



ÉCC | Étude des consommateurs canadiens | Automne 2022

Quoi de neuf

L'ÉCC | Étude des consommateurs canadiens de Vividata Automne 2022 contient plus de **600 NOUVEAUX énoncés psychographiques** dans les catégories suivantes :

- Médias locaux
- Publicités
- Automobile
- Communications et médias
- Alimentation/Santé
- Boisson
- Environnement
- Finance
- Nourriture
- Décoration/Amélioration de la maison
- Internet
- Valeurs de vie/perception de soi
- Luxe/Statut
- Motivation
- Affichage extérieur/publipostage
- Apparence personnelle
- Intérêts personnels
- Presse écrite/Nouvelles
- Produits/Biens de consommation durables
- Achats
- Social/Politique/Éthique
- Paris sportifs
- Voyage

Lieu de travail avant la COVID-19

- Probabilité de revenir au lieu de travail d'avant la COVID-19
- Fréquence de travail (jours)
- Fréquence de travail (jours) par lieu
- Emplacement pour le reste de la semaine

Régime alimentaire et de gestion du poids, programme utilisés

Articles utilisés pour soulager le stress

Utilisation de l'assurance voyage

- Raisons d'utiliser l'assurance voyage
- Avez payé de votre poche lors de voyages sans assurance voyage
- Influence de la COVID-19 sur l'achat d'une assurance voyage (au Canada et à l'étranger)
- Probabilité de souscrire à une assurance voyage pour les prochaines vacances (au Canada et à l'étranger)

Événements culturels auxquels avez participé/célébré au cours des 12 derniers mois

Type de rénovations domiciliaires prévues au cours des 12 prochains mois

Activités réalisées pour réduire l'impact sur l'environnement

**Fréquence de commande de repas dans les restaurants à service rapide au cours des 30 derniers jours
(pour le déjeuner, le dîner, le souper ou les collations)**