants pour les consommateurs canadiens lors de leurs achats



### Catégories sur lesquelles les consommateurs canadiens ont dépensé le plus d'argent au cours des deux dernières années



### Les comportements et habitudes des consommateurs canadiens

- 69%** ↑ des consommateurs canadiens déclarent attendre avec impatience les Périodes de Soldes.  
↓ Monde: 61%
- 80%** ↑ des consommateurs canadiens profitent des Périodes de Soldes pour acheter des produits qu'ils avaient l'intention d'acheter, le chiffre le plus élevé (à égalité avec les États-Unis) parmi les 9 régions étudiées.  
↓ Monde: 76%
- 55%** ↑ des consommateurs canadiens ont effectué des achats lors du Cyberlundi au cours des 2 dernières années, le chiffre le plus élevé parmi les 9 régions étudiées.  
↓ Monde: 37%

- 44%** ↓ des consommateurs canadiens ont effectué un achat lié à une fête nationale ou un jour férié lors de Périodes Conviviales au cours des 2 dernières années, le chiffre le plus élevé parmi les 9 régions étudiées.  
↑ Monde: 34%
- 21%** ↑ des consommateurs canadiens ont effectué un achat lors d'une Période Commémorative (c'est-à-dire des événements culturels ou religieux) au cours des 2 dernières années, le chiffre le plus élevé parmi les 9 régions étudiées.  
↓ Monde: 13%
- 43%** ↑ des consommateurs canadiens déclarent que les récompenses liées aux programmes de fidélité sont importantes lors d'un achat, le chiffre le plus élevé (à égalité avec le Royaume-Uni) parmi les 9 régions étudiées.  
↓ Monde: 33%

### Dans le monde entier

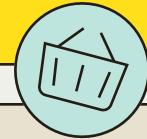
Pour découvrir plus en détail la façon dont les nuances du marché modèlent le Nouveau Calendrier du Commerce en Ligne, jetez un œil à nos analyses régionales approfondies couvrant 8 autres marchés, notamment l'Australie, le Benelux, l'Allemagne, l'Italie, la Scandinavie, l'Espagne, le Royaume-Uni et les États-Unis.



Obtenez des informations propres à chaque marché →

# Périodes d'Achat des Canadiens par Mois

## Classées selon la Propension à Dépenser



Janvier	
Jour de l'An	39%
Épiphanie/Jour des Rois	4%
Février	
Saint-Valentin	56%
Dimanche du Super Bowl	20%
Nouvel An Lunaire	16%
Journée de la Famille	14%
Mois de l'Histoire des Noirs	6%
Le Jour de la Marmotte	4%
Mardi Gras	3%
Mars	
La Saint-Patrick	16%
Journée Internationale de la Femme	6%
Avril	
Pâques	46%
Vacances de Printemps	14%
Journées Wayfair	9%
Journée de la Terre	5%
Aid al-Fitr	4%
Mai	
Fête des Mères	49%
Fête de la Reine	7%
Mois du Patrimoine des Américains d'Origine Asiatique et des îles du Pacifique/Mois du Patrimoine Asiatique	2%
Juin	
Fête des Pères	36%
Vacances d'Été	20%
Mois de la Fierté	6%
Fête de la Saint-Jean-Baptiste	4%
Journée Nationale des Autochtones	3%
Mois National des Peuples Autochtones	2%
Journée Canadienne du Multiculturalisme	2%

Juillet	
Amazon Prime Day	63%
Fête du Canada	36%
Août	
Magasinage pour la Rentrée Scolaire	37%
Journée Civique	5%
Septembre	
Fête du Travail	10%
Journée Nationale pour la Vérité et la Réconciliation/ Journée du Chandail Orange	6%
Roch Hachana	2%
Octobre	
Halloween	50%
Action de Grâce	40%
Diwali	4%
Mois de l'Histoire des Femmes	2%
Mois National de Sensibilisation à l'Emploi des Personnes Handicapées	2%
Mois du Patrimoine Latino-Américain	1%
Mois de Sensibilisation à l'Autisme	1%
Novembre	
Vendredi Fou	77%
Journée des Célibataires	7%
Movember (Mois de Sensibilisation à la Santé des Hommes)	3%
Décembre	
Jour de Noël	68%
Cyber Monday	55%
Réveillon de Noël	44%
Après-Noël	38%
Veille du Jour de l'An	38%
Super Saturday	22%
Lundi Vert	6%
Période de l'Avent	6%
Hanoukka	2%
Kwanzaa	1%

