

PROFIL RÉGIONAL DE LA CHAUDIÈRE-APPALACHES

**MONTRÉAL, QUÉBEC ET CHAUDIÈRE-APPALACHES :
UNE MULTITUDE DE CONSOMMATEURS**

**Dans le cadre de l'élaboration d'une
stratégie de développement
des produits différenciés**



15 septembre 2003

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	1
LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX	3
1. INTRODUCTION	8
1. INTRODUCTION	8
2. MARCHÉ DES RÉGIONS MÉTROPOLITAINES DE MONTRÉAL ET QUÉBEC	9
2.1 DEUX MÉTROPOLIS.....	9
2.1.1 <i>Importance des régions métropolitaines de Montréal et de Québec</i>	9
2.1.2 <i>Croissance démographique des régions métropolitaines</i>	10
2.1.3 <i>Montréal : une population plus contrastée qu'ailleurs</i>	11
2.1.4 <i>Profil ethnolinguistique de Montréal</i>	11
2.1.5 <i>Québec : une ville principalement francophone et éduquée</i>	14
2.1.6 <i>Le travail dans les régions métropolitaines</i>	15
2.1.6.1 <i>Répartition des travailleurs selon leurs secteurs professionnels</i>	16
2.1.7 <i>Revenu disponible des régions métropolitaines</i>	16
2.1.8 <i>Les dépenses des ménages dans les régions métropolitaines</i>	17
2.1.9 <i>Commerce alimentaire</i>	20
2.1.10 <i>Attraits et divertissements</i>	22
2.2 DONNÉES COMPLÉMENTAIRES	22
2.2.1 <i>Données complémentaires sur le profil des populations</i>	22
2.2.1.1 <i>Faits saillants démographiques de la région de Montréal</i>	22
2.2.1.2 <i>Faits saillants concernant les familles et ménages à Montréal</i>	23
2.2.1.3 <i>Évolution de la population</i>	23
2.2.2 <i>Données complémentaires sur les caractéristiques de la population de la région de Montréal</i>	24
2.2.3 <i>Données complémentaires sur les caractéristiques de la population de la région de Québec</i>	26
2.2.4 <i>Données sur le profil ethnique de Montréal</i>	27
2.2.4 <i>Coût de la vie à Montréal</i>	29
3.1 DIVERSIFICATION DE LA POPULATION CANADIENNE	31
3.1.1 <i>Les centres urbains se diversifient davantage</i>	31
3.1.2 <i>La part du Québec du flot migratoire</i>	31
3.1.3 <i>Taille des ménages des populations migrantes</i>	32
3.1.4 <i>Bref profil de consommation alimentaire des communautés ethniques</i>	32
3.1.5 <i>Impacts de la population ethnique sur la demande alimentaire et les produits différenciés</i>	33
3.1.5.1 <i>Apport de nouvelles traditions culinaires</i>	33
3.1.5.2 <i>Courbe d'évolution des aliments ethniques</i>	33
3.1.5.3 <i>Intérêt pour l'exotisme et la nouveauté</i>	34
3.1.5.4 <i>Importance des aliments d'origine ethnique sur les marchés</i>	34

3.2 PERSPECTIVES DE MARCHÉ DES ALIMENTS ETHNIQUES	34
4 PROFIL DE LA POPULATION DE LA CHAUDIÈRE-APPALACHES	37
4.1 FAITS SAILLANTS ET ANALYSE	37
4.1.1 Profil de la population et produits différenciés	39
4.2 PROFIL DÉMOGRAPHIQUE	39
4.2.1 Évolution de la population.....	39
4.2.2 Perspectives de croissance de la population	42
4.2.3 Une population plus jeune	42
4.2.4 Scolarité.....	42
4.2.5 Mariage et langue	42
4.2.6 Emploi.....	43
4.2.7 Revenu.....	43
4.2.8 Économie	46
4.2.9 Profil ethnique en Chaudière-Appalaches.....	47
5. CONCLUSION	48
6. BIBLIOGRAPHIE.....	49
ANNEXES	51
1. DONNÉES DÉTAILLÉES SUR LES DÉPENSES DE CONSOMMATION.....	51
2. DONNÉES DÉTAILLÉES SUR LES COMMERCE DE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE	53
3. DONNÉES COMPLÉMENTAIRES AU PROFIL DE LA RÉGION DE LA CHAUDIÈRE-APPALACHES....	55
4. NOTRE CIBLE : LE CONSOMMATEUR DE PRODUITS DIFFÉRENCIÉS.....	58
5. DÉFINIR UN PRODUIT DIFFÉRENCIÉ.....	60
5.1 Une démarche en deux temps	60
5.2 Pour s'entendre sur les mots.....	62

LISTE DES FIGURES ET TABLEAUX

Tableau 1 : Population des régions métropolitaines de recensement	9
Tableau 2 : Proportion des minorités visibles, régions métropolitaines de recensement, 2001, 1996 et 1991.....	12
Tableau 3 : Principales langues parlées à la maison dans la région de Montréal	12
Tableau 4 : Arrondissements de la région de Montréal ayant les plus fortes proportions de minorités visibles, 2001	13
Tableau 5 : Les 10 pays de naissance les plus fréquents parmi les immigrants dans la RMR de Montréal.....	13
Tableau 6 : Population, selon l'origine ethnique pour la région métropolitaine de Québec	14
Tableau 7 : Population selon la langue maternelle pour la région métropolitaine de Québec.....	15
Tableau 8 : Caractéristiques de la population active (population de 15 ans et plus) selon les régions métropolitaines de recensement de Québec et Montréal.....	15
Tableau 9 : Population active expérimentée âgée de 15 ans et plus, selon les industries, dans les régions métropolitaines de recensement en 1996	16
Tableau 10 : Revenu personnel disponible selon les régions métropolitaines de recensement, Québec, 1996-2000.....	17
Tableau 11 : Part relative en % des dépenses annuelles par personne en 2001.....	18
Tableau 12 : Part des dépenses alimentaires annuelles par personne, affectées entre les commerces d'alimentation et les restaurants, en 2000.....	19
Tableau 13 : Dépenses alimentaires hebdomadaires par personne en 1996.....	19
Tableau 14 : Pourcentage des établissements sous bannière, décembre 2001.....	20
Tableau 15 : Nombre d'établissements sous bannière, décembre 2001	20
Tableau 16 : Services alimentaires - pourcentage, décembre 2001	21
Tableau 17 : Pourcentage des établissements de restauration sous bannière, décembre 2001	21
Tableau 18 : Pourcentage comparatif des établissements intermédiaires en alimentation, décembre 2001 ..	21
Tableau 19 : Estimation de la population de quelques villes du Québec au 1er juillet des années 1996 à 2002.....	23
Tableau 20 : Évolution de la population par région administrative, superficie et densité, Québec, 1991-2000	24

Tableau 21 : Caractéristiques générales de la population de la région de Montréal (RMR)	24
Tableau 22 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Montréal.....	25
Tableau 23 : Population selon la langue maternelle, régions métropolitaines de recensement de Montréal en 2001	26
Tableau 24 : Caractéristiques générales de la population de la région de Québec	26
Tableau 25 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Québec	27
Tableau 26 : Les 10 origines ethniques en tête de liste à Montréal, 2001	29
Tableau 27 : Prix des denrées alimentaires par personne dans certaines grandes villes du monde	29
Tableau 28 : Prix d'un dîner au restaurant dans certaines grandes villes du monde	29
Tableau 29 : Temps de travail nécessaire à l'achat d'un kilogramme de pain	30
Tableau 30 : Coût de la vie de certaines grandes villes du monde	30
Tableau 31 : Pouvoir d'achat net dans certaines grandes villes du monde.....	30
Tableau 32 : Taille des ménages selon quatre origines.....	32
Tableau 33 : Dépenses alimentaires hebdomadaires moyennes par habitant (en dollars).....	32
Tableau 34 : Caractéristiques territoriales des MRC de la Chaudière-Appalaches	38
Tableau 35 : Indice de défavorisation des MRC de la Chaudière-Appalaches (1996).....	38
Tableau 36 : Répartition de la population dans la région	41
Tableau 37 : Évolution du taux de chômage (%) dans les différentes régions du Québec.....	43
Tableau 38 : Indicateurs du marché du travail dans la Chaudière-Appalaches	44
Tableau 39 : Revenu moyen des ménages en 1986, 1991 et 1996 dans la Chaudière-Appalaches	45
Tableau 40 : Indice de richesse foncière.....	45
Tableau 41 : Proportion de la population active de 15 ans et plus, selon la catégorie professionnelle (1996)	46
Tableau 42 : Données sur le profil ethnique de la population de la Chaudière-Appalaches et comparaison avec le Québec.....	47
Tableau 43 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2001	51
Tableau 44 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2000	52

Tableau 45 : Nombre d'établissements des intermédiaires en alimentation, décembre 2001	53
Tableau 46 : Services alimentaires - nombre d'établissements, décembre 2001	53
Tableau 47 : Nombre d'établissements de restauration sous bannière, décembre 2001	53
Tableau 48 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation par régions administratives, décembre 2001 (estimation)	54
Tableau 49 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation selon les centres urbains, décembre 2001 (estimation).....	54
Tableau 50 : Répartition des ménages privés selon la tranche de revenu - 1996	55
Tableau 51 : Proportion de la population active de 15 ans et plus selon la catégorie professionnelle - 1996.....	55
Tableau 52 : Évolution de la population des MRC de la Chaudière-Appalaches, de 1971 à 2002	56
Tableau 53 : Population des principales villes de la région de la Chaudière-Appalaches.....	57
Tableau 54 : Différences entre le produit de masse et celui différencié, TACA 2003	60
Tableau 55 : Les produits différenciés.....	62
Tableau 1 : Population des régions métropolitaines de recensement	9
Tableau 2 : Proportion des minorités visibles, régions métropolitaines de recensement, 2001, 1996 et 1991.....	12
Tableau 3 : Principales langues parlées à la maison dans la région de Montréal	12
Tableau 4 : Arrondissements de la région de Montréal ayant les plus fortes proportions de minorités visibles, 2001.....	13
Tableau 5 : Les 10 pays de naissance les plus fréquents parmi les immigrants dans la RMR de Montréal.....	13
Tableau 6 : Population, selon l'origine ethnique pour la région métropolitaine de Québec	14
Tableau 7 : Population selon la langue maternelle pour la région métropolitaine de Québec.....	15
Tableau 8 : Caractéristiques de la population active (population de 15 ans et plus) selon les régions métropolitaines de recensement de Québec et Montréal.....	15
Tableau 9 : Population active expérimentée âgée de 15 ans et plus, selon les industries, dans les régions métropolitaines de recensement en 1996	16

Tableau 10 : Revenu personnel disponible selon les régions métropolitaines de recensement, Québec, 1996-2000.....	17
Tableau 11 : Part relative en % des dépenses annuelles par personne en 2001.....	18
Tableau 12 : Part des dépenses alimentaires annuelles par personne, affectées entre les commerces d'alimentation et les restaurants, en 2000.....	19
Tableau 13 : Dépenses alimentaires hebdomadaires par personne en 1996.....	19
Tableau 14 : Pourcentage des établissements sous bannière, décembre 2001.....	20
Tableau 15 : Nombre d'établissements sous bannière, décembre 2001.....	20
Tableau 16 : Services alimentaires - pourcentage, décembre 2001.....	21
Tableau 17 : Pourcentage des établissements de restauration sous bannière, décembre 2001.....	21
Tableau 18 : Pourcentage comparatif des établissements intermédiaires en alimentation, décembre 2001.....	21
Tableau 19 : Estimation de la population de quelques villes du Québec au 1er juillet des années 1996 à 2002.....	23
Tableau 20 : Évolution de la population par région administrative, superficie et densité, Québec, 1991-2000.....	24
Tableau 21 : Caractéristiques générales de la population de la région de Montréal (RMR).....	24
Tableau 22 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Montréal.....	25
Tableau 23 : Population selon la langue maternelle, régions métropolitaines de recensement de Montréal en 2001.....	26
Tableau 24 : Caractéristiques générales de la population de la région de Québec.....	26
Tableau 25 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Québec.....	27
Tableau 26 : Les 10 origines ethniques en tête de liste à Montréal, 2001.....	29
Tableau 27 : Prix des denrées alimentaires par personne dans certaines grandes villes du monde.....	29
Tableau 28 : Prix d'un dîner au restaurant dans certaines grandes villes du monde.....	29
Tableau 29 : Temps de travail nécessaire à l'achat d'un kilogramme de pain.....	30
Tableau 30 : Coût de la vie de certaines grandes villes du monde.....	30
Tableau 31 : Pouvoir d'achat net dans certaines grandes villes du monde.....	30

Tableau 32 : Taille des ménages selon quatre origines.....	32
Tableau 33 : Dépenses alimentaires hebdomadaires moyennes par habitant (en dollars).....	32
Tableau 34 : Caractéristiques territoriales des MRC de la Chaudière-Appalaches	38
Tableau 35 : Indice de défavorisation des MRC de la Chaudière-Appalaches (1996).....	38
Tableau 36 : Répartition de la population dans la région	41
Tableau 37 : Évolution du taux de chômage (%) dans les différentes régions du Québec.....	43
Tableau 38 : Indicateurs du marché du travail dans la Chaudière-Appalaches	44
Tableau 39 : Revenu moyen des ménages en 1986, 1991 et 1996 dans la Chaudière-Appalaches	45
Tableau 40 : Indice de richesse foncière.....	45
Tableau 41 : Proportion de la population active de 15 ans et plus, selon la catégorie professionnelle (1996)	46
Tableau 42 : Données sur le profil ethnique de la population de la Chaudière-Appalaches et comparaison avec le Québec.....	47
Tableau 43 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2001	51
Tableau 44 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2000	52
Tableau 45 : Nombre d'établissements des intermédiaires en alimentation, décembre 2001	53
Tableau 46 : Services alimentaires - nombre d'établissements, décembre 2001	53
Tableau 47 : Nombre d'établissements de restauration sous bannière, décembre 2001.....	53
Tableau 48 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation par régions administratives, décembre 2001 (estimation)	54
Tableau 49 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation selon les centres urbains, décembre 2001 (estimation).....	54
Tableau 50 : Répartition des ménages privés selon la tranche de revenu - 1996	55
Tableau 51 : Proportion de la population active de 15 ans et plus selon la catégorie professionnelle - 1996.....	55
Tableau 52 : Évolution de la population des MRC de la Chaudière-Appalaches, de 1971 à 2002	56
Tableau 53 : Population des principales villes de la région de la Chaudière-Appalaches.....	57
Tableau 54 : Différences entre le produit de masse et celui différencié, TACA 2003	60
Tableau 55 : Les produits différenciés.....	62

1. Introduction

Nous avons découvert comment se caractérise le consommateur de produits différenciés (voir notre fascicule « Profil régional de la Chaudière-Appalaches : tendances alimentaires »). Nous allons maintenant nous centrer davantage sur les marchés de Montréal et de Québec qui regroupent la majorité de la clientèle québécoise, à la fois dans son ensemble et dans les consommateurs de produits différenciés.

Puis nous tenterons d'identifier les éléments à l'œuvre pour notre région de la Chaudière-Appalaches. En partant, retenons que le Québec présente, par l'importance du mouvement d'immigration, une mosaïque d'habitudes alimentaires. C'est dans l'expression de cette mosaïque que réside la diversité de marchés à explorer.

2. Marché des régions métropolitaines de Montréal et Québec

2.1 Deux métropoles

Les régions métropolitaines représentent des lieux de commercialisation de première importance, que ce soit par la taille de leur population, par la nature de leur diversité ethnique ou par leur activité économique et sociale. Mieux connaître l'importance de ces centres représente un atout pour la promotion des produits différenciés.

La région métropolitaine de Montréal a comme principale caractéristique la taille de son marché et une population ethnique beaucoup plus importante qu'ailleurs au Québec. Englobant Montréal et sa banlieue au nord comme au sud, c'est la plus importante agglomération urbaine au Québec.

La région métropolitaine de Québec a comme atout principal sa proximité de la région Chaudière-Appalaches. Elle comprend d'ailleurs le nord de la Chaudière-Appalaches et la banlieue. Son bassin de population s'élève à près de $\frac{3}{4}$ de million de personnes et son secteur agroalimentaire est bien actif. Les réalités ethniques y sont moins grandes qu'à Montréal, tant par le nombre que par la diversité.

2.1.1 Importance des régions métropolitaines de Montréal et de Québec

La région métropolitaine de Montréal est la deuxième agglomération urbaine en importance au Canada avec en 2002 ses 3 548 000 habitants. La région métropolitaine de Québec est la septième dans l'ensemble canadien et la deuxième pour le Québec avec 696 800 habitants.

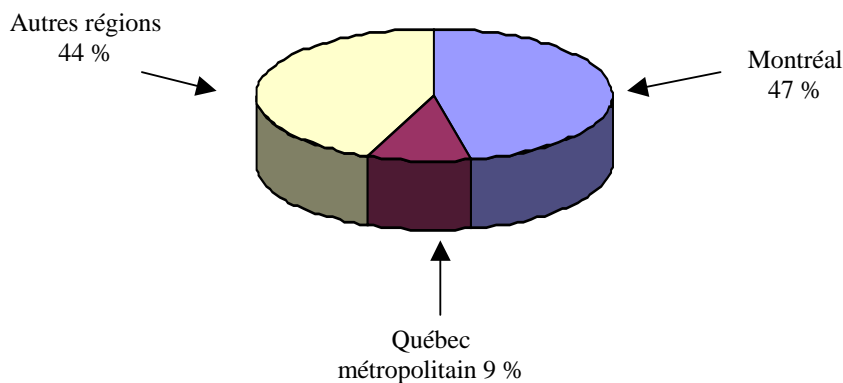
Tableau 1 : Population des régions métropolitaines de recensement

RÉGION MÉTROPOLITAINE	1998	2000	2002	VARIATION 1998-2002
	EN MILLIERS D'HABITANTS			
TORONTO	4 586,7	4 773,6	5 029,9	9,7 %
MONTRÉAL	3 423,9	3 479,4	3 548,8	3,6 %
VANCOUVER	1 998,4	2 060,7	2 122,7	6,2 %
OTTAWA-HULL	1 055,6	1 087,3	1 128,9	6,9 %
CALGARY	903,1	947,9	993,2	10,0 %

EDMONTON	914,4	941,8	967,2	5,8 %
QUÉBEC MÉTRO	686,6	690,8	697,8	1,6 %
LE QUÉBEC	7 323,6	7 381,8	7 455,2	1,8 %

Sources : Statistique Canada, données sur la population, janvier 2003

Graphique 1 : Proportion de la population des régions métropolitaines dans l'ensemble québécois



Les régions métropolitaines regroupent une très large part de la population du Québec. Celle de Montréal représente 47 % de la population et celle de Québec en compte 9 %.

2.1.2 Croissance démographique des régions métropolitaines

À l'intérieur de la région de Montréal, la population de la ville de Montréal est stabilisée à 1 852 578 habitants. Ce sont davantage les villes périphériques qui connaissent un accroissement rapide, plutôt que Montréal, notamment les villes de la périphérie nord et Laval dont le taux de croissance est de près de 5 % depuis 1996.

Le solde migratoire de Montréal était négatif à la fin de la décennie 90 et il est maintenant positif depuis 2 ans. Selon l'Institut de la statistique du Québec, cette croissance devrait avoir un taux de 3,2 % d'ici 2016.

Les perspectives démographiques pour Québec sont une hausse de la population qui devrait passer de 645 156 en 1999 à 662 879 en 2016, soit une hausse de 2,7 %. Pendant la même période, la population de la province de Québec devrait croître de 5,2 %.

2.1.3 Montréal : une population plus contrastée qu'ailleurs

En 2001, dans la région de Montréal, 28,3 % de la population âgée de 15 ans et plus détient un certificat ou un diplôme d'études post-secondaires comme plus haut niveau d'études atteint, soit un taux inférieur à celui de l'ensemble du Québec (29,8 %). Toutefois, la part de la population détenant un grade universitaire est beaucoup plus élevée dans la région (24,1 %) que dans l'ensemble du Québec (14,8 %) (ministère de l'Industrie et du Commerce).

Les écarts entre les tranches de revenus sont plus accentués qu'ailleurs et les disparités socio-économiques demeurent marquées. On y retrouve la plus grande proportion de revenus des tranches les plus élevées ainsi qu'une plus grande proportion dans les revenus les plus bas. Selon des données de la Direction de la santé publique de Montréal-Centre, Montréal compte plus de gens à faible revenu : 35 % contre 23 % au Québec. Le taux de familles monoparentales (32 %) est en hausse, ainsi que le nombre de personnes vivant seules (16 %), surtout chez les femmes.

2.1.4 Profil ethnolinguistique de Montréal

Selon le recensement de 2001, la région métropolitaine de Montréal possède la troisième population de minorités visibles en importance après Toronto et Vancouver.

Les Montréalais représentent une mosaïque culturelle et linguistique diversifiée avec plus de 80 origines différentes. C'est à Montréal que vivent 70 % des immigrants installés au Québec. La population de Montréal se démarque de celle du Québec pour les origines autres que française, britannique et canadienne : 46 % contre 18 %.

Tableau 2 : Proportion des minorités visibles, régions métropolitaines de recensement, 2001, 1996 et 1991

RÉGION	1991	1996	2001
	%		
CANADA	9,4	11,2	13,4
VANCOUVER	24,0	31,1	36,9
TORONTO	25,8	31,6	36,8
OTTAWA-GATINEAU	10,2	11,7	14,1
MONTRÉAL	11,0	12,2	13,6
QUÉBEC	1,4	1,5	1,6
TROIS-RIVIÈRES	0,8	0,9	0,9
SAGUENAY	0,5	0,4	0,6

Source : Statistique Canada, Portrait ethnoculturel du Canada, janvier 2003

Pour le portrait linguistique, 57 % des citoyens parlent chez eux le français, 25 % l'anglais et 18 % d'autres langues. L'italien et l'espagnol figurent en tête de liste et trois langues sont en nette progression, soit l'arabe, le chinois et le grec.

Tableau 3 : Principales langues parlées à la maison dans la région de Montréal

LANGUE	NOMBRE DE PERSONNES	PROPORTION
FRANÇAIS	2 943 935	84,5 %
ANGLAIS	1 914 995	55 %
ITALIEN	182 175	5,2 %
ESPAGNOL	143 155	4,1 %
ARABE	85 070	2,4 %
GREC	51 070	1,46 %
CHINOIS	43 835	1,25 %
ALLEMAND	36 630	1,05 %
PORTUGAIS	36 385	1,04 %

Source : Investissement-Québec, Investir à Montréal

Le Recensement de 2001 a dénombré 458 300 membres des minorités visibles à Montréal soit 12 % de la valeur canadienne. Ces minorités visibles représentaient 14 % de la population métropolitaine de Montréal, ce qui est comparable à la moyenne canadienne (13 %). Cette proportion était en hausse par rapport à 12 % en 1996 et à 11 % en 1991.

La composition de la population de minorités visibles de Montréal diffère considérablement de celle de Toronto et de Vancouver. Les deux plus grands groupes de minorités visibles à Montréal étaient les Noirs, qui représentaient 30 % de toutes les minorités visibles, et les Arabes / Asiatiques occidentaux, qui en constituaient 17 % (Statistique Canada).

La plus grande proportion de minorités visibles sur l'île de Montréal se situe à Saint-Laurent, où 38 % de la population était membre d'une minorité visible. Les minorités visibles représentaient au moins un quart de la population de Brossard (28 %), de Dollard-des-Ormeaux (26 %) et de Pierrefonds (26 %).

Tableau 4 : Arrondissements de la région de Montréal ayant les plus fortes proportions de minorités visibles, 2001

MUNICIPALITÉ	POPULATION TOTALE		MINORITÉS VISIBLES	
	NOMBRE		NOMBRE	%
MONTRÉAL-CENTRE	1 019 735		231 760	22,7
MONTRÉAL-NORD	82 260		19 325	23,5
SAINT-LAURENT	76 605		29 225	38,2
SAINT-LÉONARD	69 510		14 450	20,8
BROSSARD	64 655		17 880	27,7
PIERREFONDS	54 310		13 995	25,8
DOLLARD-DES-ORMEAUX	47 850		12 430	26,0
Pour comparaison				
TORONTO (ONT.)	2 456 800		1 051 125	42,8

Statistiques Canada, Portrait ethnoculturel du Canada

Tableau 5 : Les 10 pays de naissance les plus fréquents parmi les immigrants dans la RMR de Montréal

PAYS	AYANT IMMIGRÉ DE 1991 À 2001	%
TOTAL DE TOUS LES IMMIGRANTS DES ANNÉES 1990	215 120	100,0
HAÏTI	14 200	6,6
CHINE, RÉPUBLIQUE POPULAIRE DE	13 830	6,4
ALGÉRIE	12 570	5,8
FRANCE	12 555	5,8
LIBAN	10 495	4,9
MAROC	8 735	4,1
ROUMANIE	7 995	3,7
PHILIPPINES	7 505	3,5
INDE	7 395	3,4
SRI LANKA	7 005	3,3

Statistiques Canada, Portrait ethnoculturel du Canada

2.1.5 Québec : une ville principalement francophone et éduquée

La région de Québec se démarque par le haut niveau de scolarité de sa population. En 1999, c'est 30,5 % de la population de 15 ans et plus de la région qui détient un certificat ou un diplôme d'études post-secondaires comme plus haut niveau d'études atteint, comparativement à 29,3 % au Québec.

Les minorités visibles sont beaucoup plus faibles qu'à Montréal avec un taux de 1,6 %. La langue parlée y est largement le français.

Tableau 6 : Population, selon l'origine ethnique pour la région métropolitaine de Québec

ORIGINE	POPULATION
ORIGINES UNIQUES	567 060
ORIGINES MULTIPLES	96 825
ORIGINES DES ÎLES BRITANNIQUES	9 460
ORIGINES FRANÇAISES	256 100
ORIGINES EUROPÉENNES	8 165
ORIGINES ARABES	1 965
ORIGINES D'ASIE OCCIDENTALE	440
ORIGINES SUD-ASIATIQUES	120
ORIGINES ASIATIQUES (EST ET DU SUD-EST)	2 570
ORIGINES AFRICAINES	1 445
CARAÏBES	2185
AUTRES ORIGINES	5 755
POPULATION TOTALE	663 885

Source : Statistique Canada

Les « autres origines » comprennent les répondants qui ont déclaré l'une des origines suivantes : Américain, Australien, Néo-Zélandais ou Québécois. Ce tableau est, cependant, à prendre avec réserve, car une personne peut répondre à plus d'un endroit.

Tableau 7 : Population selon la langue maternelle pour la région métropolitaine de Québec

LANGUE	POPULATION
RÉPONSES UNIQUES	669 330
ANGLAIS	9 745
FRANÇAIS	647 925
LANGUES NON OFFICIELLES	11 660
CHINOIS	600
ITALIEN	455
ALLEMAND	600
POLONAIS	340
ESPAGNOL	2 170
PORTUGAIS	600
ARABE	1 410
AUTRES LANGUES NON OFFICIELLES	5480
POPULATION TOTALE	673 105

Source : Statistique Canada

2.1.6 Le travail dans les régions métropolitaines

Le taux de chômage était plus bas (6,3 %) pour la région métropolitaine de Québec en 2002 que pour celui de la région de Montréal avec un taux de 8,4 %, pourcentage qui se rapproche d'ailleurs de la moyenne provinciale¹. Les taux d'activité et d'emploi sont sensiblement égaux pour les deux régions.

Tableau 8 : Caractéristiques de la population active (population de 15 ans et plus) selon les régions métropolitaines de recensement de Québec et Montréal

RÉGION MÉTROPOLITAINE	POPULATION	POPULATION ACTIVE	EMPLOI	CHÔMAGE	TAUX DE CHÔMAGE	TAUX D'ACTIVITÉ	TAUX D'EMPLOI
	EN MILLIERS			%			
QUÉBEC	572,0	382,4	358,5	23,9	6,3	66,9	62,7
MONTRÉAL	2 864,3	1 929,9	1 767,3	162,6	8,4	67,4	61,7

Source : Statistique Canada

¹ Selon Statistiques Canada, le taux de chômage désaisonnalisé se situait à 8,9 %, en juin 2003, au Québec.

2.1.6.1 RÉPARTITION DES TRAVAILLEURS SELON LEURS SECTEURS

PROFESSIONNELS

Selon les données du tableau 9, la région métropolitaine de Montréal se démarque par rapport à celle de Québec par une proportion beaucoup plus importante de ses travailleurs dans les industries manufacturières alors que celle de Québec se démarque par les services gouvernementaux. Montréal se démarque aussi par son taux d'occupation dans les commerces de gros et les services aux entreprises. Québec a proportionnellement plus de travailleurs dans l'hébergement et la restauration ainsi que dans les assurances et les services financiers.

Tableau 9 : Population active expérimentée âgée de 15 ans et plus, selon les industries, dans les régions métropolitaines de recensement en 1996

TOUTES LES INDUSTRIES	QUÉBEC	MONTRÉAL
	100,0 %	100,0 %
INDUSTRIES AGRICOLES ET DE SERVICES CONNEXES	1,0	0,6
INDUSTRIES DE LA PÊCHE ET DU PIÉGEAGE	0,0	0,0
INDUSTRIES DE L'EXPLOITATION FORESTIÈRE ET DES SERVICES FORESTIERS	0,2	0,0
INDUSTRIES DES MINES (Y COMPRIS BROYAGE), CARRIÈRES ET Puits DE PÉTROLE	0,1	0,1
INDUSTRIES MANUFACTURIÈRES	8,8	17,6
INDUSTRIES DE LA CONSTRUCTION	4,6	4,2
INDUSTRIES DU TRANSPORT ET DE L'ENTREPOSAGE	3,4	4,3
INDUSTRIES DES COMMUNICATIONS ET AUTRES SERVICES PUBLICS	2,5	3,7
INDUSTRIES DU COMMERCE DE GROS	4,3	6,3
INDUSTRIES DU COMMERCE DE DÉTAIL	13,1	12,6
INDUSTRIES DES INTERMÉDIAIRES FINANCIERS ET DES ASSURANCES	5,6	4,3
INDUSTRIES DES SERVICES IMMOBILIERS ET AGENCES D'ASSURANCES	1,5	1,8
INDUSTRIES DES SERVICES AUX ENTREPRISES	6,6	8,4
INDUSTRIES DES SERVICES GOUVERNEMENTAUX	13,6	4,9
INDUSTRIES DES SERVICES D'ENSEIGNEMENT	8,2	7,0
INDUSTRIES DES SERVICES DE SOINS DE SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX	11,5	10,1
INDUSTRIES DE L'HÉBERGEMENT ET DE LA RESTAURATION	7,4	6,0
AUTRES INDUSTRIES DE SERVICES	7,5	8,1

Source : Statistique Canada, Recensement de 1996

2.1.7 Revenu disponible des régions métropolitaines

Selon l'Institut de la statistique du Québec, en 2000, le revenu disponible personnel était un peu plus élevé dans les régions métropolitaines de Montréal et de Québec que la moyenne

provinciale. N’oublions pas l’importance du facteur revenu dans la caractérisation du consommateur type de produits différenciés.

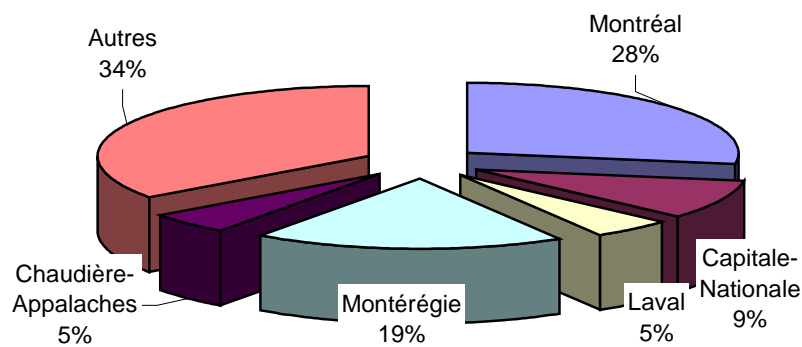
Tableau 10 : Revenu personnel disponible selon les régions métropolitaines de recensement, Québec, 1996-2000

	QUÉBEC	MONTRÉAL	TROIS-RIVIÈRES	SAGUENAY	SHERBROOKE	MOYENNE PROVINCIALE
1996	17 462	17 965	15 429	14 677	16 362	16 603
1998	17 617	18 511	16 025	15 701	16 542	17 263
2000	19 296	19 983	17 493	16 995	18 031	18 744

Source : Institut de la statistique du Québec, Direction des comptes et des études économiques

Selon l’Institut de la statistique du Québec, en 2000 les revenus disponibles globaux représentaient 28 % pour la région administrative de Montréal et 9 % pour la région administrative de la Capitale Nationale.

Graphique 2 : Revenu disponible selon la région administrative



Source : Institut de la statistique du Québec

2.1.8 Les dépenses des ménages dans les régions métropolitaines¹

Les dépenses ont été sensiblement semblables entre les régions de Montréal et Québec en 2001, sauf qu’il en coûte un peu plus pour se loger à Montréal et que les gens de Québec dépensent un peu plus en transport.

¹ Aux tableaux et commentaires de cette section, correspondent des annexes détaillées. Par exemple, les dépenses annuelles sont présentées, non pas en part relative, mais en valeur par personne.

Tableau 11 : Part relative en % des dépenses annuelles par personne en 2001

DÉPENSES	QUÉBEC (RMR ¹)	MONTRÉAL (RMR)	LE QUÉBEC	CANADA
TAILLE MOYENNE DES MÉNAGES	2,3	2,4	2,4	2,6
NOMBRE ESTIMATIF DE MÉNAGES (NOMBRE)	276 090	1 377 740	2 953 150	11 552 010
DÉPENSES TOTALES (\$)	22 958 \$	22 657 \$	20 904 \$	22 208 \$
CONSUMMATION COURANTE TOTALE	68,4	68,9	70,1	71,2
ALIMENTATION	12,4	12,1	12,6	11,1
LOGEMENT	17,0	18,3	17,4	19,0
ENTRETIEN MÉNAGER	3,7	4,1	4,2	4,5
ARTICLES ET ACCESSOIRES D'AMEUBLEMENT	2,6	2,4	2,5	2,9
HABILLEMENT	3,9	4,2	4,2	4,2
TRANSPORT	12,9	11,4	12,4	13,2
SOINS DE SANTÉ	3,0	2,8	3,0	2,5
SOINS PERSONNELS	1,8	1,7	1,8	1,7
LOISIRS	5,7	5,4	5,7	6,0
MATÉRIEL DE LECTURE ET AUTRES IMPRIMÉS	0,4	0,5	0,5	0,5
ÉDUCATION	1,0	1,3	1,0	1,6
PRODUITS DU TABAC ET BOISSONS ALCOOLISÉES	2,5	2,6	2,8	2,3
JEUX DE HASARD (MONTANT NET)	0,4	0,5	0,5	0,5
DIVERS	1,2	1,5	1,6	1,5
IMPÔTS SUR LE REVENU DES PARTICULIERS	24,9	24,4	22,8	21,2
ASSURANCE INDIVIDUELLE ET FONDS DE RETRAITE	5,9	5,5	5,8	5,4
DONS EN ARGENT ET CONTRIBUTIONS	0,8	1,2	1,3	2,2

Source : Statistique Canada, Division de la statistique du revenu

1. RMR : Région métropolitaine de recensement

Pour ce qui est de l'alimentation, la population de Montréal dépense davantage dans les restaurants que celle de Québec et que le reste du Québec. Généralement, la dépense hebdomadaire d'épicerie est plus élevée pour un Montréalais que pour un Québécois métropolitain. Les différences observées dans la consommation des légumes, viandes et huiles pourraient provenir de l'influence des populations ethniques. Les dépenses des gens de la région de Québec sont plus semblables à celles de la province dans son ensemble.

Tableau 12 : Part des dépenses alimentaires annuelles par personne, affectées entre les commerces d'alimentation et les restaurants, en 2000

	QUÉBEC (RMR)	MONTRÉAL (RMR)	LE QUÉBEC	CANADA
Dépenses d'alimentation	2 531	2 648	2 530	2 419
Aliments achetés en magasin	2 037	2 043	2 025	1 905
Aliments achetés au restaurant	487	597	495	505

Source : Statistique Canada

Tableau 13 : Dépenses alimentaires hebdomadaires par personne en 1996

	QUÉBEC (RMR)	MONTRÉAL (RMR)	QUÉBEC	CANADA
CARACTÉRISTIQUES DES MÉNAGES				
NOMBRE DE MÉNAGES DANS L'ÉCHANTILLON	316	591	1 719	10 924
NOMBRE ESTIMÉ DE MÉNAGES	286 000	1 416 460	2 948 510	11 287 580
NOMBRE DE RELEVÉS HEBDOMADAIRES	629	1 177	3 417	21 647
NOMBRE PONDÉRÉ DE RELEVÉS HEBDOMADAIRES	568 800	2 823 160	5 868 450	22 397 810
TAILLE DU MÉNAGE	2,43	2,40	2,47	2,61
DÉPENSES HEBDOMADAIRES DÉTAILLÉES				
EN DOLLARS PAR SEMAINES				
TOTAL DES DÉPENSES ALIMENTAIRES HEBDOMADAIRES	113,1	119,8	114,7	112,1
ALIMENTS ACHETÉS AU MAGASIN	82,2	84,5	83,1	81,0
DANS LES ENVIRONS OU LORS DE VOYAGES D'UN JOUR	81,4	83,7	82,4	79,9
VIANDE	17,4	18,8	18,3	17,5
POISSON ET AUTRES PRODUITS MARINS	3,0	3,4	2,9	2,6
PRODUITS LAITIERS ET OEUFS	13,9	13,1	13,4	12,7
PRODUITS DE BOULANGERIE ET AUTRES PRODUITS CÉRÉALIERS	13,2	13,0	13,2	12,5
FRUITS ET NOIX	9,0	9,9	9,2	8,9
LÉGUMES	7,8	8,5	8,2	7,6
CONDIMENTS, ÉPICES ET VINAIGRE	2,3	2,3	2,2	2,2
SUCRE ET PRÉPARATIONS À BASE DE SUCRE	3,1	2,3	2,5	2,5
CAFÉ ET THÉ	1,7	1,4	1,5	1,6
GRAISSES ET HUILES	0,9	1,2	1,1	1,2
AUTRES ALIMENTS ET PRÉPARATIONS ALIMENTAIRES	6,0	6,2	6,3	6,8
BOISSONS NON ALCOOLISÉES	3,1	3,6	3,6	3,7
LORS DE VOYAGES DE PLUS D'UN JOUR	0,9	0,8	0,7	1,1
ALIMENTS ACHETÉS AU RESTAURANT	30,9	35,3	31,6	31,1

Statistique Canada, Dépenses alimentaires des familles au Canada, 1996

Pour le Canada, le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut sont exclus.

2.1.9 Commerce alimentaire¹

La région de Montréal possède proportionnellement moins de détaillants alimentaires par rapport à sa population. Par contre, la proportion de restaurants et bars-salons est nettement plus élevée. On retrouve aussi des proportions particulières pour les données concernant les intermédiaires en alimentation (tableau 17), où le secteur des « poissons et fruits de mer » est bien représenté ainsi que le secteur des « épiceries et autres spécialités ».

La région de Québec est bien pourvue en supermarchés et dépanneurs avec stations-services (tableau 14). Elle a une proportion plus élevée que sa moyenne de population pour l'hébergement et les loisirs (tableau 15), ainsi que pour la restauration sous bannière (tableau 16). Les commerces de fruits et légumes sont également populaires (tableau 17).

Tableau 14 : Pourcentage des établissements sous bannière, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
POPULATION (POUR COMPARAISON)	24,8	8,8	17,9	5,3	100
SUPERMARCHÉS	19,5	10,4	17,8	6,7	100
AUTRES ÉPICERIES	9,7	7,7	9,1	13,7	100
DÉPANNEURS CONVENTIONNELS	22,2	5,7	16,0	7,0	100
DÉPANNEURS AVEC STATIONS-SERVICE	12,6	12,2	14,7	7,5	100

Sources : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002, compilation TACA

Tableau 15 : Nombre d'établissements sous bannière, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
SUPERMARCHÉS	161	86	147	55	825
AUTRES ÉPICERIES	72	57	67	101	739
DÉPANNEURS CONVENTIONNELS	190	49	137	60	855
DÉPANNEURS AVEC STATIONS-SERVICE	127	123	148	76	1010

Sources : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

¹ Aux tableaux et commentaires de cette section, correspondent des annexes détaillées. Par exemple, les services alimentaires sont présentés, non pas en proportion par rapport à la province de Québec, mais simplement en nombre d'établissements.

Tableau 16 : Services alimentaires - pourcentage, décembre 2001

SERVICES ALIMENTAIRES		RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
		%				
RESTAURATION COMMERCIALE	RESTAURANTS SERVICE COMPLET	35,4	8,2	14,2	3,7	100
	RESTAURANTS SERVICE LIMITÉ	24,1	9,9	15,3	5,6	100
	BARS-SALONS/TAVERNES	47,0	8,9	8,3	3,1	100
SERVICES COMMERCIAUX CONNEXES	HÉBERGEMENT	8,4	12,9	10,0	5,5	100
	LOISIRS	18,5	10,7	14,9	7,0	100
RESTAURATION COLLECTIVE	HÔPITAUX/CENTRES D'ACCUEIL/GARDERIES	27,1	11,3	13,3	7,0	100
	ENSEIGNEMENT/LIEU DE TRAVAIL/CENTRE DE DÉTENTION	26,9	8,0	16,6	3,2	100
	ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF ET AUTRES	30,1	6,9	11,0	9,0	100

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002, compilation TACA

Tableau 17 : Pourcentage des établissements de restauration sous bannière, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
	%				
RESTAURANTS AVEC SERVICE COMPLET	30,7	13,9	15,7	2,9	100
RESTAURANTS AVEC SERVICE LIMITÉ	36,0	11,2	14,9	3,2	100
AUTRES	30,9	19,1	7,4	2,9	100

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

Tableau 18 : Pourcentage comparatif des établissements intermédiaires en alimentation, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
VIANDES ET VOLAILLES	6,5	6,5	29,6	8,3	100
POISSONS ET FRUITS DE MER	38,2	2,9	8,8	2,9	100
FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	19,5	12,8	16,7	6,0	100
ÉPICERIES ET AUTRES SPÉCIALITÉS	45,9	8,0	11,6	3,6	100

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

2.1.10 Attractions et divertissements

Les régions métropolitaines offrent une forte variété d'attractions adressées aux touristes, mais aussi aux populations locales. Dans l'agroalimentaire, nous l'avons mentionné, Montréal et Québec constituent une vaste diversité de restaurants, bars et terrasses. Les régions métropolitaines sont aussi des centres d'activités culturelles, particulièrement favorable à la consommation de produits différenciés. Spectacles et fêtes, festivals et événements internationaux s'y déroulent chaque année. Montréal en est l'hôte de plus d'une quarantaine. Les théâtres, cinémas, expositions et boutiques sont autant de divertissements pour satisfaire, dans ces centres urbains, les goûts de tous.

Les points d'attraction majeurs de la région de Montréal sont, selon *The Gazette*¹, La croix du mont Royal, le Stade olympique, la place Ville Marie et ses gyrophares, l'Oratoire Saint-Joseph, la Biosphère d'Environnement Canada, le pont Jacques-Cartier, la tour de l'Université de Montréal. La région de Québec, pour sa part entre autres marquée par ses 400 ans d'histoire, attire plus de 4 millions de visiteurs chaque année. Enfin, notons que l'importante capacité d'hébergement de ces centres favorise la rétention des clientèles.

2.2 Données complémentaires

2.2.1 Données complémentaires sur le profil des populations

2.2.1.1 FAITS SAILLANTS DÉMOGRAPHIQUES DE LA RÉGION DE MONTRÉAL

- En 2001, on retrouve 1 838 474 habitants dans la région de Montréal, soit une hausse de 0,9 % par rapport à 2000.
- La population de la région représente 24,8 % de la population québécoise en 2001. Cette proportion était de 32,5 % en 1971.

¹ Cité dans Le Soleil, 12 juillet 2003, F5, *Montréal vous attend !*

- Cependant, on constate presque un renversement de situation dans le cas de l'âge de la population, puisque le poids des plus jeunes est maintenant légèrement inférieur à celui de la moyenne provinciale alors qu'il était largement en retrait en 1991.
- Le solde migratoire net de la région de Montréal est positif depuis 2 ans. C'est donc 5 443 personnes qui se sont ajoutées à la population montréalaise en 1999-2000. Le solde international de la région, largement positif, compense pour les soldes interprovincial et intraprovincial, tous deux fortement négatifs.
- Selon l'Institut de la statistique du Québec, depuis 1999, la population de la région de Montréal devrait continuer de croître au cours des prochaines années pour passer de 1 824 777 en 2002 à 1 910 889 habitants en 2016.

Source : ministère de l'Industrie et du Commerce

2.2.1.2 FAITS SAILLANTS CONCERNANT LES FAMILLES ET MÉNAGES À

MONTRÉAL

- Les régions de Montréal (23 %) et de la Montérégie (18 %) regroupent 41 % de l'ensemble des familles du Québec.
- Le nombre de mariages a diminué de plus de 50 % au Québec entre 1976 et 1996, alors que la baisse n'a été que de 5 % en Ontario.
- La région de Montréal se distingue par sa forte proportion de familles monoparentales (20 %), mais aussi par sa faible proportion de couples en union libre (16 %).

Source : ministère de la Famille et de l'Enfance

2.2.1.3 ÉVOLUTION DE LA POPULATION

Tableau 19 : Estimation de la population de quelques villes du Québec au 1er juillet des années 1996 à 2002

VILLES DU QUÉBEC	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
LE QUÉBEC	7 274 019	7 302 553	7 323 600	7 349 685	7 377 654	7 410 504	7 444 563
MONTRÉAL	1 808 188	1 805 551	1 803 330	1 811 726	1 822 013	1 838 474	1 852 578
QUÉBEC	511 581	511 791	511 242	511 711	512 170	513 882	515 101
LONGUEUIL	379 242	379 946	381 260	382 831	384 404	386 229	387 848
LAVAL	336 226	339 810	342 877	346 435	350 817	354 773	359 165

GATINEAU	221 637	222 604	223 454	224 108	226 266	229 094	231 710
SAGUENAY	155 157	154 776	154 612	153 848	152 509	151 005	149 668
LÉVIS	120 493	121 405	122 576	123 393	124 468	125 241	126 245
TERREBONNE	76 564	78 697	80 372	81 686	82 751	83 752	85 008
SAINT-JEAN-SUR RICHELIEU	77 926	78 708	79 536	80 079	80 828	81 356	82 061
REPENTIGNY	71 966	72 677	73 430	73 794	74 085	74 153	74 376
SAINT-JÉRÔME	57 644	58 100	58 752	59 393	60 112	60 735	61 315
SAINT-HYACINTHE	51 836	51 565	51 529	51 527	51 587	51 671	51 727

Sources : Institut de la statistique du Québec

Tableau 20 : Évolution de la population par région administrative, superficie et densité, Québec, 1991-2000

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
POPULATION EN 1981	1 815 240	631 360	1 234 435	375 988	7 064 735
POPULATION EN 1996	1 808 188	644 504	1 287 115	386 841	7 274 019
POPULATION EN 2000	1 825 527	646 218	1 317 163	389 578	7 372 448
(%) DE LA POPULATION DU QC	24,8	8,8	17,9	5,3	100,0
SUPERFICIE (KM ²)	499	19 312	11 176	15 136	1 521 620
DENSITÉ (HABITANT PAR KM ²)	3 658	33	118	26	5
VARIATION 1991-2000 (EN MILLIERS)	10 287	14 858	82 728	13 590	307 713
% DE VARIATION 1991-2000	0,6	2,4	6,7	3,6	4,4

Sources : Statistique Canada

2.2.2 Données complémentaires sur les caractéristiques de la population de la région de Montréal

Suit une série de tableaux qui, tous, à petites touches, rendent compte de la mosaïque que nous évoquons dans notre introduction. On y retrouve des informations sur la diversité des langues que l'on y parle, sur la diversité des ethnies représentées et sur la diversité des demandes alimentaires sous-jacentes.

Tableau 21 : Caractéristiques générales de la population de la région de Montréal (RMR)

CARACTÉRISTIQUES	POPULATION
POPULATION EN 2001	3 426 350
POPULATION EN 1996	3 326 447
VARIATION DE LA POPULATION ENTRE 1996 ET	3,0

2001 (%)	
TOTAL DES LOGEMENTS PRIVÉS	1 473 491
DENSITÉ DE LA POPULATION AU KM ²	846,6
SUPERFICIE DES TERRES (EN KM ²)	4 047,35

Sources : Statistique Canada

Tableau 22 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Montréal

CARACTÉRISTIQUES SELON L'ÂGE DE LA POPULATION	COMMUNAUTÉ URBAINE DE MONTRÉAL			PROVINCE DE QUÉBEC		
	TOTAL	HOMMES	FEMMES	TOTAL	HOMMES	FEMMES
TOTAL - TOUTES LES PERSONNES	3 426 350	1 657 630	1 768 720	7 237 480	3 532 845	3 704 635
ÂGÉES DE 0-4 ANS	187 625	95 980	91 645	375 765	192 275	183 490
ÂGÉES DE 5-14 ANS	431 230	219 670	211 565	915 810	466 790	449 020
ÂGÉES DE 15-19 ANS	205 210	104 190	101 015	462 070	235 855	226 215
ÂGÉES DE 20-24 ANS	239 575	118 950	120 625	487 405	246 140	241 265
ÂGÉES DE 25-44 ANS	1 076 780	534 430	542 355	2 165 760	1 077 480	1 088 280
ÂGÉES DE 45-54 ANS	502 215	243 400	258 815	1 109 945	548 085	561 865
ÂGÉES DE 55-64 ANS	340 990	162 705	178 285	760 905	370 960	389 945
ÂGÉES DE 65-74 ANS	251 475	112 445	139 035	547 185	248 740	298 445
ÂGÉES DE 75-84 ANS	146 665	54 150	92 515	318 180	120 940	197 240
ÂGÉES DE 85 ANS ET PLUS	44 580	11 710	32 870	94 450	25 580	68 870
ÂGE MÉDIAN DE LA POPULATION	37,9	36,8	39,0	38,8	37,8	39,8
% DE LA POPULATION ÂGÉE DE 15 ANS ET PLUS	81,9	81,0	82,9	82,2	81,3	82,9
UNION LIBRE						
TOTAL - POPULATION DE 15 ANS ET PLUS	2 807 495	1 341 980	1 465 510	5 945 900	2 873 770	3 072 130
NE VIVANT PAS EN UNION LIBRE	2 378 900	1 126 020	1 252 880	4 933 975	2 365 765	2 568 205
VIVANT EN UNION LIBRE	428 590	215 960	212 630	1 011 925	508 005	503 920
ÉTAT MATRIMONIAL LÉGAL						
TOTAL - POPULATION DE 15 ANS ET PLUS	2 807 490	1 341 980	1 465 515	5 945 900	2 873 775	3 072 130
CÉLIBATAIRE	1 148 555	596 185	552 375	2 421 290	1 270 285	1 151 005
MARIÉ(E)	1 124 155	562 560	561 595	2 393 630	1 197 155	1 196 475
SÉPARÉ(E)	73 435	31 870	41 570	139 195	63 545	75 645
DIVORCÉ(E)	280 695	118 960	161 730	595 170	268 670	326 500
VEUF(VE)	180 650	32 405	148 245	396 625	74 120	322 510

Sources : Statistique Canada, Statistiques sur la population, Faits saillants de la communauté urbaine de Montréal

On retrouve ici la part prépondérante des consommateurs de la région de la métropole. Toute démarche de développement d'entreprise doit prendre en compte ce fait : le consommateur québécois est d'abord à Montréal. En revanche, outre l'origine ethnique, le consommateur ne se distingue pas tellement des autres consommateurs québécois. La population y est un peu plus jeune que la moyenne provinciale.

Tableau 23 : Population selon la langue maternelle, régions métropolitaines de recensement de Montréal en 2001

CARACTÉRISTIQUES LINGUISTIQUES	POPULATION
POPULATION TOTALE	3 380 645
RÉPONSES UNIQUES ¹	3 308 330
ANGLAIS	408 185
FRANÇAIS	2 275 035
LANGUES NON OFFICIELLES	625 110
ITALIEN	121 370
ALLEMAND	12 315
POLONAIS	15 310
ESPAGNOL	63 305
PORTUGUAIS	29 045
PENDJABI	9 740
UKRAINIEN	4 685
ARABE	70 230
NÉERLANDAIS	2 175
TAGALOG (PILIPINO)	9 385
GREC	41 040
VIETNAMIEN	20 125
CRI	65
INUKTITUT (ESQUIMAU)	145
AUTRES LANGUES NON OFFICIELLES	184 355
RÉPONSES MULTIPLES ²	72 315
FRANÇAIS ET ANGLAIS	29 935
ANGLAIS ET LANGUE NON OFFICIELLE	14 075
FRANÇAIS ET LANGUE NON OFFICIELLE	23 400
FRANÇAIS, ANGLAIS ET LANGUE NON OFFICIELLE	4 910

Source : Statistique Canada

1. Réponse unique : lorsque le répondant déclare une seule langue comme langue maternelle.

2. Réponse multiple : lorsque le répondant déclare plus d'une langue comme langue maternelle.

2.2.3 Données complémentaires sur les caractéristiques de la population de la région de Québec

Tableau 24 : Caractéristiques générales de la population de la région de Québec

CARACTÉRISTIQUES	VILLE DE QUÉBEC	PROVINCE DE QUÉBEC
POPULATION EN 2001	682 757	7 237 479
POPULATION EN 1996	671 889	7 138 795
VARIATION DE LA POPULATION ENTRE 1996 ET 2001 (%)	1,6	1,4
TOTAL DES LOGEMENTS PRIVÉS	310 826	3 230 196
DENSITÉ DE LA POPULATION AU KILOMÈTRE CARRÉ	216,4	5,3
SUPERFICIE DES TERRES (EN KILOMÈTRES CARRÉS)	3 154,35	1 357 743,08

Sources : Statistique Canada

Ce tableau montre une différence importante entre la région de Québec et celle de Montréal. La diversité de la population et le cadre de vie y sont nettement différents. La population est différente, tant dans son origine que dans son âge où elle est un peu plus vieille que la moyenne provinciale. Elle présente donc une proportion de baby boomers plus importante, une classe de population « acheteuse » de produits différenciés.

Tableau 25 : Distribution de la population selon les tranches d'âge et le sexe pour la région de Québec

CARACTÉRISTIQUES SELON L'ÂGE DE LA POPULATION	VILLE DE QUÉBEC			PROVINCE DE QUÉBEC		
	TOTAL	HOMMES	FEMMES	TOTAL	HOMMES	FEMMES
TOTAL - TOUTES LES PERSONNES	682 755	328 585	354 175	7 237 480	3 532 845	3 704 635
ÂGÉES DE 0-4 ANS	32 280	16 490	15 785	375 765	192 275	183 490
ÂGÉES DE 5-14 ANS	77 890	39 415	38 475	915 810	466 790	449 020
ÂGÉES DE 15-19 ANS	41 490	21 045	20 445	462 070	235 855	226 215
ÂGÉES DE 20-24 ANS	51 275	25 535	25 735	487 405	246 140	241 265
ÂGÉES DE 25-44 ANS	204 065	101 875	102 190	2 165 760	1 077 480	1 088 280
ÂGÉES DE 45-54 ANS	111 890	54 005	57 885	1 109 945	548 085	561 865
ÂGÉES DE 55-64 ANS	74 575	35 700	38 880	760 905	370 960	389 945
ÂGÉES DE 65-74 ANS	50 005	21 765	28 235	547 185	248 740	298 445
ÂGÉES DE 75-84 ANS	30 150	10 695	19 455	318 180	120 940	197 240
ÂGÉES DE 85 ANS ET PLUS	9 140	2 055	7 085	94 450	25 580	68 870
ÂGE MÉDIAN DE LA POPULATION	39,5	38,2	40,9	38,8	37,8	39,8
% DE LA POPULATION >15 ANS	83,9	83,0	84,7	82,2	81,3	82,9
UNION LIBRE						
TOTAL - POPULATION > 15 ANS	572 590	272 675	299 910	5 945 900	2 873 770	3 072 130
NE VIVANT PAS EN UNION LIBRE	464 620	218 475	246 150	4 933 975	2 365 765	2 568 205
VIVANT EN UNION LIBRE	107 965	54 200	53 765	1 011 925	508 005	503 920
ÉTAT MATRIMONIAL LÉGAL						
TOTAL - POPULATION > 15 ANS	572 590	272 675	299 915	5 945 900	2 873 775	3 072 130
CÉLIBATAIRE	253 530	128 635	124 895	2 421 290	1 270 285	1 151 005
MARIÉ(E)	211 425	105 630	105 800	2 393 630	1 197 155	1 196 475
SÉPARÉ(E)	12 835	5 870	6 965	139 195	63 545	75 645
DIVORCÉ(E)	58 515	26 220	32 295	595 170	268 670	326 500
VEUF (VE)	36 280	6 315	29 960	396 625	74 120	322 510

Sources : Statistique Canada, Statistiques sur la population, Faits saillants de la communauté urbaine de Québec

2.2.4 Données sur le profil ethnique de Montréal

Le dernier recensement a dénombré :

- 139 300 Noirs à Montréal, ce qui représente 4,1 % de sa population. Cette proportion est en hausse par rapport à environ 3,7 % en 1996 et à 3,2 % en 1991 ;

- 79 400 Arabes / Asiatiques occidentaux, le deuxième groupe minoritaire visible en importance, formaient 2,3 % de la population totale. Il s'agit pratiquement de la même proportion qu'en 1996 (2,2 %), mais en légère baisse par rapport à 1991 (3,1 %) ;
- 57 900 Sud-Asiatiques constituaient le troisième groupe minoritaire visible en importance avec 1,7 % de la population de Montréal. Il s'agit d'une faible hausse par rapport à 1,4 % en 1996 et à 1,0 % en 1991 ;
- Les Latino-Américains, le quatrième groupe, représentaient 1,6 % de la population ;
- Les Chinois, le cinquième, 1,5 % ;
- Dans l'ensemble, le recensement a dénombré 621 900 personnes nées à l'étranger à Montréal, représentant 18 % de la population, une proportion inchangée depuis 1996, mais en hausse par rapport à 1991 (16 %) ;
- Comme plusieurs endroits au Canada, la proportion d'immigrants d'Europe qui s'établissent à Montréal a diminué, alors que la part venant de l'Asie (y compris du Moyen-Orient) a augmenté ;
- Les immigrants d'Asie vivant à Montréal qui sont arrivés au Canada dans les années 1990 étaient plus susceptibles de venir du Moyen-Orient et de l'Asie occidentale, alors que ceux habitant à Toronto et à Vancouver venaient plus souvent de l'Asie de l'Est et de l'Asie du Sud ;
- Près d'un cinquième (18 %) des immigrants des années 1990 de Montréal venaient d'Afrique, comparativement à 6 % à Toronto et à 3 % à Vancouver ;
- Au total, 215 100 nouveaux venus qui sont arrivés entre 1991 et 2001 habitaient à Montréal en 2001. De ces personnes, presque sept sur dix étaient des minorités visibles et quatre des cinq principales sources étaient des pays francophones ; 7 % venaient d'Haïti ; 6 % chacun, de la République populaire de Chine, de l'Algérie et de la France ; 5 %, du Liban ;
- Les origines ethniques les plus communes déclarées lors du Recensement de 2001 étaient : Canadien, Français, Italien, Irlandais, Anglais, Écossais, Juif, Haïtien, Chinois et Grec ;
- Les Noirs forment la proportion la plus importante de la population à Montréal-Nord (15 %), à LaSalle (9 %) et à Pierrefonds (9 %) ;
- Les membres des communautés arabes et asiatiques occidentales représentaient plus de 11 % de la population de Saint-Laurent. Les Sud-Asiatiques sont concentrés à Dollard-des-Ormeaux, où ils constituent 7 % de la population, et à Saint-Laurent, 6 %.

Source : Statistique Canada

Tableau 26 : Les 10 origines ethniques en tête de liste à Montréal, 2001

	TOTAL - RÉPONSES UNIQUES ET MULTIPLES ¹	RÉPONSES UNIQUES	RÉPONSES MULTIPLES ¹
POPULATION TOTALE	3 380 645	2 473 365	907 275
CANADIEN	1 885 085	1 244 580	640 505
FRANÇAIS	900 490	293 190	607 300
ITALIEN	224 460	154 055	70 405
IRLANDAIS	161 235	27 290	133 940
ANGLAIS	134 115	29 195	104 920
ÉCOSSAIS	94 710	14 415	80 290
JUIF	80 390	52 090	28 300
HAÏTIEN	69 940	61 930	8 005
CHINOIS	57 655	47 510	10 145
GREC	55 865	44 620	11 250

1. Les répondants ayant déclaré des origines ethniques multiples sont comptés plus d'une fois étant donné qu'ils sont inclus dans les réponses multiples pour chacune des origines déclarées. Par exemple, un répondant ayant déclaré "Anglais et Écossais" serait inclus dans les réponses multiples pour « Anglais » et « Écossais ».

2.2.4 Coût de la vie à Montréal

Les tableaux ci-dessous donnent une idée du coût de la vie à Montréal par rapport à d'autres métropoles du monde.

Tableau 27 : Prix des denrées alimentaires par personne dans certaines grandes villes du monde

VILLE	PRIX EN \$ CAN	RANG INTERNATIONAL SUR 58 VILLES
TOKYO	1170	1
NEW-YORK	675	5
LOS ANGELES	671	6
PARIS	520	19
LONDRES	444	28
MONTRÉAL	433	31
MOSCOU	258	54

Source : Ville de Montréal

Tableau 28 : Prix d'un dîner au restaurant dans certaines grandes villes du monde

VILLE	PRIX EN \$ CAN	RANG INTERNATIONAL SUR 58 VILLES
TOKYO	96	1
MOSCOU	76	2
NEW-YORK	72	3
TORONTO	43	23
MONTRÉAL	38	33
PARIS	37	36
MADRID	30	48

Source : Ville de Montréal

Tableau 29 : Temps de travail nécessaire à l'achat d'un kilogramme de pain

VILLE	MINUTES	RANG INTERNATIONAL SUR 58 VILLES
MEXICO	49	7
MOSCOU	25	16
PARIS	17	27
NEW-YORK	15	33
MONTRÉAL	12	41
CHICAGO	9	52
LONDRES	6	57

Source : Ville de Montréal

Tableau 30 : Coût de la vie de certaines grandes villes du monde

Ville	Indice du prix des loyers (Zurich=100)	Rang international sur 58 villes
Tokyo	150.6	1
New-York	118.6	3
Londres	110.2	10
Paris	85.4	19
Montréal	71.4	25
Mexico	62.8	40

Source : Ville de Montréal

Tableau 31 : Pouvoir d'achat net dans certaines grandes villes du monde

VILLE	INDICE DU PRIX DES LOYERS (ZURICH=100)	RANG INTERNATIONAL SUR 58 VILLES
LOS ANGELES	98.3	4
NEW YORK	93.6	6
MONTRÉAL	88.6	8
TORONTO	81.5	12
PARIS	70.9	22
MEXICO	20.8	48

Source : Ville de Montréal

3. Impacts des communautés ethniques sur la consommation alimentaire et les produits différenciés

3.1 Diversification de la population canadienne

La population du Canada devient plus hétérogène. Une forte proportion de la population canadienne est née à l'étranger. C'est la plus élevée depuis 70 ans selon les données du Recensement de 2001. Le Canada est le deuxième pays après l'Australie ayant la plus forte proportion de personnes nées à l'étranger.

3.1.1 Les centres urbains se diversifient davantage

Les grands centres urbains (Toronto, Montréal et Vancouver) sont les lieux principaux d'établissement des immigrants. Ce flux migratoire a une incidence sur la demande alimentaire des centres urbains et au-delà. Les groupes ethniques présentent un profil démographique qui se distingue à plusieurs égards de celui de l'ensemble de la population (Statistique Canada).

3.1.2 La part du Québec du flot migratoire

Le Canada accueille environ 200 000 nouveaux immigrants chaque année dont 40 000 viennent au Québec. Les immigrants d'origine asiatique dominent en nombre mais pour le Québec, l'origine est plus diversifiée, du moins pour les ressortissants francophones.

L'Ontario attire plus de 53 % des immigrants, la Colombie-Britannique, 23 %, le Québec, 13 % et l'Alberta, 6 %. Le quart de la population ontarienne est immigrante. Au Québec, les immigrants représentaient 9,4 % en 1996. La population immigrante de Montréal était de 18 % en 1996, en croissance de 13 % par rapport à 1991. Les principales sources d'immigration entre 1991 et 1996 étaient Haïti, le Liban et la France, suivi par la Chine et le Sri Lanka. Les immigrants d'origine européenne comptaient pour 19 %.

3.1.3 Taille des ménages des populations migrantes

La taille des ménages est plus élevée chez les immigrants et elle a continué d'augmenter pour les ressortissants asiatiques.

Tableau 32 : Taille des ménages selon quatre origines

	Canada	Asie	Europe	Amérique du sud	Moyen-Orient
1986	2,62	3,30	2,69	3,07	3,23
1992	2,58	3,46	2,61	2,86	2,74
1996	2,54	3,52	2,50	3,18	3,05

Source : Bureau des aliments

3.1.4 Bref profil de consommation alimentaire des communautés ethniques

En 1996, Statistique Canada évaluait les dépenses alimentaires de la population ethnique à plus de six milliards de dollars par année dont 400 millions de dollars dépensés dans les magasins spécialisés. Ce groupe qui comptait alors près de trois millions de personnes, ce qui représente une forte demande d'aliments et de produits alimentaires ethniques. Et le reste de la population s'intéresse davantage aux aliments ethniques.

Tableau 33 : Dépenses alimentaires hebdomadaires moyennes par habitant (en dollars)

	Canada	Asie	Europe	Amérique du sud	Moyen-Orient
1986	33,8	36,0	35,8	30,3	33,6
1992	42,1	39,5	45,6	36,1	38,6
1996	43,4	39,0	44,7	34,3	40,9

Source : Bureau des aliments

Par rapport à la population en général :

- Les Sud-Américains mangent davantage de viandes et de poissons ;
- Les immigrants européens consomment davantage de produits laitiers et d'œufs ;
- Les produits de boulangerie sont plus consommés par les Européens et les Sud-Américains ;
- Les groupes du Moyen-Orient et de l'Afrique sont de plus grands consommateurs de fruits et légumes, tant frais que transformés ;

- Les Asiatiques consomment davantage de poissons ;
- Les populations immigrantes consomment moins de produits sucrés ;
- Les Sud-Américains consomment peu au restaurant et plus à la maison ;
- Les familles d'origine asiatique dépensent en moyenne 50 % plus dans les restaurants que les populations d'origine européenne ;
- Les immigrants consomment davantage de produits laitiers au Québec que dans leurs pays d'origine ;
- L'agneau et le porc sont deux viandes davantage consommées par les populations ethniques.

Source : Bureau des aliments

3.1.5 Impacts de la population ethnique sur la demande alimentaire et les produits différenciés

3.1.5.1 APPORT DE NOUVELLES TRADITIONS CULINAIRES

Les immigrants apportent avec eux des traditions culinaires différentes qu'ils sont en mesure de satisfaire assez facilement dans les grands centres urbains. La demande est suffisamment forte pour que des commerçants tentent de répondre à la demande par l'importation de denrées alimentaires ou l'approvisionnement sur le marché national. Cette situation stimule la production agricole de produits ethniques ainsi que la transformation agroalimentaire.

3.1.5.2 COURBE D'ÉVOLUTION DES ALIMENTS ETHNIQUES

Le terme « aliment ethnique » réfère à des produits associées à des groupes dont l'arrivée au Canada est relativement récente. L'expression est dynamique et évolue. L'aliment ethnique peut aussi évoluer pour devenir de consommation courante.

Au départ, le marché est restreint et n'est offert que dans des commerces ethniques ou spécialisés. À ce stade, l'aliment a une forte expression exotique pour la majorité des gens. L'intérêt grandissant, la consommation de l'aliment ethnique prend de l'expansion jusqu'à atteindre le

grand public. On le retrouve alors dans les supermarchés sous différentes formes. Un bon exemple récent d'un aliment exotique qui arrive maintenant au stade grand public est le *sushi*. On le retrouve associé à la restauration ethnique, mais maintenant offert en dehors de ce réseau traditionnel, son marché s'élargit à toute la population.

3.1.5.3 INTÉRÊT POUR L'EXOTISME ET LA NOUVEAUTÉ

Les consommateurs apprécient de plus en plus ces produits qui les feront « voyager dans leur assiette ». Dans les tendances actuelles, le marché des aliments ethniques offre des opportunités grandissantes. Que ce soit pour des aliments de « type asiatique, libanais, indien, tex-mex ou encore méditerranéen, ces saveurs venues d'ailleurs sont la nouvelle carte à jouer dans le vaste univers des plats cuisinés frais ou surgelés » (MAPAQ).

3.1.5.4 IMPORTANCE DES ALIMENTS D'ORIGINE ETHNIQUE SUR LES MARCHÉS

Dans un sens large, les aliments ethniques représentent aujourd'hui un large segment de la consommation. Aux États-Unis, c'est un marché de « plus de 700 milliards \$ US ». Au Canada, 85 % des mets surgelés sont « ethniques ». Cette donnée regroupe des aliments comme les pizzas congelées, un mets pour le moins commun aujourd'hui, mais d'origine ethnique.

La restauration est un domaine privilégié pour l'offre d'aliments ethniques. Plusieurs commerces de restauration rapide sont ethniques et apportent, dans le cas de certains mets, une perception plus saine que le « fast-food » du type nord-américain.

3.2 Perspectives de marché des aliments ethniques

Les perspectives pour les aliments ethniques sont bonnes. Cependant, les opportunités pour un aliment en particulier évoluent selon que l'aliment est très nouveau sur le marché ou commence à être relativement connu. Selon plusieurs indicateurs, les aliments ethniques devraient continuer à offrir de bonnes opportunités de développement de produits pour les prochaines années. En voici quelques uns :

- Le flux de l'immigration continuera vraisemblablement au même rythme au cours des prochaines années ;
- Les sources d'immigration au Canada ont changé énormément au cours des dernières années ; cela a entre autres eu pour effet de modifier profondément la composition ethnique de notre pays ;
- Pour le Canada en général, l'immigration d'origine asiatique continuera d'être dominante en terme de nombre ;
- Le taux de natalité, plus élevé chez les populations ethniques, viendra renforcer la croissance des populations ethniques ;
- Les gens voyagent davantage et sont plus exposés à des cultures culinaires différentes. Ceci influence leur goût. Ils sont davantage intéressés par les aliments ethniques ;
- Les habitudes alimentaires des gens ont aussi changé et les aliments ethniques sont devenus populaires. Il ne faut pas considérer ce phénomène comme une passade, mais plutôt comme l'évolution normale de la mondialisation de l'industrie alimentaire. La demande d'aliments ethniques est amorcée et s'accroît ;
- Les goûts changent à l'échelle nationale en raison de la diversité démographique et de l'élargissement des connaissances que les gens possèdent quant aux produits et aux saveurs ethniques ;
- La nourriture n'est plus uniquement considérée comme une chose que l'on consomme pour survivre ; on l'apprécie désormais pour sa nouveauté et sa nature invitante, et les gens sont prêts à payer le prix qui accompagne ces caractéristiques ;
- La cuisine fusion est déjà un phénomène répandu que l'on retrouve chez tous les groupes ethniques ;
- Nous vivons dans un monde en pleine mutation. Tout bouge et évolue à une vitesse sans précédent.

Le marché des aliments ethniques devrait continuer à offrir aux entreprises capables de répondre à cette demande des ouvertures intéressantes. Voici quelques opportunités sur lesquelles Agriculture et Agroalimentaire Canada attire notre attention :

-
- Le marché des aliments ethniques est en croissance, d'où la nécessité pour les producteurs, les transformateurs et les distributeurs canadiens de bien se positionner dans l'exploitation de ce créneau. Le fait de le négliger avantagerait les concurrents étrangers, qui pourraient alors conquérir ce marché. En accordant une attention accrue à ce marché, les Canadiens pourront trouver des débouchés non seulement au Canada et aux États-Unis, mais aussi outre-mer ;
 - Le marché des aliments ethniques devrait croître de 50 % entre 1996 et 2006, aux États-Unis. L'offre états-unienne franchira vraisemblablement de plus en plus la frontière. En 1997, le marché des aliments ethniques représentait 7 % de l'offre, pour une valeur de 47 milliards de dollars ;
 - On a relevé une nouvelle tendance dans le secteur des aliments prêts à servir. Certains fabricants des États-Unis commencent à mélanger les saveurs de différents types de cuisine, afin de créer de nouveaux produits, d'où le terme « mets fusion ». Cette cuisine *fusion* puise abondamment dans les traditions culinaires ethniques.

4 Profil de la population de la Chaudière-Appalaches

4.1 Faits saillants et analyse

La région de la Chaudière-Appalaches se caractérise par des zones d'occupation du territoire à différents niveaux. D'abord, la zone de la Ville de Lévis qui fait partie de la région métropolitaine de Québec. C'est une zone qui connaît une croissance de population marquée. Ensuite, autour de Lévis, se dessine une zone assez dense en population et en activité économique. Cette zone passe par les MRC de Lotbinière, Nouvelle-Beauce et Bellechasse. C'est aussi la zone agricole la plus intense de la région. Ces deux premières zones comptent 56 % de la population régionale. Puis, on note les zones urbaines régionales regroupées autour de St-Georges-de-Beauce, Thetford-Mines et Montmagny. Enfin, les autres zones, plutôt rurales, connaissent des baisses de population.

Du point de vue ethnique, la région de la Chaudière-Appalaches est très francophone. L'impact de l'immigration est faible et la langue parlée est essentiellement le français.

Concernant les revenus de cette population, la région présente une proportion plus élevée de revenus moyens, comparativement au reste du Québec. Le chômage est plus faible et les ménages ont plus facilement deux revenus. La population de la zone de Lévis a un profil qui se rapproche de celle de Québec où les écarts de revenus s'accroissent un peu plus.

À propos de la scolarité de sa population, Chaudière-Appalaches abrite plus de diplômés du collégial qu'ailleurs au Québec.

Du point de vue économique, la région compte un grand nombre de PME ainsi qu'un secteur agroalimentaire bien développé.

Tableau 34 : Caractéristiques territoriales des MRC de la Chaudière-Appalaches

MRC	NOMBRE DE MUNICIPALITÉS		POPULATION	SUPERFICIE	DENSITÉ
	1986	1996	1996	km ²	habitants / km ²
BEAUCE-SARTIGAN	24	21	43 318	2 013,7	23,0
BELLECHASSE	24	19	29 674	1 637,1	18,1
DESJARDINS	5	4	51 222	255,0	200,9
L'AMIANTE	28	26	45 020	1 905,7	23,6
L'ISLET	16	16	19 823	2 091,9	9,5
LA NOUVELLE-BEAUCE	13	10	25 058	792,8	31,6
LES CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	9	8	75 598	417,8	181,0
LES ETCEMINS	15	14	18 356	1 810,8	10,1
LOTBINIÈRE	23	22	26 921	1 651,5	16,3
MONTMAGNY	14	14	23 794	1 713,2	13,9
ROBERT-CLICHE	14	10	18 712	829,0	22,6
CHAUDIÈRE-APPALACHES	185	164	380 496	15 118,4	25,2
LE QUÉBEC	-	1 395	7 138 795	1 523 222,2	4,7

Source : ministère des Affaires Municipales, compilation CRCD Chaudière-Appalaches, 1999

Tableau 35 : Indice de défavorisation des MRC de la Chaudière-Appalaches (1996)

MRC	LA PLUS GRANDE PART DE MÉNAGES À FAIBLE REVENU	LE REVENU D'EMPLOI LE PLUS BAS CHEZ		LE TAUX D'ACTIVITÉ LE PLUS BAS	LE TAUX D'EMPLOI LE PLUS BAS	LE TAUX DE CHÔMAGE LE PLUS ÉLEVÉ	LE TAUX DE DIPLOMATION LE PLUS FAIBLE	SCORE GLOBAL DE LA MRC
		FEMMES	HOMMES					
ZONE INTERMÉDIAIRE								
LES CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	8	11	11	11	11	10	11	10,43
LA NOUVELLE-BEAUCE	11	6	9	10	10	11	9	9,42
BEAUCE-SARTIGAN	5	7	8	9	9	9	5	7,43
DESJARDINS	1	10	10	8	8	4	10	7,28
ZONE PEU FAVORISÉE								
BELLECHASSE	9	8	7	5	5	7	7	6,86
LOTBINIÈRE	10	3	3	7	7	5	6	5,86
ROBERT-CLICHE	7	4	1	6	6	8	4	5,14
ZONE DÉFAVORISÉE								
L'AMIANTE	2	5	6	3	4	6	8	4,85
MONTMAGNY	4	9	5	4	3	2	3	4,29
L'ISLET	6	2	4	2	1	1	2	2,57
LES ETCEMINS	3	1	2	1	2	3	1	1,86

(Plus le score est élevé, moins la MRC est défavorisée sur la base des indicateurs)

Source : données du recensement de 1996, citées par le CRCD Chaudière-Appalaches

4.1.1 Profil de la population et produits différenciés

Selon le profil de la population, la zone de Lévis présente un profil plus favorable pour la commercialisation des produits différenciés et l'établissement de commerces spécialisés. Cependant la richesse du territoire et ses atouts, s'ils sont mis en valeur, peuvent faire en sorte d'attirer les visiteurs des populations urbaines et de favoriser l'établissement de commerces alimentaires de spécialités dans la plupart des zones de la région.

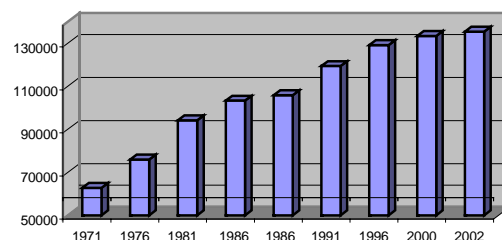
Du point de vue de la production, la région possède un grand potentiel de développement pour la production et la transformation des produits différenciés. Ce potentiel peut se développer à partir de la diversité de son territoire et sur le savoir-faire de ses artisans et producteurs tout en tirant profit de la proximité de la région métropolitaine de Québec.

4.2 Profil démographique

4.2.1 Évolution de la population

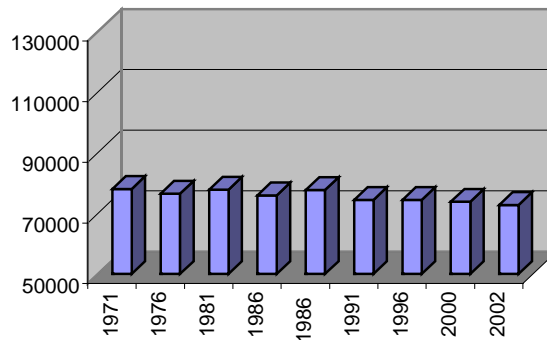
Prise de manière globale, la population en Chaudière-Appalaches est assez stable depuis plusieurs années. Selon l'Institut de la Statistique du Québec, en 2001, la région comptait 390 458 habitants. Elle a connu une faible diminution de 0,1 % par rapport à 2000. Elle est aussi assez stable par rapport à la proportion qu'elle occupe dans l'ensemble québécois avec une valeur de 5,3 % de la population totale.

Graphique 3 : Évolution de la population de la zone urbaine de Lévis



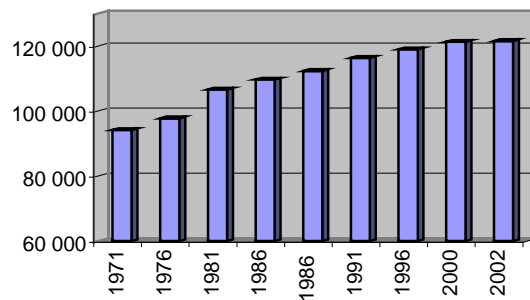
Source : Institut de la Statistique du Québec

Graphique 4 : Évolution de la population pour la Côte-du-sud



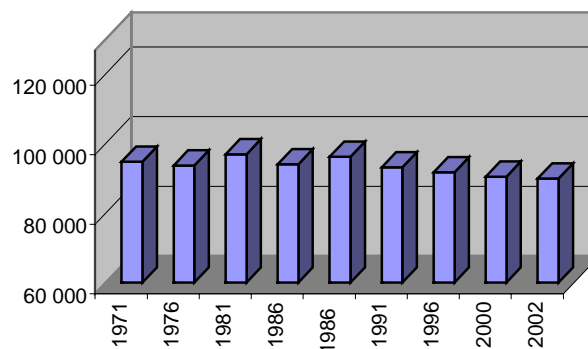
Source : Institut de la Statistique du Québec

Graphique 5 Évolution de la population pour la Nouvelle-Bauce, Beauce-Sartigan et Lotbinière



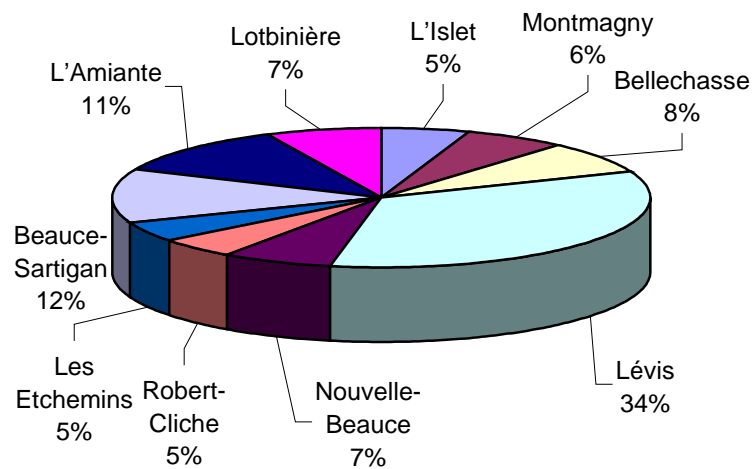
Source : Institut de la Statistique du Québec

Graphique 6 : Évolution de la population pour Les Etchemin, L'Amiante et Robert-Cliche



Source : Institut de la Statistique du Québec

Graphique 7 : Répartition de la population



Source : Institut de la Statistique du Québec

Tableau 36 : Répartition de la population dans la région

MRC	POPULATION	% DE LA RÉGION
L'ISLET	20 180	5,17 %
MONTMAGNY	23 865	6,12 %
BELLECHASSE	29 991	7,69 %
CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRES/DESJARDINS	132 619	34,01 %
NOUVELLE-BEAUCE	25 962	6,66 %
ROBERT-CLICHE	19 014	4,88 %
LES ETCHEMINS	18 202	4,67 %
BEAUCE-SARTIGAN	48 366	12,40 %
L'AMIANTE	44 243	11,35 %
LOTBINIÈRE	27 511	7,05 %
TOTALE DE LA RÉGION	389 953	100,00 %

Source : Direction de l'analyse économique, ministère de l'Industrie et du Commerce, 2001

Par contre, à l'intérieur de la région, des mouvements plus importants de population se produisent. Étant à proximité de la ville de Québec, la ville de Lévis fait partie de la région métropolitaine de recensement de Québec. Cette zone urbanisée connaît une croissance plus dynamique, spécialement dans sa section à proximité des ponts. Depuis 1971, les MRC de Desjardins, Chutes-de-la-Chaudière (maintenant intégrée dans la grande ville de Lévis), Beauce-Sartigan et Nouvelle-Beauce ont connu une augmentation significative de leur population. Les

MRC de L'Islet, Montmagny, L'Amiante et Les Etchemins ont connu une diminution. Les autres MRC ont enregistré une variation à la hausse plutôt faible.

4.2.2 Perspectives de croissance de la population

Selon les plus récentes perspectives démographiques de l'Institut de la statistique du Québec, la population de la région devrait continuer à augmenter au cours des prochaines années. La population devrait atteindre 401 896 en 2016, une hausse de 2,3 %. La population du Québec, au cours de la même période, devrait croître de 4,0 %.

4.2.3 Une population plus jeune

La population régionale est légèrement plus jeune que celle du Québec. Le poids des moins de 30 ans est un peu au-dessus de la moyenne provinciale : 38,4 % pour Chaudière-Appalaches et 37,4 % pour le Québec. Par contre, le vieillissement de la population s'accélère plus rapidement dans la région que dans l'ensemble du Québec au cours de la période 1986 à 1996. Le solde migratoire net est peu élevé. De 1999 à 2000, seulement 90 personnes ont quitté la région.

4.2.4 Scolarité

En 2001, 30,8 % de la population de 15 ans et plus détiennent, comme plus haut niveau d'études atteint, un certificat ou un diplôme d'études postsecondaires. Cette proportion est légèrement plus élevée qu'au Québec (29,8 %). En 1990, cette part s'établissait à 23,3 % dans la région. La région est toutefois sous la moyenne québécoise quant à la proportion de personnes détenant un grade universitaire, avec 10,7 % de sa population de 15 ans et plus contre 14,8 % au Québec.

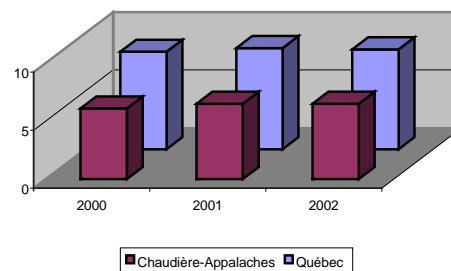
4.2.5 Mariage et langue

La région a une proportion élevée de couples mariés avec 68 % d'unions. Le français est la langue parlée par 99,1 % des gens alors que cette proportion est de 81,9 % pour la province.

4.2.6 Emploi

De façon générale, la région présente une situation plus favorable que celle de l'ensemble du Québec en ce qui concerne les principaux indicateurs du marché du travail avec un taux de chômage inférieur (le plus bas du Québec) et un taux d'emploi supérieur.

Graphique 8 :Évolution du taux de chômage



4.2.7 Revenu

Le revenu moyen des ménages de la région ainsi que les revenus d'emploi des hommes et des femmes sont inférieurs à ceux du Québec. Cependant, les pourcentages de ménages à faible revenu et de prestataires de la sécurité du revenu sont moins élevés que dans la province. Depuis 1991, le taux de chômage de la région de la Chaudière-Appalaches est inférieur à celui de l'ensemble du Québec (ministère de l'Industrie et du Commerce).

Tableau 37 : Évolution du taux de chômage (%) dans les différentes régions du Québec

	2000	2001	2002
Le Québec	8,4	8,7	8,6
Bas-Saint-Laurent	10,3	11,0	10,7
Saguenay-Lac-Saint-Jean	10,4	11,4	12,0
Capitale-Nationale	8,7	8,3	6,5
Mauricie	11,0	11,7	11,1
Estrie	7,8	7,3	7,8
Montréal	9,5	10,0	9,7
Outaouais	7,1	8,0	7,9
Abitibi-Témiscamingue	11,7	12,2	10,8
Côte-Nord et Nord-du-Québec	12,6	13,1	10,8
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	20,0	20,1	21,1

Chaudière-Appalaches	6,1	6,5	6,5
Laval	6,4	7,2	8,5
Lanaudière	7,2	7,2	7,6
Laurentides	7,3	7,6	8,1
Montérégie	6,6	6,7	7,1
Centre-du-Québec	8,8	9,7	7,9

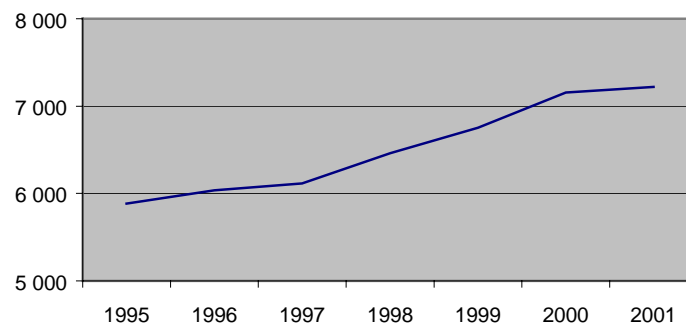
Sources : Institut de la statistique du Québec

Tableau 38 : Indicateurs du marché du travail dans la Chaudière-Appalaches

MRC	Taux d'activité	Taux d'emploi	Taux de chômage
L'ISLET	57,2	49,2	13,9
MONTMAGNY	58,2	51,0	12,2
LES ETCHEMINS	55,9	49,2	12,0
DESJARDINS	63,4	56,4	11,1
LOTBINIÈRE	61,9	55,9	9,6
L'AMIANTE	57,6	52,1	9,5
BELLECHASSE	58,4	53,4	8,8
ROBERT-CLICHE	59,9	54,6	8,8
BEAUCE-SARTIGAN	65,0	59,3	8,7
LES CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	71,7	66,1	7,8
LA NOUVELLE-BEAUCE	65,8	60,7	7,7
RÉGION DE LA CHAUDIÈRE-APP.	62,9	56,9	9,5
ENSEMBLE DU QUÉBEC	62,3	55,0	11,8

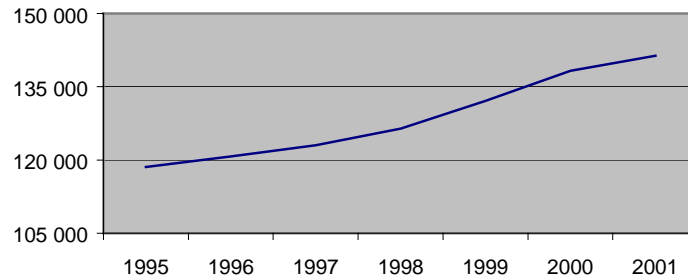
Source : Statistique Canada

Graphique 9 : Évolution du revenu personnel disponible en millions de dollars dans la région de la Chaudière-Appalaches



Source : Institut de la statistique du Québec, Direction des comptes et des études économiques, compilation TACA

Graphique 10 : Évolution du revenu personnel disponible en millions de dollars, au Québec



Source : Institut de la statistique du Québec, Direction des comptes et des études économiques, compilation TACA

Tableau 39 : Revenu moyen des ménages en 1986, 1991 et 1996 dans la Chaudière-Appalaches

MRC	REVENU MOYEN DES MÉNAGES		
	1986 (\$)	1992 (\$)	1996 (\$)
BEAUCE-SARTIGAN	26 248	35 477	38 048
BELLECHASSE	27 316	37 135	38 197
DESJARDINS	30 954	40 740	41 906
L'AMIANTE	26 962	34 759	36 234
LA NOUVELLE-BEAUCE	29 457	37 739	40 348
LES CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	35 885	47 448	49 499
LES ÉTCHÉMINS	23 780	31 189	33 868
L'ISLET	23 832	31 214	34 632
LOTBINIÈRE	26 955	35 305	37 287
MONTMAGNY	25 247	31 171	35 403
ROBERT-CLICHE	27 216	35 239	36 665
CHAUDIÈRE-APPALACHES	28 564	37 844	40 058
LE QUÉBEC	30 990	40 826	42 229

Source : Statistique Canada, 1991, 1996, Recensement de la population. Compilation : CRCD Chaudière-Appalaches, 1999

Le tableau suivant montre que la région de la Chaudière-Appalaches contient assez peu de richesses. Même si elle ne représente pas de grands déséquilibres de pauvreté, il n'en manque pas moins que sa richesse est partout inférieure à celle de la province en dehors de la Nouvelle-Beauce, et à un degré moindre, de la MRC de Desjardins (aujourd'hui Ville de Lévis).

Tableau 40 : Indice de richesse foncière

MRC	INDICE
BEAUCE-SARTIGAN	91
BELLECHASSE	97
DESJARDINS	102
L'AMIANTE	90
L'ISLET	79

NOUVELLE-BEAUCE	111
CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	94
LES ÉTCHÉMINS	76
LOTBINIÈRE	99
MONTMAGNY	90
ROBERT-CLICHE	86
LE QUÉBEC ²	100

Source : Institut de la Statistique du Québec

Les deux derniers tableaux montrent une nouvelle fois combien notre région présente à la fois un dynamisme certain (taux de chômage à l'appui) et en même temps un niveau de revenus inférieurs à celui du Québec. N'y a-t-il pas là l'image d'un développement déséquilibré ou profitant peu aux revenus du travail ? Donc d'un travail peu qualifié ?

4.2.8 Économie¹

L'économie de la région est dominée par l'industrie manufacturière, principalement composée de PME, qui constituent la principale catégorie d'employeurs de la région. Le secteur primaire procure proportionnellement plus d'emplois en région que dans la province. L'agriculture domine ce secteur en ce qui concerne les emplois. La région de la Chaudière-Appalaches est d'ailleurs la deuxième région agricole du Québec pour ce qui est du nombre d'emplois et d'entreprises agricoles.

Tableau 41 : Proportion de la population active de 15 ans et plus, selon la catégorie professionnelle (1996)

CATÉGORIE PROFESSIONNELLE	LA RÉGION DE LA CHAUD.-APPALACHES	LE QUÉBEC
GESTION	7,2	8,4
AFFAIRES, FINANCE ET ADMINISTRATION	15,9	18,7
SCIENCES NATURELLES ET APPLIQUÉES ET PROFESSIONS APPARENTÉES	4,1	5,1
SECTEUR DE LA SANTÉ	5,2	5,3
SCIENCES SOCIALES, ENSEIGNEMENT, ADMINISTRATION PUBLIQUE ET RELIGION	5,8	6,6
ARTS, CULTURE, SPORTS ET LOISIRS	1,5	2,8
VENTES ET SERVICES	21,2	23,7
MÉTIERS, TRANSPORTS ET MACHINERIE	15,9	13,1
PROFESSIONS PROPRES AU SECTEUR PRIMAIRE	6,8	3,0
TRANSFORMATION, FABRICATION ET SERVICES D'UTILITÉ PUBLIQUE	13,5	8,8

¹ À cette section correspond une annexe plus détaillée.

Source : Institut de la statistique du Québec

4.2.9 Profil ethnique en Chaudière-Appalaches

La population de la Chaudière-Appalaches semble homogène, peu traversée par des courants migratoires (moins de 1 % d'origine immigrante) et fortement francophone. La population donne l'image d'une enclave auto-centrée.

Tableau 42 : Données sur le profil ethnique de la population de la Chaudière-Appalaches et comparaison avec le Québec

	Chaudière-Appalaches	Le Québec
Population selon le lieu de naissance		
Total - 1996	374 805	7 045 085
Population non immigrante		
Née au Québec	371 080	6 339 165
Population immigrante	3 540	664 495
Population selon la langue		
Population totale - 1996		
Réponses uniques	373 635	6 944 160
Français	369 350	5 700 150
Anglais	3 230	586 435
Langues non officielles	1 045	657 580
Réponses multiples	1 175	100 920
Proportion de la population totale selon la langue parlée à la maison - 1996		
Français uniquement (%)	99,1	81,9
Anglais uniquement (%)	0,5	10,1
Langues non officielles uniquement (%)	0,1	5,8
Réponses multiples (%)	0,3	2,2
Population autochtone - 1996		
Population autochtone totale		
Réponses uniques	325	68 810
Indien de l'Amérique du Nord	195	45 015
Métis	130	15 560
Inuit	-	8 235

Source : Statistique Canada, Recensement du Canada de 1996, compilation : Institut de la Statistique du Québec, Direction des normes et de l'information, 1999

5. Conclusion

À la lumière des diverses caractéristiques présentées précédemment, nous concluons que les consommateurs de produits différenciés se retrouvent davantage dans les régions métropolitaines de Montréal et Québec. La population y est très dense, d'origine ethnique multiple et est plus éduquée. Le revenu disponible dans les régions métropolitaines est plus élevé que la moyenne provinciale. Dans le cas de Montréal, sa population (47 % de celle du Québec) dépense plus dans les établissements de restauration et est sensiblement plus jeune. On y retrouve une proportion importante de revenus élevés, mais aussi de revenus les plus bas. Québec semble compter une plus forte proportion de baby boomers. Dans les deux cas, les dépenses pour l'alimentation ressemblent toutefois à celles engagées à l'échelle de la province.

Ce profil, retrouvé dans les deux régions métropolitaines, se rapproche du consommateur que doivent rechercher les promoteurs et transformateurs de produits différenciés (voir annexe 4). Dans la Chaudière-Appalaches, cependant, on le retrouve peu. Comparativement aux régions métropolitaines, sa population y est faiblement dense sur son territoire, stable en terme de nombre d'habitants et plus jeune que la moyenne québécoise. Si le chômage y est faible, on retrouve une proportion plus élevée de revenus moyens à faible. Enfin, le profil du consommateur de produits différenciés se retrouve principalement dans la zone de la Ville de Lévis et, à un degré moindre, dans Montmagny.

6. Bibliographie

BUREAU DES ALIMENTS, (2001), Agriculture et Agroalimentaire Canada, *Incidence de l'immigration sur le marché des aliments ethniques au Canada, 2001*, site consulté au printemps 2003, http://www.agr.gc.ca/misb/fb/aliments/consumer/mrkreports/ethnic/tblcontents_f.html.

CHAMPAGNE, Pierre, (2003), « Montréal vous attend ! », *Le Soleil*, samedi 12 juillet 2003, p. F5.

CRCO CHAUDIÈRE-APPALACHES, (2000), *Profil socioéconomique de la région Chaudière-Appalaches*, mars 2000.

DIRECTION DE LA SANTÉ PUBLIQUE, (2003), *Comparaison des régions urbaines du Canada*, Montréal, site consulté au printemps 2003, <http://www.santepub-mtl.qc.ca/Portrait/Montreal/comparaison/index.html>.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, (2003a), *Recensement de la population 1996, 1991, 1986, Données comparatives et faits saillants, Chaudière-Appalaches*, site consulté au printemps 2003, <http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie>

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, (2003b), *Revenu personnel selon les régions administratives, les régions métropolitaines de recensement et les municipalités régionales de comté*, édition 2002, site consulté au printemps 2003, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/economi/rev_pers.htm.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, (2003c), *Société, démographie, données générales*, site consulté au printemps 2003, <http://www.stat.gouv.qc.ca/>.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, (2003d), *Société, statistiques régionales, Chaudière-Appalaches*, site consulté au printemps 2003, http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/stats_regnl/region12/index.htm.

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, (2003e), *Stat-Express*, volume 5, numéro 2, vendredi 17 janvier 2003.

MAPAQ, (2000), Direction de la transformation alimentaire et des marchés (Suzanne Tremblay), *Chronique des marchés : Le marché de la cuisine «ethnique»*, 14 avril 2000, site consulté au printemps 2003, http://www.carrefouralimentaire.com/Francais/InfoCentre/page_ChronHebdo20000414_1.htm.

MAPAQ, (2002a), *Bottin statistique de l'alimentation, édition 2002*, Direction générale des politiques agroalimentaires et Direction de la recherche économique et scientifique, décembre 2002.

MAPAQ, (2002b), « Le profil du consommateur et de ses habitudes », *Bioclips+*, volume 5, numéro 3, juin 2002.

MINISTÈRE DE LA FAMILLE ET DE L'ENFANCE, (1999), Conseil de la famille et de l'enfance, *Des familles et des enfants au Québec, Un portrait statistique des familles et des enfants au Québec*, 1999.

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE, (2003a), *Profil économique de la région de la Chaudière-Appalaches*, site consulté au printemps 2003, <http://www.mic.gouv.qc.ca/PME-REG/regions/pagehtml/12/12.htm>.

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE, (2003b), *Profil économique par section*, Québec, site consulté au printemps 2003, <http://www.mic.gouv.qc.ca/PME-REG/regions/pagehtml/06/region-06.htm>.

MINISTÈRE DES AFFAIRES MUNICIPALES, (2002), *Répertoire des municipalités du Québec 2002*, site consulté au printemps 2003, <http://www.mam.gouv.qc.ca/accueil.asp>.

STATISTIQUE CANADA, (2003a), *Dépenses alimentaires des familles au Canada, 2001*, numéro au catalogue : 62-554-XIF, dernière parution en février 2003.

STATISTIQUE CANADA, (2003b), *Le Canada en statistique : travail, emploi et chômage ; familles, ménages et logement ; population ; consommation des aliments*, site consulté au printemps 2003, <http://www.statcan.ca>.

STATISTIQUE CANADA, (2003c), *Portrait ethnoculturel du Canada : une mosaïque en évolution; analyse du recensement de 2001*, numéro au catalogue : 96F0030XIF2001008, janvier 2003.

STATISTIQUE CANADA, (2003d), *Profils des communautés de 2001*, site consulté au printemps 2003, <http://www12.statcan.ca/>.

VILLE DE MONTRÉAL, (2003), *Montréal en chiffres, des données statistiques sur Montréal*, site consulté au printemps 2003, http://www2.ville.montreal.qc.ca/urb_demo/chiffres/chiffres.htm.

Annexes

Les tableaux suivants reprennent des informations présentées aux sections 2.1.8 et 2.1.9. Ils précisent les valeurs nominales des différents postes budgétaires évoqués dans ces sections.

1. Données détaillées sur les dépenses de consommation

Tableau 43 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2001

	QUÉBEC RMR	MONTRÉAL RMR	PROVINCE DE QUÉBEC	CANADA
TAILLE MOYENNE DU MÉNAGE	2,3	2,4	2,4	2,6
NOMBRE ESTIMATIF DE MÉNAGES	276 090	1 377 740	2 953 150	11 552 010
DÉPENSES TOTALES	22 958	22 657	20 904	22 208
CONSOMMATION COURANTE TOTALE	15 714	15 610	14 649	15 823
ALIMENTATION	2 855	2 745	2 633	2 476
LOGEMENT	3 910	4 138	3 635	4 225
ENTRETIEN MÉNAGER	849	924	874	1 007
ARTICLES ET ACCESSOIRES D'AMEUBLEMENT	602	550	523	637
HABILLEMENT	901	961	878	922
TRANSPORT	2 953	2 590	2 588	2 922
SOINS DE SANTÉ	684	640	630	546
SOINS PERSONNELS	402	393	370	369
LOISIRS	1 309	1 214	1 184	1 328
MATÉRIEL DE LECTURE ET AUTRES IMPRIMÉS	93	115	97	106
ÉDUCATION	220	304	218	345
PRODUITS DU TABAC ET BOISSONS ALCOOLISÉES	575	596	579	505
JEUX DE HASARD (MONTANT NET)	81	103	109	103
DIVERS	280	339	333	333
IMPÔTS SUR LE REVENU DES PARTICULIERS	5 711	5 520	4 775	4 699
ASSURANCE INDIVIDUELLE ET FONDS DE RETRAITE	1 345	1 254	1 211	1 202
DONS EN ARGENT ET CONTRIBUTIONS	188	274	269	484

Source : Statistique Canada

Tableau 44 : Dépenses annuelles par personne en dollars canadiens en 2000

	MONTRÉAL	QUÉBEC	LE QUÉBEC	CANADA
TAILLE MOYENNE DU MÉNAGES	2,37	2,27	2,40	2.57
NOMBRE ESTIMÉ DE MÉNAGES	1 389 080	292 510	2 930 590	11 361 810
DÉPENSES D'ALIMENTATION	2 648	2 531	2 530	2 419
-ALIMENTS ACHETÉS EN MAGASIN	2 043	2 037	2 025	1 905
-ALIMENTS ACHETÉS AU RESTAURANT	597	487	495	505
LOGEMENT	4 020	3 411	3 555	4 085
TRANSPORT	2 673	2 280	2 569	2 948
LOISIRS	1 098	943	1 064	1 232
ÉDUCATION	273	252	203	321
CONSOMMATION COURANTE TOTALE	22 511\$	18 617 \$	14 066 \$	15 325 \$

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

2. Données détaillées sur les commerces de distribution alimentaire

Tableau 45 : Nombre d'établissements des intermédiaires en alimentation, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
VIANDES ET VOLAILLES	7	7	32	9	108
POISSONS ET FRUITS DE MER	13	1	3	1	34
FRUITS ET LÉGUMES FRAIS	55	36	47	17	282
ÉPICERIES ET AUTRES SPÉCIALITÉS	178	31	45	14	388

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

Tableau 46 : Services alimentaires - nombre d'établissements, décembre 2001

		RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUD.-APPAL.	QUÉBEC
Restauration commerciale	RESTAURANTS SERVICE COMPLET	3 086	717	1 240	322	8 712
	RESTAURANTS SERVICE LIMITÉ	1 583	651	1 004	370	6 560
	BARS-SALONS/TAVERNES	831	157	146	55	1 769
Services commerciaux connexes	HÉBERGEMENT	165	252	196	107	1 960
	LOISIRS	369	213	296	139	1 992
Restauration collective	HÔPITAUX / CENTRES D'ACCUEIL / GARDERIES	936	389	459	243	3 452
	ENSEIGNEMENT/LIEU DE TRAVAIL/CENTRE DE DÉTENTION	684	202	422	82	2 539
	ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF ET AUTRES	469	108	172	140	1 557

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

Tableau 47 : Nombre d'établissements de restauration sous bannière, décembre 2001

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉRÉGIE	CHAUDIÈRE-APPALACHES	QUÉBEC
RESTAURANTS AVEC SERVICE COMPLET	320	145	164	30	1 044
RESTAURANTS AVEC SERVICE LIMITÉ	898	279	370	79	2 491
AUTRES	21	13	5	2	68

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

Tableau 48 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation par régions administratives, décembre 2001 (estimation)

	RÉGION DE MONTRÉAL	RÉGION DE QUÉBEC	MONTÉ-RÉGIE	CHAUD.-APPAL.	QUÉBEC
REVENU MOYEN PAR MÉNAGE	45 500	49 200	53 700	46 500	48 100
REVENU MOYEN PER CAPITA	20 400	21 500	21 200	18 100	19 900
	En millions de dollars				
ACHATS DANS LES COMMERCEs DE DÉTAIL	18 322,3	6458,7	11 818,3	3 448,5	68 484,7
ACHATS DANS LES SUPERMARCHÉS ET ÉPICERIES	3 390,4	1 495,2	2 535,6	788,5	15 054,5
ACHATS DANS LES AUTRES COMMERCEs D'ALIMENTATION	474,2	148,0	273,6	50,6	1 435,1

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

Tableau 49 : Revenu moyen et achats effectués dans les magasins d'alimentation selon les centres urbains, décembre 2001 (estimation)

	VILLE DE MONTRÉAL	VILLE DE QUÉBEC	ST-HYACINTHE	ST-GEORGES-DE-BEAUCE
REVENU MOYEN PAR MÉNAGE (\$)	51 000	50 900	42 500	45 200
REVENU MOYEN PER CAPITA (\$)	21 200	22 100	18 700	18 300
	En millions de dollars			
ACHATS DANS LES COMMERCEs DE DÉTAILS ET % / QUÉBEC	33 768,9 26,7	7 067,3 10,3	646,0 0,9	412,0 0,6
ACHATS DANS LES SUPERMARCHÉS ET ÉPICERIES	6 792,9	1 601,6	142,4	107,1
ACHATS DANS LES AUTRES COMMERCEs D'ALIMENTATION	796,6	164,2	17,2	4,3

Source : MAPAQ, Bottin « Statistique de l'alimentation », édition 2002

3. Données complémentaires au profil de la région de la Chaudière-Appalaches

Tableau 50 : Répartition des ménages privés selon la tranche de revenu - 1996

MRC	MOINS DE 10 000 \$	10 000 - 39 999 \$	40 000 - 69 999 \$	70 000 - 99 999 \$	100 000 \$ ET PLUS
	%	%	%	%	%
BEUCE-SARTIGAN	9,8	51,1	28,9	7,3	2,9
BELLECHASSE	6,5	53,3	29,8	8,0	2,3
DESJARDINS	9,2	46,1	29,0	11,6	4,0
L'AMIANTE	9,8	54,0	25,8	7,7	2,7
L'ISLET	9,8	55,7	27,0	5,1	2,4
NOUVELLE-BEAUCE	7,5	47,9	33,0	8,9	2,7
CHUTES-CHAUDIÈRE	5,3	36,9	36,8	15,4	5,5
LES ETCEMINS	8,8	58,4	25,9	4,8	1,9
LOTBINIÈRE	7,7	53,4	30,6	5,6	2,6
MONTMAGNY	9,2	55,7	26,8	6,6	1,8
ROBERT-CLICHE	9,1	52,3	28,9	7,5	2,2
RÉGIONS	8,2	49,1	30,1	9,3	3,3
LE QUÉBEC	10,9	45,3	27,7	10,7	5,3

Source : Institut de la statistique du Québec

Tableau 51 : Proportion de la population active de 15 ans et plus selon la catégorie professionnelle - 1996

	Beauce- Sartigan	Bellechasse	Desjardins	L'Amiante	L'Islet	La Nouvelle- Beauce	Chutes-de- la- Chaudière
Gestion	6,9	5,9	7,4	7,3	5,2	6,0	9,6
Affaires, finance et administration	13,5	14,8	20,5	13,3	11,4	13,9	20,3
Sciences naturelles et appliquées et professions apparentées	2,7	2,7	4,8	2,6	3,3	3,3	8,0
Secteur de la santé	4,7	4,9	6,2	6,6	3,1	3,2	5,7
Sciences sociales, enseignement, administration publique et religion	5,9	5,3	6,1	6,6	4,6	4,0	7,3
Arts, culture, sports et loisirs	1,2	1,0	2,2	1,2	1,9	1,4	2,0
Ventes et services	20,9	16,6	25,1	20,9	17,9	18,4	24,6
Métiers, transports et machinerie	16,6	16,0	13,8	17,5	15,9	17,2	13,5
Professions propres au secteur primaire	5,5	13,9	1,8	8,0	10,4	12,8	1,9
Transformation, fabrication et services d'utilité publique	19,9	15,9	7,7	13,0	22,1	17,8	4,7

Tableau 51 : (suite)

	Les Etchemins	Lotbinière	Montmagny	Robert-Cliche	La région	Le Québec
Gestion	6,0	5,7	5,7	6,6	7,2	8,4
Affaires, finance et administration	10,9	14,1	12,5	13,9	15,9	18,7
Sciences naturelles et appliquées et professions apparentées	1,4	2,2	2,2	2,3	4,1	5,1
Secteur de la santé	5,4	3,4	6,1	4,4	5,2	5,3
Sciences sociales, enseignement, administration publique et religion	3,7	4,4	5,9	4,8	5,8	6,6
Arts, culture, sports et loisirs	1,2	0,7	2,0	0,9	1,5	2,8
Ventes et services	19,3	16,7	21,3	17,9	21,2	23,7
Métiers, transports et machinerie	17,8	20,0	16,3	17,4	15,9	13,1
Professions propres au secteur primaire	11,9	13,5	7,1	7,8	6,8	3,0
Transformation, fabrication et services d'utilité publique	19,8	16,8	17,3	22,3	13,5	8,8

Tableau 52 : Évolution de la population des MRC de la Chaudière-Appalaches, de 1971 à 2002

MRC	1971	1976	1981	1986	1986	1991	1996	2000	2001	2002	Variation
L'ISLET	23 190	22 225	22 062	21 189	21 679	20 180	20 128	19 822	19 690	19 338	- 17 %
MONTMAGNY	26 305	25 620	25 678	24 794	25 366	24 156	24 168	23 839	23 681	23 511	- 11 %
BELLECHASSE	28 560	28 610	30 053	29 932	30 632	30 094	30 131	30 164	29 958	29 886	5 %
DESJARDINS	38 730	41 535	44 689	46 398	47 552	50 237	52 092	52 690	52 997	52 848	36 %
CHUTES-DE-LA-CHAUDIÈRE	24 045	34 385	49 415	56 920	58 346	69 131	77 006	80 671	81 560	82 481	243 %
LA NOUVELLE-BEAUCE	19 105	20 185	22 239	23 164	23 728	24 914	25 488	26 063	26 093	26 211	37 %
ROBERT-CLICHE	17 350	17 605	18 732	18 717	19 144	18 983	19 012	18 988	19 062	18 883	9 %
LES ETCHEMINS	21 125	19 960	19 979	19 485	19 930	19 057	18 646	18 249	18 103	17 845	-16 %
BEAUCE-SARTIGAN	34 360	35 900	39 721	41 655	42 684	45 235	47 146	48 517	48 737	48 591	41 %
L'AMIANTE	50 220	49 575	50 937	48 327	49 432	46 770	45 670	44 431	44 078	43 591	- 13 %
LOTBINIÈRE	23 380	24 095	25 921	26 187	26 793	27 231	27 354	27 722	27 646	27 585	18 %
TOTAL RÉGION	308 341	321 671	351 407	356 768	365 286	377 979	388 837	393 156	393 606	392 772	

 Source : Institut de la Statistique du Québec http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/demographie/dons_regnl/regional/207.htm

Tableau 53 : Population des principales villes de la région de la Chaudière-Appalaches

Villes de la région	Population	Villes de la région	Population
Lévis	125 241	Saint-Joseph-de-Beauce	4 528
Saint-Georges	28 629	Saint-Apollinaire	4 002
Thetford Mines	26 861	Saint-Henri	3 986
Montmagny	11 825	Lac-Etchemin	3 956
Sainte-Marie	11 567	Saint-Jean-Port-Joli	3 428
Beauceville	6 332	Sainte-Claire	3 158
Saint-Lambert-de-Lauzon	4 904	Saint-Agapit	2 966

Source : Répertoire des municipalités du Québec 2002, ministère des Affaires Municipales

4. Notre cible : le consommateur de produits différenciés

Existe-il un profil type du consommateur de produits différenciés, c'est-à-dire des produits qui correspondent à la définition énoncée au début de ce document ? Nous n'avons pas trouvé de définition type qui corresponde à ce profil. Cependant, en se basant sur l'approche par segmentation de marché et en se référant aux grandes tendances de consommation, il est possible d'en dresser un portrait type. C'est une définition assez large capable de répondre au concept de produits différenciés tel que nous avons tenté de le caractériser.

Pour ce qui est de notre profil type de consommateurs de produits différenciés, les préoccupations majeures qui dominent sa motivation sont la santé, le plaisir, la sécurité et le respect de l'environnement.

Le consommateur de produits différenciés est plus souvent une femme car elle est davantage préoccupée par la valeur santé, famille et hospitalité.

Il a un revenu plus élevé que la moyenne¹, ce qui lui permet d'associer des préoccupations de santé, qualité et plaisir.

Il se retrouve plus souvent dans la tranche d'âge 40 à 70 ans, période où la disponibilité monétaire est plus élevée et les préoccupations liées à la santé plus présentes.

Il mange plus souvent dans les bons restaurants qui offrent des plats cuisinés à partir de produits différenciés et de produits frais, plus spécialement les produits de terroirs. Ces sorties sont en même temps des occasions pour la découverte de nouveautés et le plaisir partagé.

Il fréquente davantage les halles alimentaires et les magasins spécialisés que les supermarchés. Dans ces derniers, il s'approvisionnera davantage auprès des comptoirs spécialisés.

¹ Au-dessus de 60 000 \$, selon un sondage Léger Marketing, MAPAQ, (2002b).

Il est un client exigeant qui recherche dans ses choix alimentaires la qualité du produit ainsi que celle du service. Il est sensible aux saveurs du produit et recherchera souvent ceux qui se distinguent. Il aime se montrer connaisseur et à se documenter sur les produits (vins, fromages, fruits de mer, produits du terroir, etc.).

Il est sensible aux arguments écologiques et à la manière dont la nourriture est produite. C'est un consommateur fidélisable, s'il est satisfait.

Il voyage plus souvent que la moyenne à l'extérieur du Québec et entre en contact avec des traditions culinaires différentes. Il est davantage ouvert à la nouveauté et à la découverte.

Un autre type de consommateur se distingue. « Le profil des amateurs de cuisine cosmopolite est le suivant : ils sont plutôt jeunes, scolarisés, sensibilisés au multiculturalisme, ouverts aux innovations et aiment expérimenter et découvrir de nouveaux produits sans regarder trop à la dépense » (Tremblay, 2000).

5. Définir un produit différencié

Il n'existe pas, aujourd'hui, de définition consensuelle de ce que l'on nomme « produit différencié ». Une longue série de termes permettent de circonscrire un tant soit peu le sujet. Ainsi, nous rencontrons aussi les produits différenciés sous les dénominations de « produits de niches » et « produits de créneaux ». C'est, pour nous, le même type de produits, un synonyme en quelque sorte.

Notre objectif n'est pas de donner un cadre québécois à ces notions, seulement de délimiter, pour notre travail régional, le champ dans lequel nous allons évoluer.

5.1 Une démarche en deux temps

Dans un premier temps, nous emprunterons une démarche binaire, réductrice toujours, mais pratique en l'état actuel de notre réflexion et de nos expériences. Ainsi, nous opposons le produit différencié au produit de masse ou encore dit produit de commodité.

Tableau 54 : Différences entre le produit de masse et celui différencié, TACA 2003

LE PRODUIT DE MASSE ...	LE PRODUIT DIFFÉRENCIÉ ...
Il se définit dans des volumes importants, de manière à bénéficier des économies d'échelles.	Il est plutôt issu de « petites séries » qui ne lui permettent pas autant de bénéficier des économies d'échelle.
Sa production est fortement industrialisée. Elle tend à réduire sans cesse la part de main d'œuvre, au profit d'une mécanisation source de gains de productivité.	Sa production fait appel à une technologie flexible. La valeur ajoutée est créatrice de main d'œuvre et étant donnée l'échelle de fabrication, l'automatisation des tâches est moins utilisée.
Il présente une grande uniformité, une grande régularité dans sa production tout au long de l'année, ce qui lui confère un caractère standardisé.	Il présente fréquemment une variabilité car il résulte de l'agencement de facteurs d'un contexte changeant (saison, matières premières, savoir-faire, etc.).
Sa distribution est centralisée, dans un circuit long, incluant de nombreux intermédiaires. Les fabricants entrent alors dans une dynamique où les fonctions de promotion et de marketing représentent des parts importantes de leurs prix de revient.	Sa distribution est en général plus aléatoire, souvent dans des circuits courts, avec un minimum d'intermédiaires, offrant un contact direct avec le consommateur.

Il vit, sur les tablettes, une concurrence féroce qui se traduit dans son prix.	Il bénéficie d'une certaine flexibilité des prix, car celui-ci n'est qu'un des critères d'achat du consommateur.
Sa « force de frappe » commerciale est dans sa visibilité et sa présence (force promotionnelle) à grande échelle ainsi que dans les volumes transigés (force de négociation).	Sa « force de frappe » commerciale est dans sa différence, liée à son identité, à son authenticité, à son ancrage dans des valeurs autres qu'alimentaires (culturelles, historiques, géographiques, ...) ou à des attributs spécifiques (goût d'antan, santé, plaisir, respect de l'environnement ...).
Une grande importance est mise sur la présentation : emballage, contenants, format, étalage.	La présentation cherche à affirmer son caractère différencié. Le lieu de vente participe de cette présentation différente (ambiance, matériaux, etc.).
Son identité organoleptique est faible, gage de marchés le plus large possible.	Son identité organoleptique est plus forte, l'acheteur recherchant de la typicité, de l'authenticité.
L'acte d'achat est motivé par l'habitude, par la <i>praticité</i> du produit, dans une démarche « automatique ».	La motivation de l'acheteur est différente. Le « sens » de l'achat change, car à sa consommation sont attachés des notions de plaisir, de convivialité, de luxe, etc.

À ce premier essai de délimitation du champ de travail, assez insatisfaisant par de nombreux traits, car trop réducteur, il est nécessaire d'en ajouter un second qui nous permet d'avancer plus avant dans cette délimitation.

Nous découvrons en effet que le produit différencié peut faire l'objet d'un processus de production très industrialisé. C'est le cas des nutraceutiques qu'il est illusoire d'imaginer fabriqués « à la main » dans un atelier de type artisanal. C'est le cas, encore, de tout fromage dont la ligne de production sera industrialisée permettant ainsi les économies d'échelle qui ouvriront un large marché. Les exemples sont nombreux, sans qu'il soit nécessaire d'en citer ici.

En revanche, le produit différencié peut aussi entrer dans une dynamique de labellisation, voire de certification, qui assure au consommateur la véracité des indications liées au mode de production que le produit utilise comme support de communication. Ainsi des produits biologiques.

Ce qui nous amène à considérer trois catégories distinctes à travers les produits différenciés.

Tableau 55 : Les produits différenciés

PRODUITS DIFFÉRENCIÉS INDUSTRIELS	PRODUITS DIFFÉRENCIÉS NON LABELLISÉS	PRODUITS DIFFÉRENCIÉS LABELLISÉS OU CERTIFIÉS
<p>Les aliments fonctionnels ou alicaments. Les nutraceutiques.</p> <p>D'une manière générale, les produits non liés au sol (délocalisables).</p>	<p>Les produits régionaux. Les produits artisanaux. Les produits exotiques.</p>	<p>Les produits biologiques. Les produits fermiers. Les produits de terroirs.</p>

Remarque : Seuls les produits biologiques peuvent, aujourd'hui se réclamer des produits labellisés ou certifiés. En effet, ils font l'objet d'une définition et d'une protection stricte dans le cadre de la loi A 20-02. En revanche, les produits fermiers et/ou de terroirs ne bénéficient pas encore de cette même loi. Cependant, la démarche est en cours, selon les propos tenus par Maxime Arseneau, ministre de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation du Québec, lors du SIAL 2002, à Paris. En toute rigueur, ces derniers produits devraient donc se trouver, pour le moment, dans la case centrale de notre tableau.

5.2 Pour s'entendre sur les mots

De manière à préciser quelque peu nos propos, nous empruntons à Solidarité rurale du Québec, qui a récemment proposé sa propre définition de quelques mots. Ainsi :

Produit du terroir

Le produit du terroir met en valeur des potentiels naturels et culturels locaux. Sa forme ou son usage résulte de la transmission d'un savoir-faire traditionnel et du maintien d'une filière de production. Le produit du terroir conjugue une ressource unique, des procédés de fabrication singuliers et est associé à un territoire délimité et nommé.

Produit fermier

Le produit fermier est élaboré et transformé dans un lieu fermier qui doit en fournir la matière première.

Produit artisanal

Le produit artisanal, alimentaire comme non alimentaire, est non industrialisé. Il est le fait d'un artisan qui, avec ou sans équipe, transforme des matières premières, qu'elles soient végétales, animales ou minérales. La production artisanale est de petit volume. La provenance de la matière première n'est pas déterminante.

Produit biologique

Le produit dit « biologique » ou désigné par des termes similaires est issu de la « culture biologique ». L'expression « culture biologique » renvoie à une méthode d'agriculture fondée sur des pratiques d'aménagement et de gestion agricole particulières qui permettent une productivité soutenue en ayant par exemple recours au contrôle des plantes adventices et des parasites à l'aide de formes de vie interdépendantes, au recyclage des résidus végétaux et animaux, à la sélection et à la rotation des cultures, à la gestion des eaux. La reconnaissance de l'appellation biologique dans le cadre de la Loi sur les appellations réservées (loi A-20.02) implique que tous les points où l'intégrité biologique risque d'être compromise devront faire l'objet d'un contrôle.

Produit régional

Le produit régional est issu d'un territoire particulier ou circonscrit, mais ne met pas forcément en valeur un savoir-faire ou une ressource unique à ce territoire. Il peut toutefois se distinguer par la rareté de la ressource ou du savoir-faire.

Produit exotique

Le produit exotique est issu d'une ressource et, parfois, d'un savoir-faire, étrangers au milieu où il est élaboré, transformé ou utilisé.