



PAR COURRIEL

[REDACTED]

Montréal, le 25 août 2020

**Objet : Votre demande d'accès à l'information
N/D 032 142 000 / 2020-2021-038D**

[REDACTED],

Nous donnons suite à votre demande d'accès à l'information reçue à nos bureaux le 27 juillet par courriel et telle que formulée, vous désirez obtenir :

1. *« Les statistiques de la SAQ en regard aux différentes clientèles suivantes :
 - Acheteurs de vins québécois
 - Acheteurs de vins bios*
2. *J'aimerais également connaître la progression du vin québécois en termes de ventes annuelles en succursale ».*

En réponse à votre première question, vous trouverez ci-joints les profils clients des acheteurs de vins québécois et bios.

En ce qui concerne votre deuxième question, veuillez noter que les ventes brutes de la catégorie des vins Origine Québec ont été de 11 034 00 \$ en 2019-2020 versus 10 765 000 \$ en 2018-2019, pour une croissance de 2,5%.

Recevez, [REDACTED] l'expression de nos sentiments distingués

Le Responsable adjoint à l'information

[REDACTED]

Daniel Collette

P.J

PROFIL CLIENT : ACHETEURS DE VINS BIOS



Période d'analyse : De P12-2018 à P11-2019

NOMBRE D'ACHETEURS

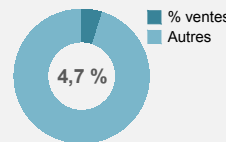
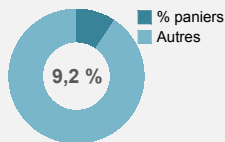
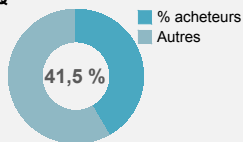


762 828

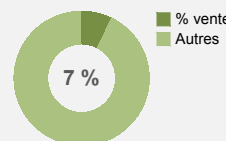
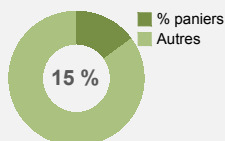
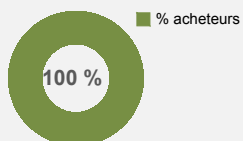
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

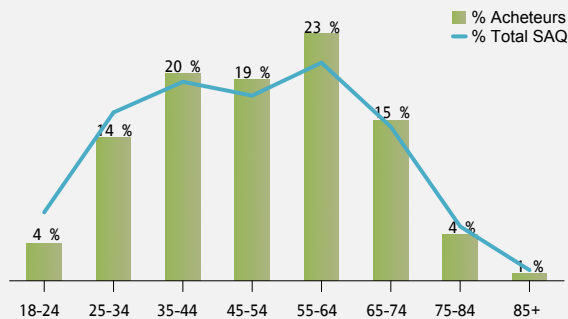


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



55 % femmes
44 % hommes

(SAQ : 55 %) (SAQ: 44 %)

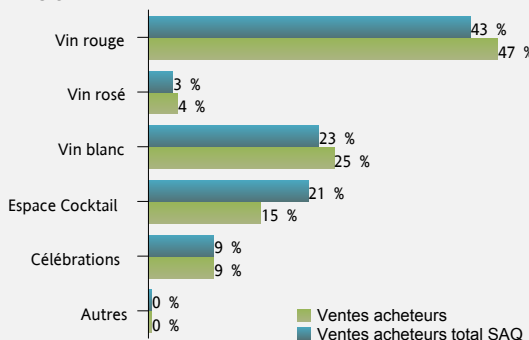


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

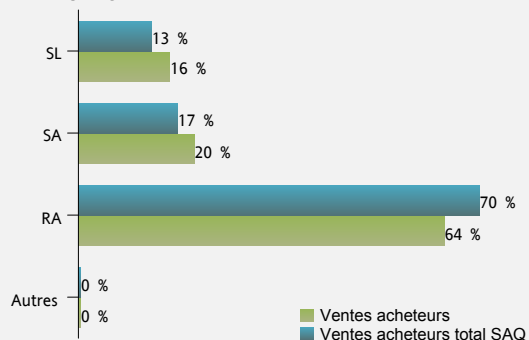
Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnées	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	4,33 \$	61,03 \$	56,81 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,6	3,6	3,4
Prix moyen bouteilles	18,00 \$	17,19 \$	16,85 \$
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,4	2,5	1,7
Nombre moyen de bouteilles	0,6	9,0	5,7
Dépenses moyennes	11,02 \$	155,24 \$	96,57 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING

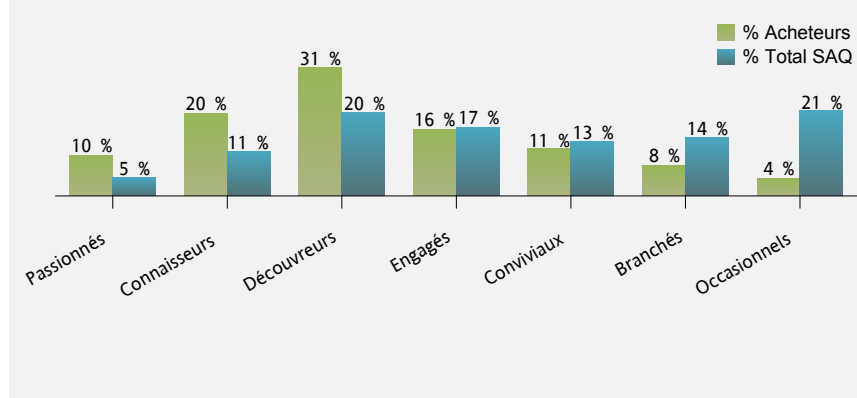


PROFIL CLIENT : ACHETEURS DE VINS BIOS

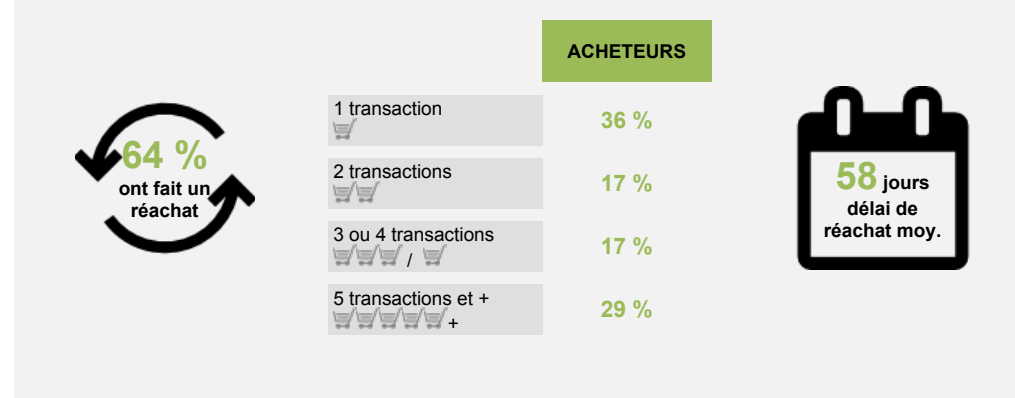


Période d'analyse : De P12 -2018 à P11-2019

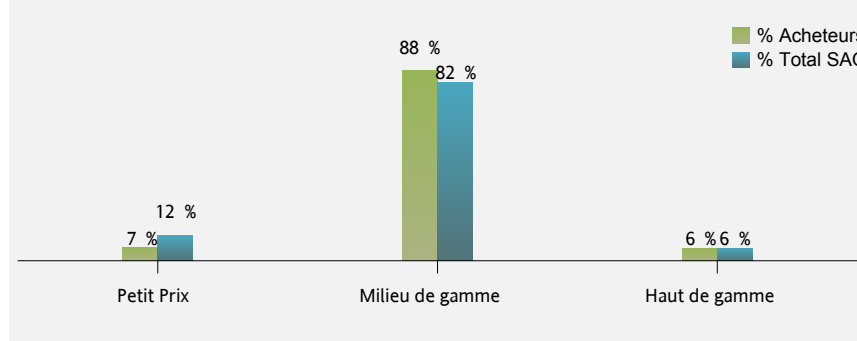
SEGMENTATION STYLE DE VIE



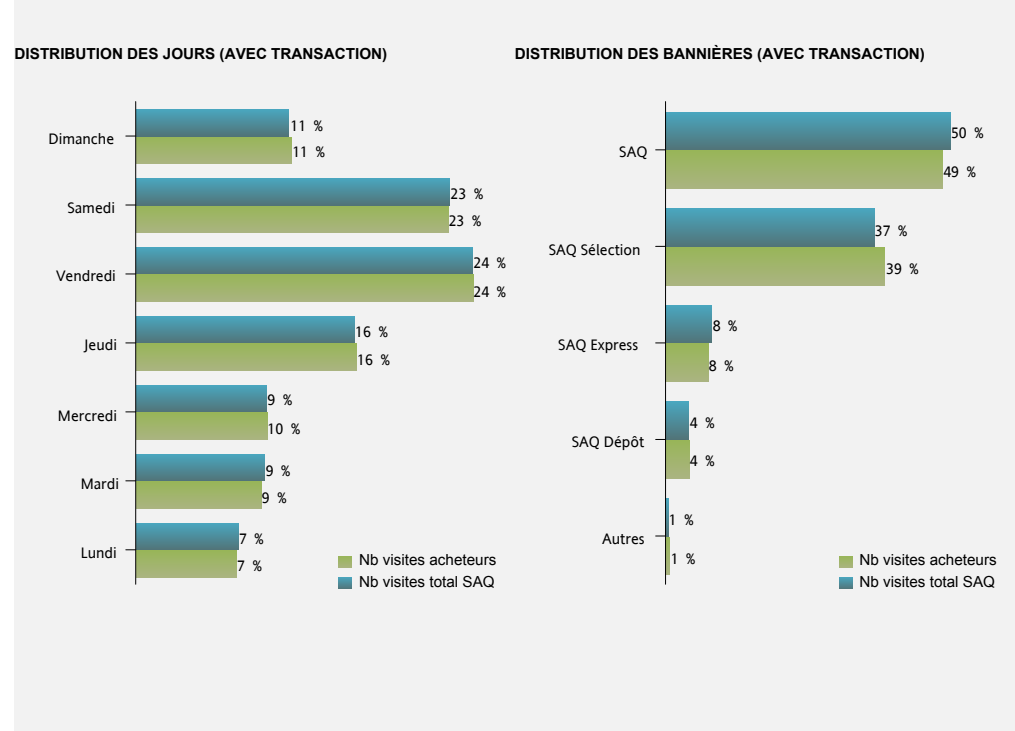
FRÉQUENCE ET DÉLAI DE RÉACHAT



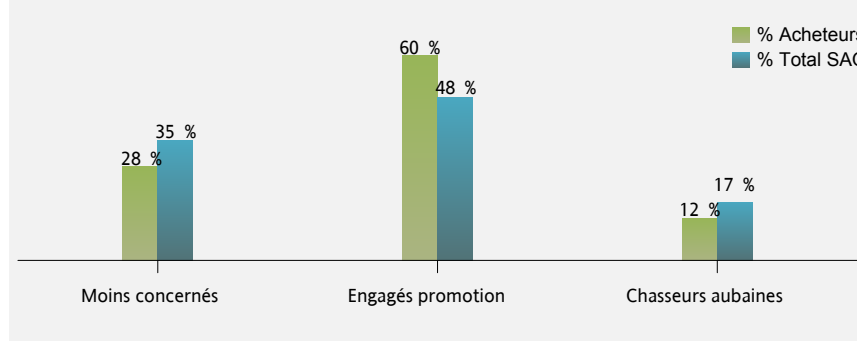
SEGMENTATION PRIX



COMPORTEMENT DES VISITES



SEGMENTATION PROMOTION



PROFIL CLIENT : ACHETEURS DE VINS BIOS

Période d'analyse : De P12-2018 à P11-2019

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté le produit
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs du produit représentent X % du total de la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant le produit sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes du produit représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs du produit représentent 100 % de la population d'acheteur du produit
% paniers	X % de paniers contenant le produit sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ du produit représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes du produit
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs du produit et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs du produit et de la population SAQ Inspire
Par transaction (ex : Panier moyen)	Acheteurs - du produit : part des ventes \$ du produit dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs - Tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb paniers acheteur) TOTAL SAQ : panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb paniers)
Par période (ex : Nb moyen de transaction)	Acheteurs - du produit : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant le produit, par période SAQ Acheteurs - Tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits par période SAQ TOTAL SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs du produit et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs du produit et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Fréquence et délai de réachat	Comparaison entre les acheteurs du produit et les acheteurs de la catégorie; sur le ratio de client ayant fait un réachat du produit et sur le délai en jour, moyen entre les réachats. - Fréquence de réachat d'un produit X - En comparaison avec la moyenne de fréquence de réachat des produits de la même catégorie
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspires qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs du produit et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Moins concernés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme Inspire
Engagés promotion	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme Inspire
Chasseurs d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme Inspire

PROFIL CLIENT : ACHETEURS VIN BL QUÉBEC, VIN RG QUÉBEC, VIN ROSÉ QUÉBEC

Période d'analyse : De P05-2019 À P04-2020



NOMBRE D'ACHETEURS

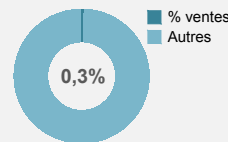
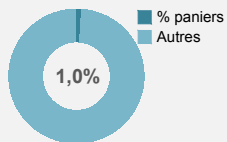
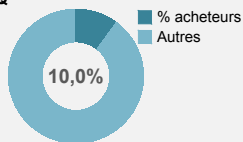


183 475

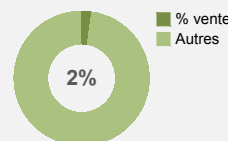
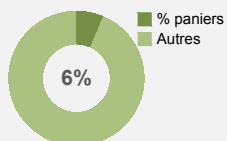
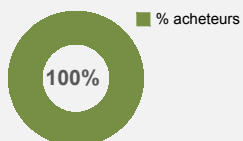
Membres Inspire

PORTRAIT GLOBAL

TOTAL SAQ



ACHETEURS



CLIENTS LES PLUS ENGAGÉS

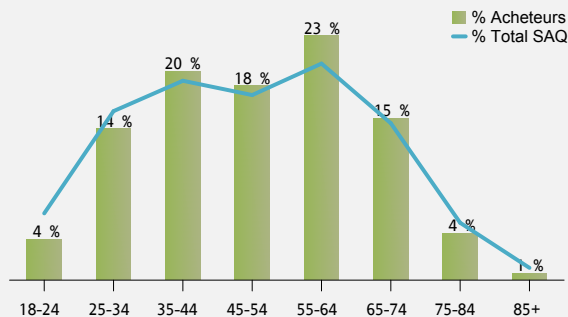


SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE



56% femmes
44% hommes

(SAQ :56%) (SAQ :44%)

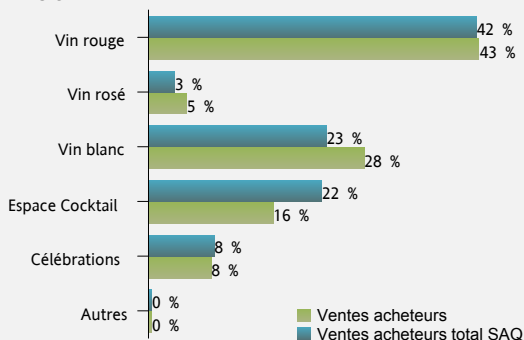


COMPORTEMENT D'ACHAT - DES ACHETEURS

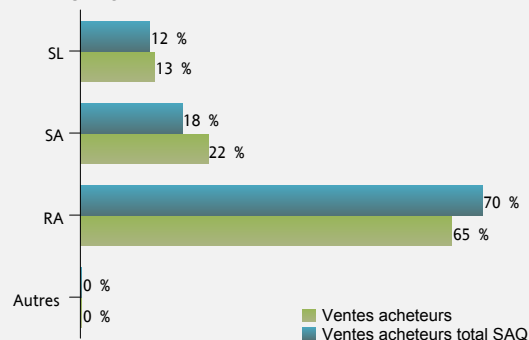
Par transaction	ACHETEURS		TOTAL SAQ
	Des critères sélectionnés	Tous produits SAQ	Tous produits SAQ
Panier moyen	23,91 \$	70,79 \$	67,61 \$
Nombre moyen de bouteilles	1,5	4,2	4,0
Prix moyen bouteilles	15,99 \$	16,67 \$	16,95 \$
Par période (par membre)	ACHETEURS		TOTAL SAQ
Nombre moyen de transactions	0,1	2,4	1,5
Nombre moyen de bouteilles	0,2	10,0	6,1
Dépenses moyennes	3,57 \$	166,42 \$	103,28 \$

COMPORTEMENT D'ACHAT - TOUS PRODUITS SAQ

UNIVERS GPC



TYPE DE LISTING

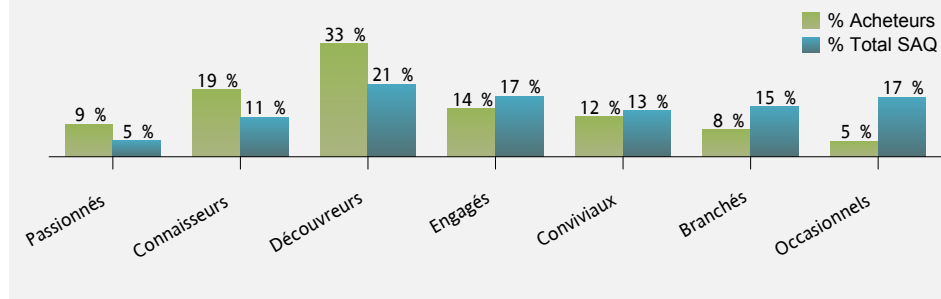


PROFIL CLIENT : ACHETEURS VIN BL QUÉBEC, VIN RG QUÉBEC, VIN ROSÉ QUÉBEC

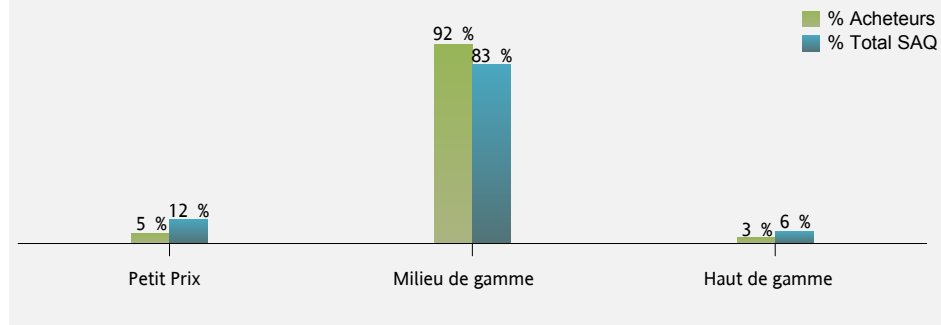


Période d'analyse : De P05-2019 À P04-2020

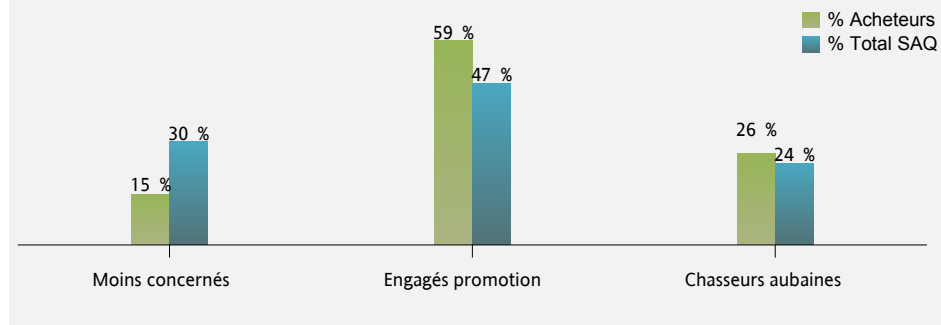
SEGMENTATION STYLE DE VIE



SEGMENTATION PRIX



SEGMENTATION PROMOTION

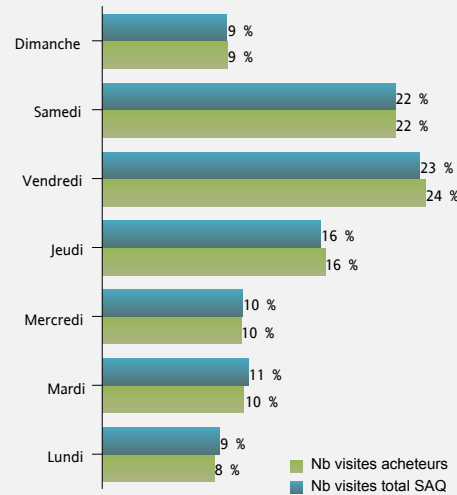


ACTIVITÉ PROGRAMME

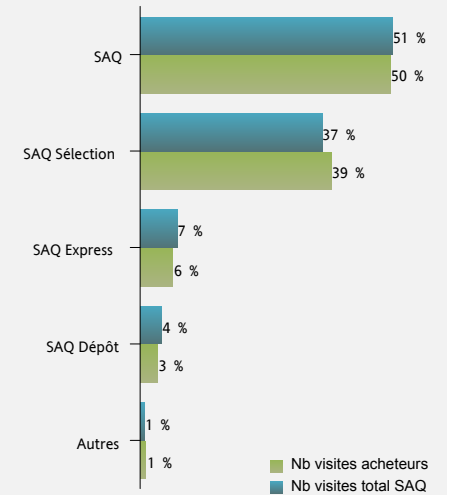
Par période (par membre)	ACHETEURS	TOTAL SAQ
Points accumulés	3 713	2 114
Points utilisés	3 451	1 935

COMPORTEMENT DES VISITES

DISTRIBUTION DES JOURS (AVEC TRANSACTION)



DISTRIBUTION DES BANNIÈRES (AVEC TRANSACTION)



COM-PROF-029 Profil client pour critères sélectionnés (VPSI-MDP-ACC)

Indicateurs	Descriptions
Nombre d'acheteurs	Nombre de membres du programme SAQ Inspire qui ont acheté la catégorie*
Portrait global	
Total saq	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent X % du total la population SAQ Inspire
% paniers	X % des paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions SAQ Inspire
% ventes	Les ventes de la catégories* représentent X % des ventes totales SAQ Inspire
Acheteurs	
% acheteurs	Les acheteurs de la catégories* représentent 100 % de la population d'acheteur de la catégories*
% paniers	X% de paniers contenant la catégories* sur l'ensemble des transactions de sa clientèle
% ventes	Les ventes \$ de la catégories* représentent X % des achats totaux de sa clientèle
Clients les plus engagés	20 % des meilleurs acheteurs ont généré X % des ventes de la catégories*
Socio-démographique	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon le groupe d'âge actuel
Comportement d'achat - Des acheteurs	Comparaison du comportement d'achat des acheteurs de la catégories* et de la population SAQ Inspire
Par transaction	Acheteurs de la catégorie* : part des ventes \$ de la catégories* dans le panier de l'acheteur (moyenne) Acheteurs tous produits SAQ : panier moyen de l'acheteur pour tous les produits SAQ (Ventes \$ acheteur/Nb panier acheteur) Total SAQ panier moyen de la population SAQ Inspire pour tous les produits SAQ (Ventes \$/Nb panier)
Par période	Acheteurs de la catégorie* : nombre moyen de paniers des acheteurs contenant la catégories*, par période SAQ Acheteurs tous produits SAQ : nombre moyen de paniers des acheteurs pour tous les produits, par période SAQ Total SAQ : nombre moyen de paniers de la population SAQ Inspire pour tous les produits, par période SAQ
Comportement d'achat - Tous produits SAQ	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon l'univers GPC et le type de listing
Segmentation style de vie	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon la segmentation style de vie
Activité programme	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; sur le nb de points accumulés et utilisés en moyenne, par membre, par période
Segmentation prix	
Petit prix	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme des Petit prix (Vins entre 0-12\$, spirits entre 0-20\$)
Milieu de gamme	Membres SAQ Inspire qui n'ont pas 60 % de leurs achats dans la gamme des Petit prix ni 60 % de leurs achats dans la gamme des produits haut de gamme
Haut de gamme	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de 60 % de leurs achats de vins et de spiritueux dans la gamme Haut de gamme (vins +20\$, spirits +40\$)
Comportement des visites	Comparaison entre les acheteurs de la catégories* et la population SAQ Inspire; répartition selon les jours de la semaine et la bannière où la transaction a été faite
Segmentation promotion	
Non-concernées	Membres SAQ Inspire qui ont acheté moins de 15 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Engagés	Membres SAQ Inspire qui ont acheté entre 15 % et 50 % de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire
Chasseur d'aubaines	Membres SAQ Inspire qui ont acheté plus de la moitié de leurs bouteilles en promotion depuis le début du programme SAQ Inspire

*Critères sélectionnés en invite

Filtres	Description	Sélection
Facultatif	Département:	
Facultatif	Sous-Catégorie:	
Facultatif	Catégorie MRP:	Vin bl Québec, Vin rg Québec, Vin rosé Québec
Facultatif	Type de listing:	
Facultatif	Bannière:	
Facultatif	Succursale:	
Facultatif	Pastille de goût:	
Facultatif	Pays d'origine:	
Facultatif	Sous-région d'origine:	
Facultatif	Groupe d'âge:	
Facultatif	Langue de correspondance:	
Facultatif	Genre:	
Facultatif	Segmentation:	
Facultatif	Qté plus grande que:	
Facultatif	Appellation:	
Facultatif	Id client:	

