

Rapport sur la vie à la maison 2024

Un chez-soi
rempli de joie



Hej!

Chaque année, nous interrogeons des personnes dans le monde entier pour comprendre ce que signifie la vie à la maison aujourd'hui et la manière dont nous pouvons l'améliorer. Voilà le but du rapport sur la vie à la maison de IKEA. Et cette année ne fait pas exception.

Notre recherche

Le rapport de cette année repose sur une étude quantitative, qualitative et des tendances. Nous avons mené une enquête auprès de 38 630 personnes âgées de 18 ans et plus dans 39 pays, et effectué 24 ethnographies à domicile, 36 immersions numériques et six visites à domicile de suivi dans trois pays*. Le tout en suivant le cadre des huit besoins pour mieux vivre à la maison, que vous pouvez découvrir plus en profondeur à la page 8.

Une vision intérieure et extérieure

Nos connaissances sont réunies dans ce rapport, généralement avec des chiffres issus de l'enquête et des avis des personnes que nous avons rencontrées. Mais nous intégrons aussi régulièrement

* L'enquête de cette année inclut pour la première fois la Colombie. Les ethnographies à la maison, les immersions numériques et les visites à domicile ont eu lieu en Inde, en Espagne et aux États-Unis. Pour une liste complète des 39 pays concernés par l'enquête, accédez au coffre-fort.

des points de vue externes, sous forme de citations d'experts. De plus, les pages « Tendances » mettent en lumière le rôle que les mouvements culturels et les tendances peuvent jouer dans la façon dont nous vivons à la maison.

Un trésor à la clé

Le tout nouveau coffre-fort, à la fin du rapport, contient une liste détaillée de toutes les données présentées dans les chapitres. Les principaux termes y sont également expliqués, ainsi que les répartitions démographiques et les profils des gens décrits dans le rapport. Une mine d'or pour les passionnés et les curieux !

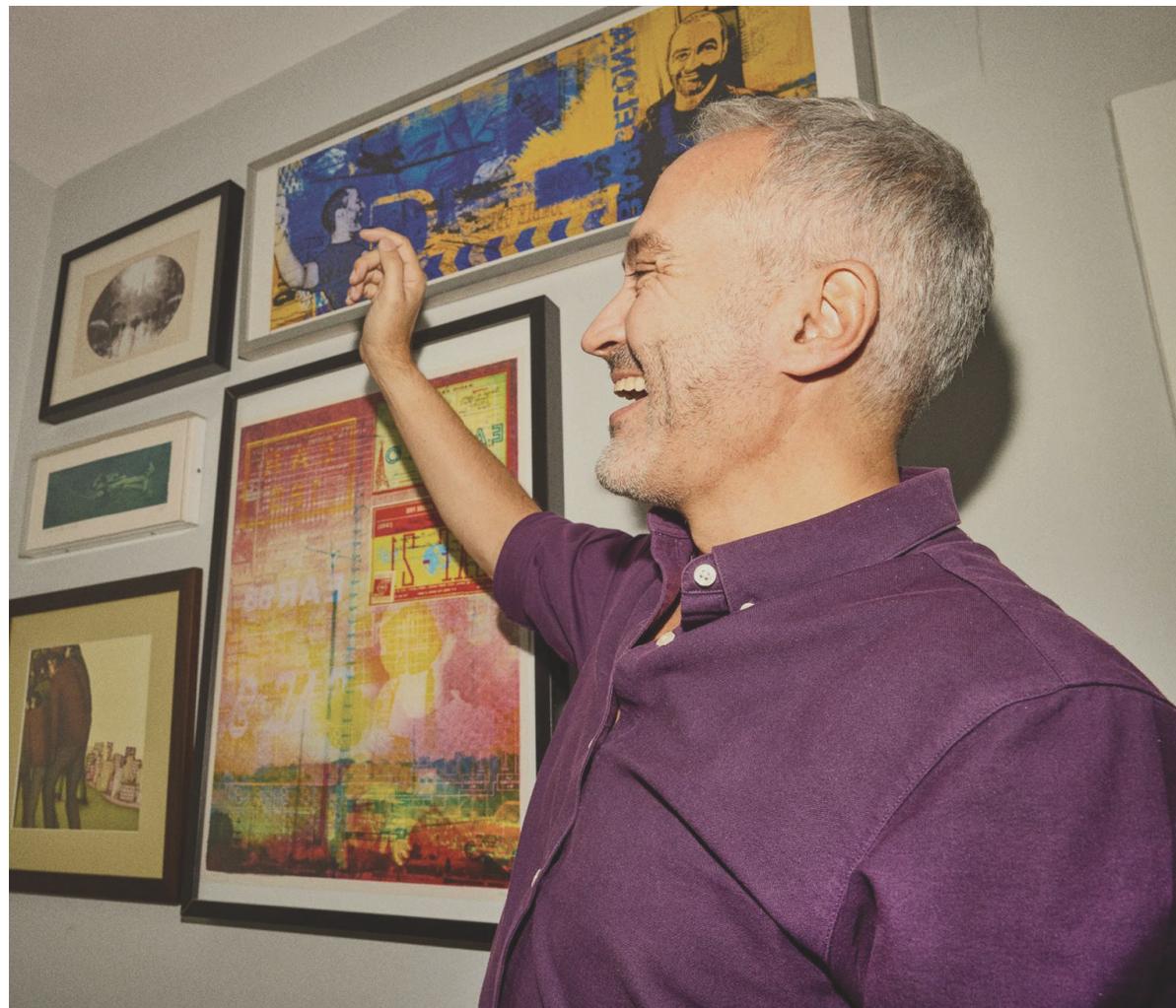
À vous:

Voilà pour le contexte. Le décor est planté et nous vous invitons à explorer sans plus attendre le rapport de cette année. Nous espérons que sa lecture et son utilisation vous seront aussi enrichissantes et captivantes que sa conception a été pour nous.

Bonne lecture!

Accédez au rapport mondial ici : [Le rapport sur la vie à la maison 2024 de IKEA](#)

Les 10 principaux résultats



©Ingka Holding B.V. 2023/24.
Le logo IKEA et le mot-symbole IKEA sont des
marques déposées de Inter IKEA Systems B.V.



Une occasion de s'épanouir

38%

des personnes **accordent de l'importance** au plaisir, mais **il est rare** qu'elles en **profitent** chez elles.

Pas de bonheur à la maison

11%

des personnes indiquent que leur **maison** les aide à exprimer leur **côté ludique**.

La sieste, c'est important

N° 1

Le **sommeil** est l'activité la plus importante pour favoriser notre **bien-être à la maison**, qu'il s'agisse de bien-être mental (53%) ou physique (54%).

Les 5 principaux facteurs de plaisir

37%

Passer du temps seul

33%

Rire avec les gens qui m'entourent

31%

Consacrer du temps à mes passions/centres d'intérêt

31%

Faire des câlins à une personne que j'aime

29%

Manger un repas fait maison

Chez soi, la joie

Les **propriétaires** ont davantage tendance à **éprouver régulièrement du plaisir chez eux**. Comme le montre la répartition par type de logement des personnes qui déclarent éprouver souvent du plaisir chez elles :

53%

des propriétaires

46%

des locataires

Le rire est le meilleur des remèdes

65%

des personnes qui **rient avec leur entourage** sont heureuses de leur vie actuelle à la maison. Comparé à une moyenne nationale de 60%.

Mangez ensemble, restez ensemble

58%

des personnes qui considèrent les **repas comme une activité sociale** éprouvent souvent de la joie à la maison. Comparé à une moyenne nationale de 50%.

Loisirs favoris

66%

des gens **regardent la télévision**, ce qui en fait le **premier loisir**. La lecture (50%) et la cuisine (40%) arrivent en deuxième et troisième position.

Vive le télétravail

62%

des personnes qui **travaillent à domicile** sont satisfaites de leur vie actuelle à la maison. Comparé à une moyenne nationale de 60%.

Une maison qui me ressemble

55%

des personnes qui se sentent **plus à l'aise chez eux s'ils peuvent y exprimer leur identité** éprouvent souvent du bonheur. Comparé à une moyenne nationale de 50%.

Vie à la maison | Canada

Maison actuelle et future

60% des Canadiens ont un sentiment positif quant à leur vie actuelle à la maison, et 48% décrivent leur vision de l'avenir (pour les 2 prochaines années) comme positive.

Les deux proportions sont largement similaires aux résultats de l'année dernière, bien que les Canadiens aient tendance à être de plus en plus neutres.

49% des Canadiens disent que la maison est leur endroit préféré, et 37% vivent avec des animaux de compagnie.

11% des personnes déclarent que leur maison les aide à faire ressortir leur côté ludique.

23% des Canadiens effectuent plus de tâches ménagères que les personnes avec lesquelles ils vivent, et l'argent et la santé restent les principales préoccupations des Canadiens en ce qui concerne leur vie à la maison.

38% des Canadiens aimeraient que leur maison idéale soit un moyen d'économiser de l'argent, tandis que 16% veulent qu'elle soit un moyen de gagner de l'argent, mais leur souhait le plus cher est qu'elle soit un lieu de détente et de relaxation (49%).

Besoins associés à la maison

Tous les besoins émotionnels sont importants pour au moins 71% des Canadiens, mais le *confort* (84%), la *joie* (80%) et l'*épanouissement* (79%) arrivent en tête.

Les besoins les plus importants chez les Canadiens sont *souvent* satisfaits en matière de *sécurité* (61%) et de *confort* (60%).

Les aspirations (12%), l'*épanouissement* (10%) et la *joie* (10%) sont les besoins pour lesquels les écarts entre l'importance et la satisfaction sont les plus importants. Ces besoins touchent le plus grand nombre de Canadiens qui les jugent importants mais qui ne sont jamais ou rarement satisfaits à la maison.

Déménagement et rénovation

31% des Canadiens prévoient déménager dans les deux prochaines années, et 22% envisagent de rénover ou d'améliorer leur maison.

La probabilité de déménager diminue avec l'âge (génération Z 55%, Baby-boomers 17%). Elle est également plus élevée chez les locataires que chez les propriétaires (42%, 23%). Les projets de rénovation et d'amélioration sont plutôt plus courants chez les générations plus âgées (Baby-boomers et génération X 25-26%, génération Z 5%) et chez les propriétaires que les locataires (33%, 10%).

Les types de rénovations/améliorations les plus courantes sont la rénovation superficielle des murs (11%), la redécoration mineure des murs (7%) et les aménagements extérieurs (6%).

Cuisiner et manger

53% des Canadiens affirment qu'il est plus sain de cuisiner à la maison que de manger à l'extérieur.

45% des Canadiens cuisinent à la maison pour économiser, tandis que 28% d'entre eux aiment expérimenter dans la cuisine.

Par rapport à l'année dernière, les comportements qui ont le plus progressé chez les Canadiens sont les suivants : manger à la maison (35%), cuisiner à la maison (33%), réduire le gaspillage alimentaire (32%), réduire les dépenses alimentaires (32%) et manger sainement (31%).

01 Maison actuelle et future

60%

des Canadiens ont un sentiment positif à l'égard de leur vie actuelle à la maison.

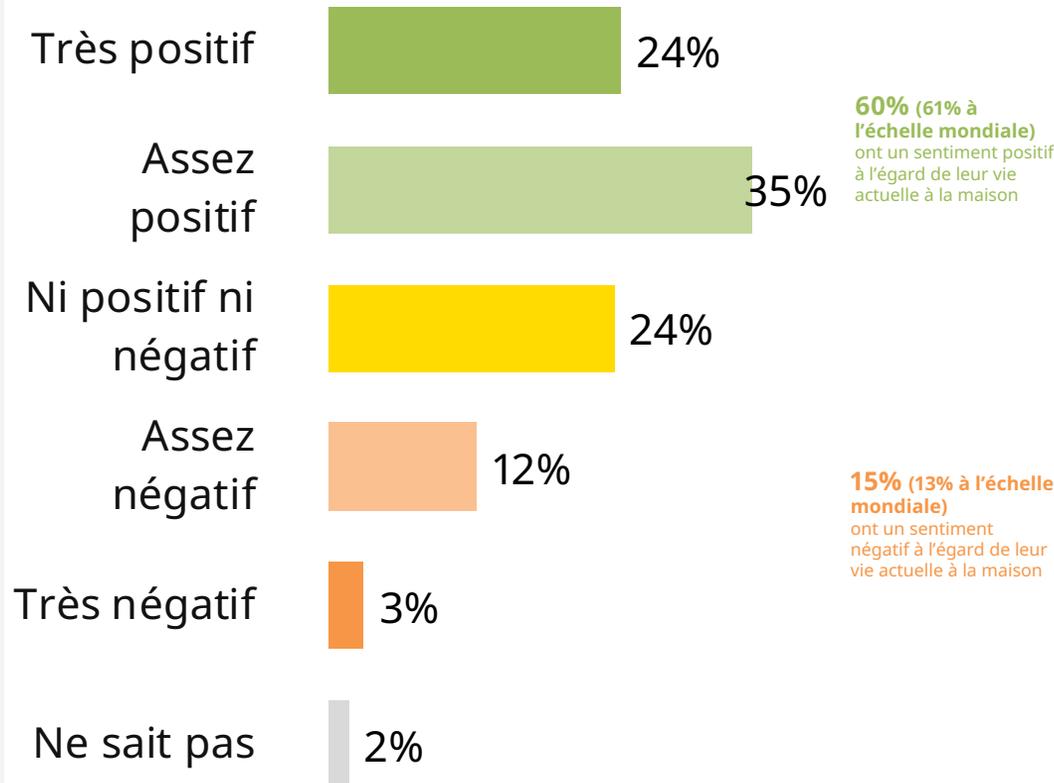
La proportion de personnes ayant un sentiment négatif est de 15%, 24% d'entre elles ne sont ni positives ni négatives.

Par rapport à la moyenne mondiale, la proportion de Canadiens qui ont un sentiment positif à l'égard de leur vie à la maison est légèrement inférieure (60 %, 61%) et la proportion de ceux qui ont un sentiment négatif est légèrement supérieure (15%, 13%).

Plus une personne est âgée, plus elle est susceptible d'avoir un sentiment positif concernant sa vie à la maison (Baby-boomers 69%, génération Z 43%). Les propriétaires de maison sont également plus susceptibles d'être positifs que ceux qui louent leur maison (68%, 52%).

Question: quel est votre sentiment à l'égard de votre vie actuelle à la maison ? Tous (Au Canada 1 014, à l'échelle mondiale 38 630)

Sentiment à l'égard de la vie actuelle à la maison



48%

des Canadiens décrivent leur vision de l'avenir (2 prochaines années) comme positive

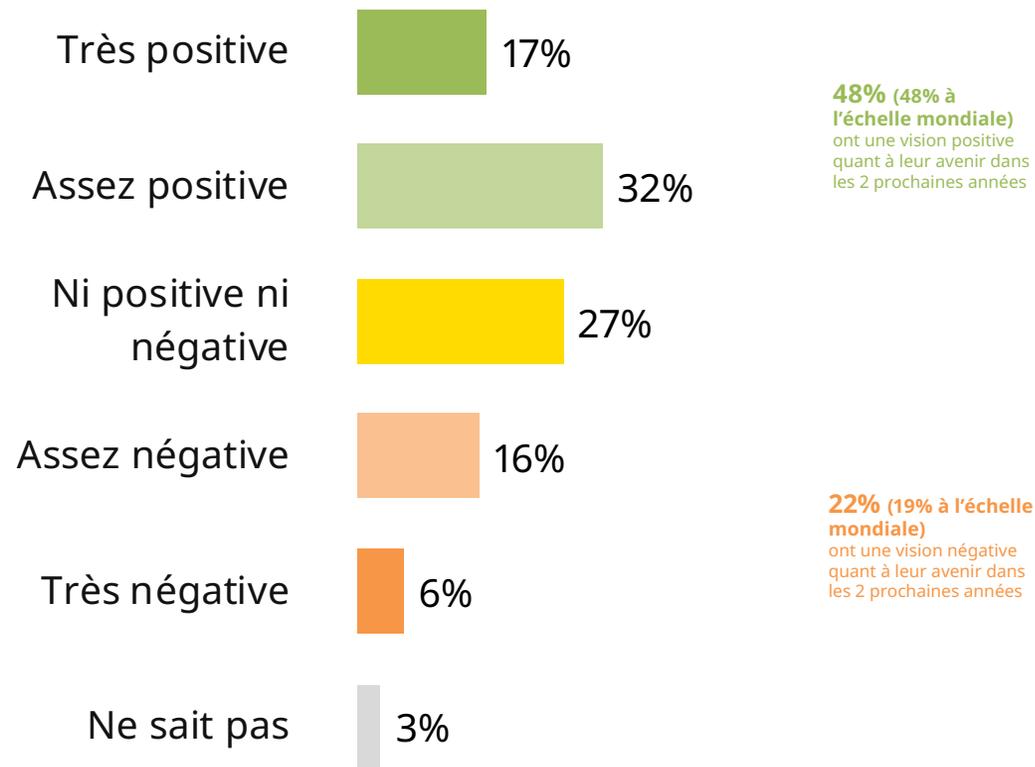
Pour 22%, la vision de l'avenir est négative. 27 % n'ont ni une vision positive, ni négative.

Comparativement à la moyenne mondiale, la proportion du Canada qui a une vision positive de l'avenir est la même (48%, 48%), et celle des personnes ayant une vision négative est plus importante (22%, 19%).

Les Canadiens qui sont particulièrement susceptibles d'avoir une vision positive de leur avenir sont ceux qui vivent avec des enfants au sein du ménage (55%), les femmes (51%) et ceux qui sont propriétaires de leur maison (51%). Il n'y a pas de tendance claire entre les générations, mais la génération Y se distingue avec la plus grande proportion de personnes très positives.

Question: en général, comment décririez-vous votre vision de votre avenir (dans les 2 prochaines années)?
Tous (Au Canada 1 014, à l'échelle mondiale 38 630)

Vision de l'avenir (pour les 2 prochaines années)

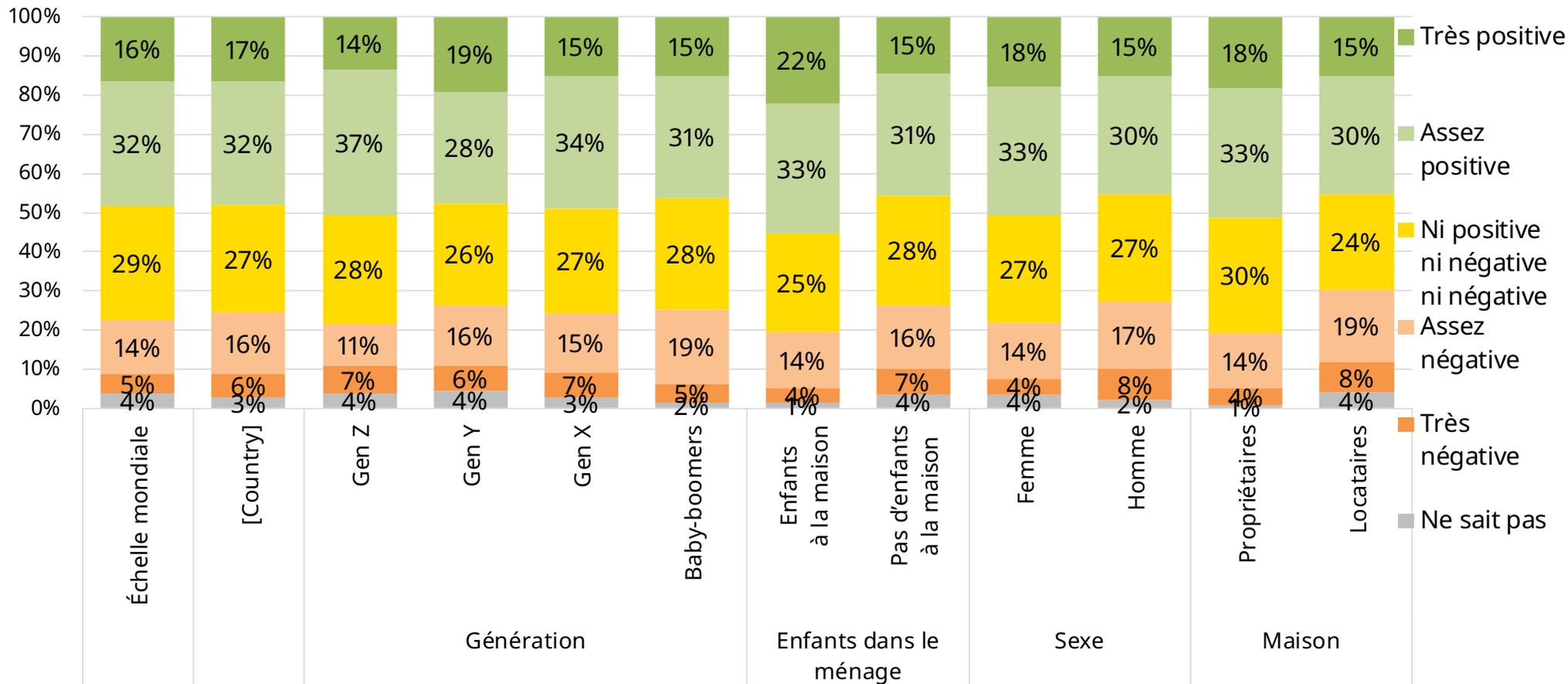


Vision de l'avenir (pour les 2 prochaines années)

Question: en général, comment décririez-vous votre vision de l'avenir (dans les 2 prochaines années) ?

Base: Tous (Canada 1 014, à l'échelle mondiale 38 630)

Vision de l'avenir (pour les 2 prochaines années)

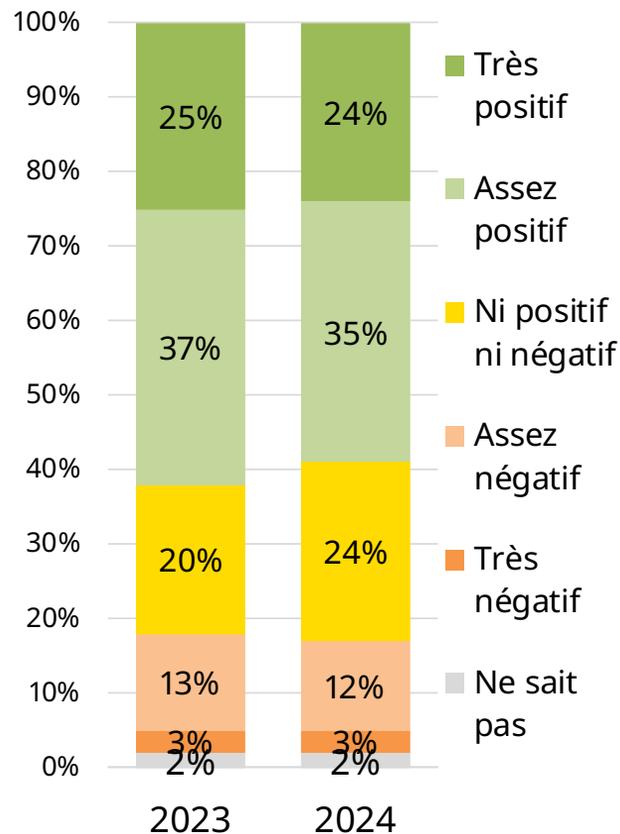


Comparativement à l'an dernier, la proportion de Canadiens qui se sentent positifs à l'égard de leur vie à la maison a diminué un peu, passant de 62% en 2023 à 60% en 2024, et celle des Canadiens qui se sentent négatifs a également diminué, passant de 16% à 15%. Les gens sont plutôt portés à être neutres, avec une proportion qui passe de 20% à 24%.

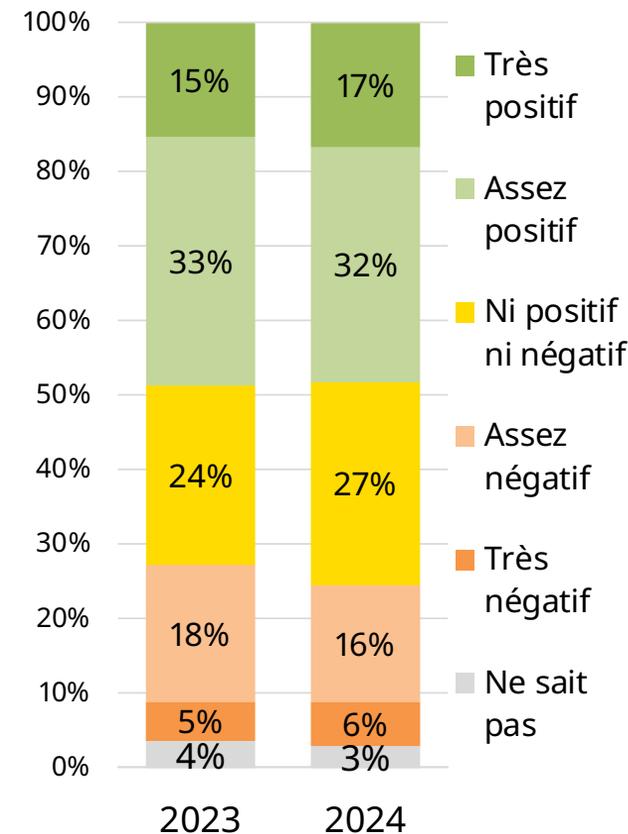
Pendant la même période, leur vision de l'avenir a connu une évolution similaire. La proportion des personnes ayant une vision positive est restée largement stable, passant de 49% à 48%, et celle des personnes ayant une vision négative a légèrement diminué, passant de 24% à 22%. La proportion de personnes qui ne sont ni positives ni négatives est passée de 24% à 27%.

Dans l'ensemble, on peut dire que les Canadiens sont de plus en plus neutres, les proportions tant positives que négatives étant plus faibles.

Sentiment à l'égard de leur vie actuelle à la maison



Vision de l'avenir (pour les 2 prochaines années)



Question: en général, comment décririez-vous votre vision de votre avenir (dans les 2 prochaines années) ?
 Question: quel est votre sentiment à l'égard de votre vie actuelle à la maison ?
 Base: Tous (Canada, 2023 : 1 016, 2024 : 1 014)

La maison est l'endroit préféré de 49% des Canadiens, et 37% vivent avec un ou plusieurs animaux de compagnie

Parmi les propriétaires d'animaux de compagnie, la proportion de personnes qui disent que la maison est leur endroit préféré est encore plus grande, avec 62%.

La probabilité que leur maison offre suffisamment d'intimité à toutes les personnes qui y vivent augmente avec l'âge (génération Z 35%, Baby-boomers 49%) et est plus élevée chez les propriétaires que chez les locataires (48%, 37%).

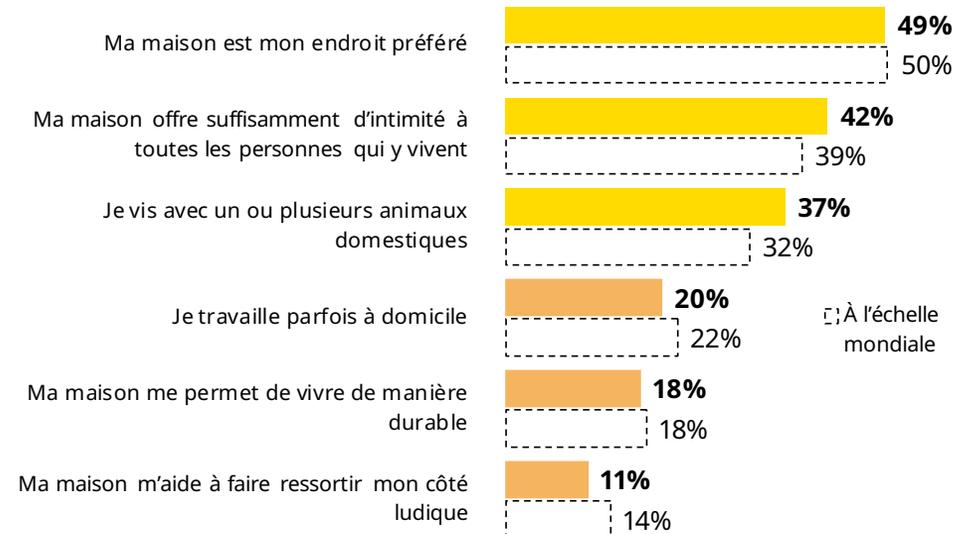
Vivre avec un ou plusieurs animaux de compagnie est plus fréquent chez les femmes que chez les hommes (44%, 29%).

Le travail à domicile est plus fréquent chez les personnes qui vivent avec des enfants que chez celles qui n'en ont pas (29%, 17%).

Les Baby-boomers se démarquent comme étant la génération la plus susceptible de penser que leur maison leur permet de vivre de façon durable (25%), tandis que la proportion pour l'ensemble des Canadiens est de 18%.

11% des personnes déclarent que leur maison les aide à faire ressortir leur côté ludique. Cette situation est plus fréquente chez les personnes qui vivent avec des enfants que chez les autres (15%).

Descriptions de la maison

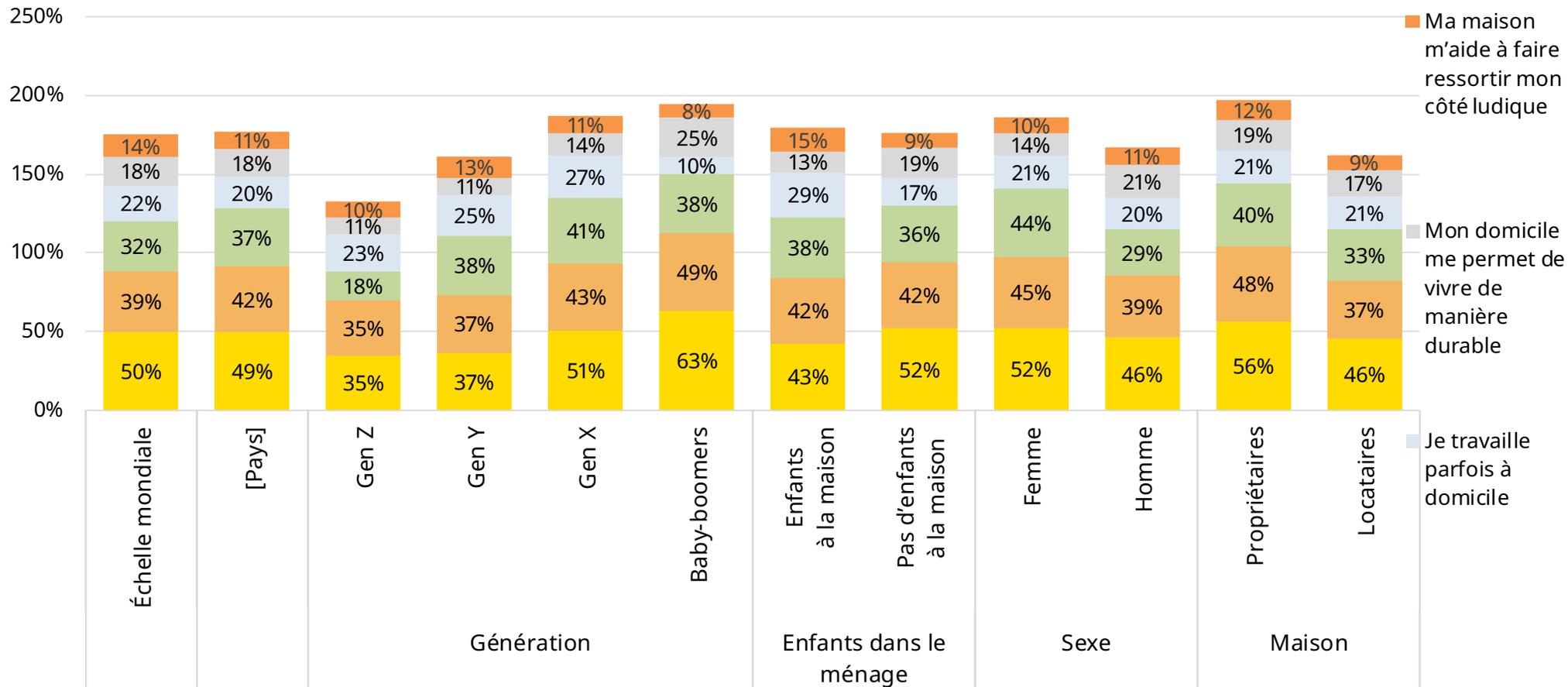


Descriptions de la maison

Question: lequel de ces critères s'applique à vous ou à votre maison ? Veuillez sélectionner tous ceux qui s'appliquent

Base: Tous (Canada, 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Descriptions de la maison



23% des Canadiens effectuent plus de tâches ménagères que les personnes avec lesquelles ils vivent

Actuellement, 9% des gens s'occupent de personnes à la maison, ce qui peut expliquer en partie la situation. Seulement 7% d'entre eux déclarent qu'ils ne cuisinent presque jamais à la maison.

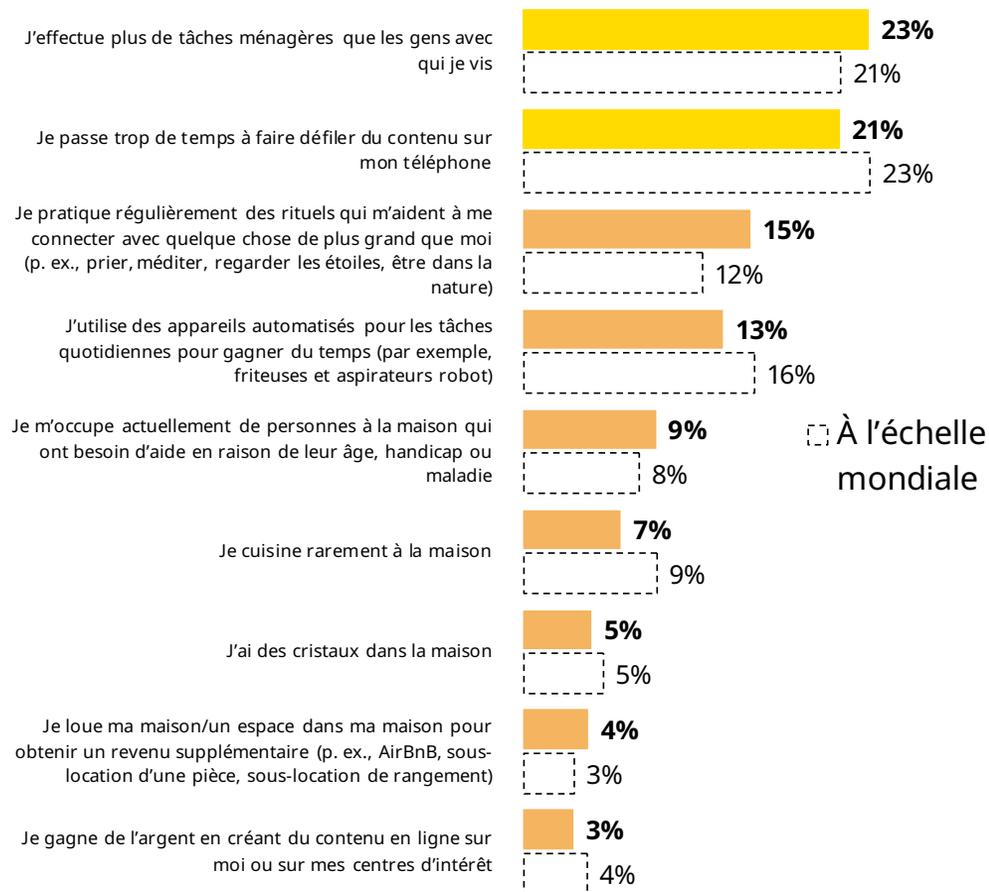
Pour 21%, faire défiler du contenu sur leur téléphone est une perte de temps. Mais la technologie n'est pas totalement mauvaise : 13% des personnes utilisent des appareils automatisés pour leurs tâches quotidiennes afin de gagner du temps.

15% pratiquent régulièrement des rituels pour se connecter avec quelque chose de plus grand qu'eux-mêmes, et 5% ont des cristaux dans la maison.

À peine 4% des Canadiens gagnent de l'argent en louant leur maison, ou une partie de celle-ci. Moins de 3% ont un revenu provenant de la création de contenu en ligne à leur sujet ou à propos de leurs intérêts.

Dans l'ensemble, les Canadiens ne sont pas très différents de la moyenne mondiale en ce qui concerne ce qu'ils font à la maison.

Ce que les gens font à la maison



Question: lequel de ces critères s'applique à vous ou à votre maison ? Veuillez sélectionner tous ceux qui s'appliquent
 Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

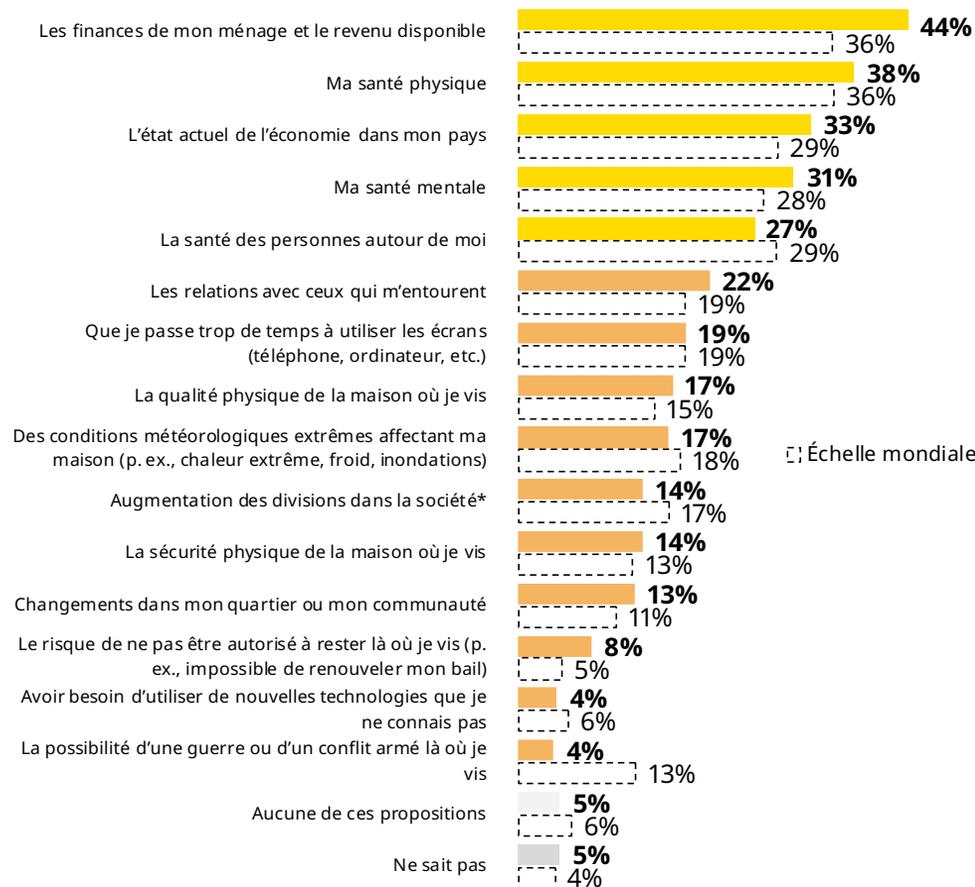
L'argent et la santé demeurent les principales préoccupations liées à la vie des Canadiens à la maison

38% des Canadiens sont préoccupés par leur santé physique, 31% par leur santé mentale et 27% par la santé des gens qui les entourent. Les questions de santé ressortent comme l'un des principaux thèmes qui préoccupent les Canadiens.

Les finances et le revenu disponible des ménages sont mentionnés à 44%, ce qui est nettement supérieur à la moyenne mondiale (36%), tandis que 33% évoquent l'état actuel de l'économie de leur pays.

Par rapport à la moyenne mondiale, les Canadiens sont beaucoup moins enclins à s'inquiéter de la possibilité d'une guerre ou d'un conflit armé là où ils vivent (4%, 13%).

Principales préoccupations liées à la vie à la maison



Question: Laquelle de ces questions vous préoccupe le plus en ce qui concerne la vie à la maison ? Vous pouvez sélectionner jusqu'à 5 réponses

Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630, *mondial, sauf la Chine 37 617)

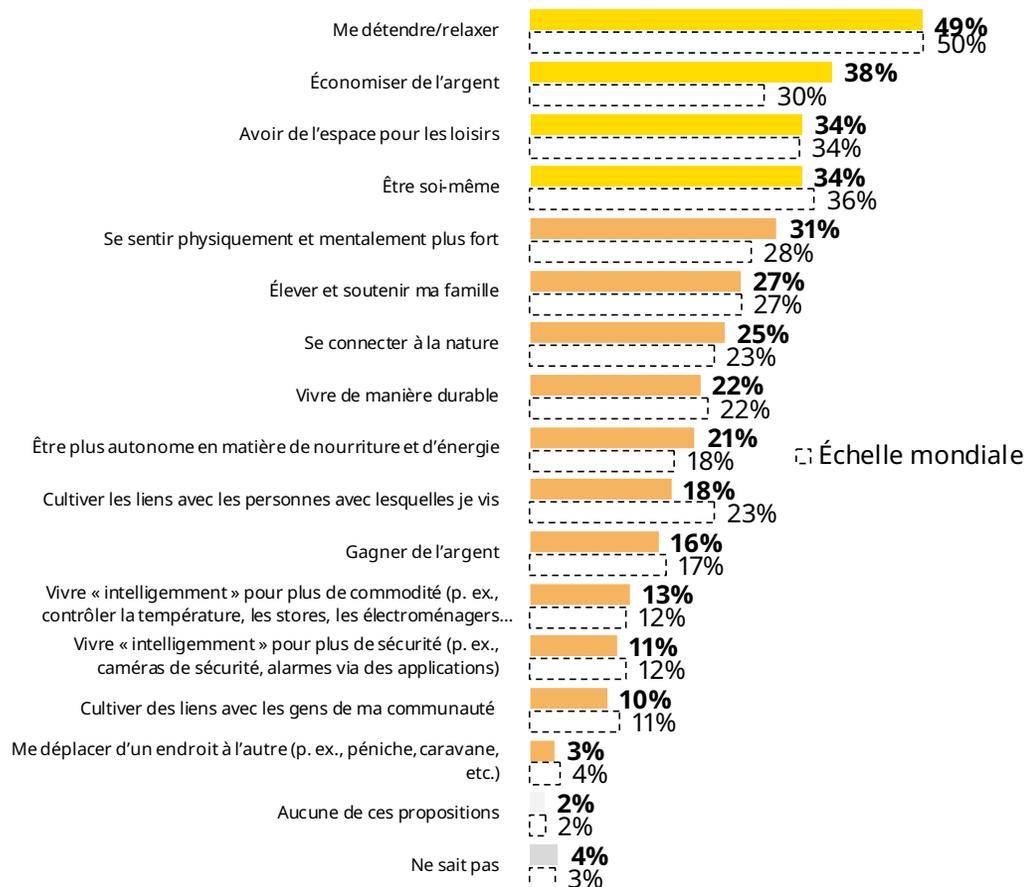
38% des Canadiens aimeraient que leur maison idéale soit un moyen *d'économiser* de l'argent, tandis que 16 % veulent qu'elle soit un moyen de *gagner* de l'argent

Le désir à l'égard de ces deux aspects est plus fort parmi les générations intermédiaires – génération Y et génération X – que la génération Z et les baby-boomers. Économiser de l'argent est un peu plus important pour les femmes que pour les hommes (40%, 36%) tandis que gagner de l'argent est plus important pour les hommes que pour les femmes (18%, 14%).

La détente est l'aspect le plus choisi dans l'ensemble (49%), et elle est particulièrement importante pour les générations plus âgées et les personnes qui n'ont pas d'enfants.

Par rapport à la moyenne mondiale, les Canadiens sont plus enclins à souhaiter que leur logement les aide à économiser de l'argent (38%, 30%), mais moins enclins à rechercher des liens étroits avec les personnes avec lesquelles ils vivent (18%, 23%).

Le plus important dans une maison idéale

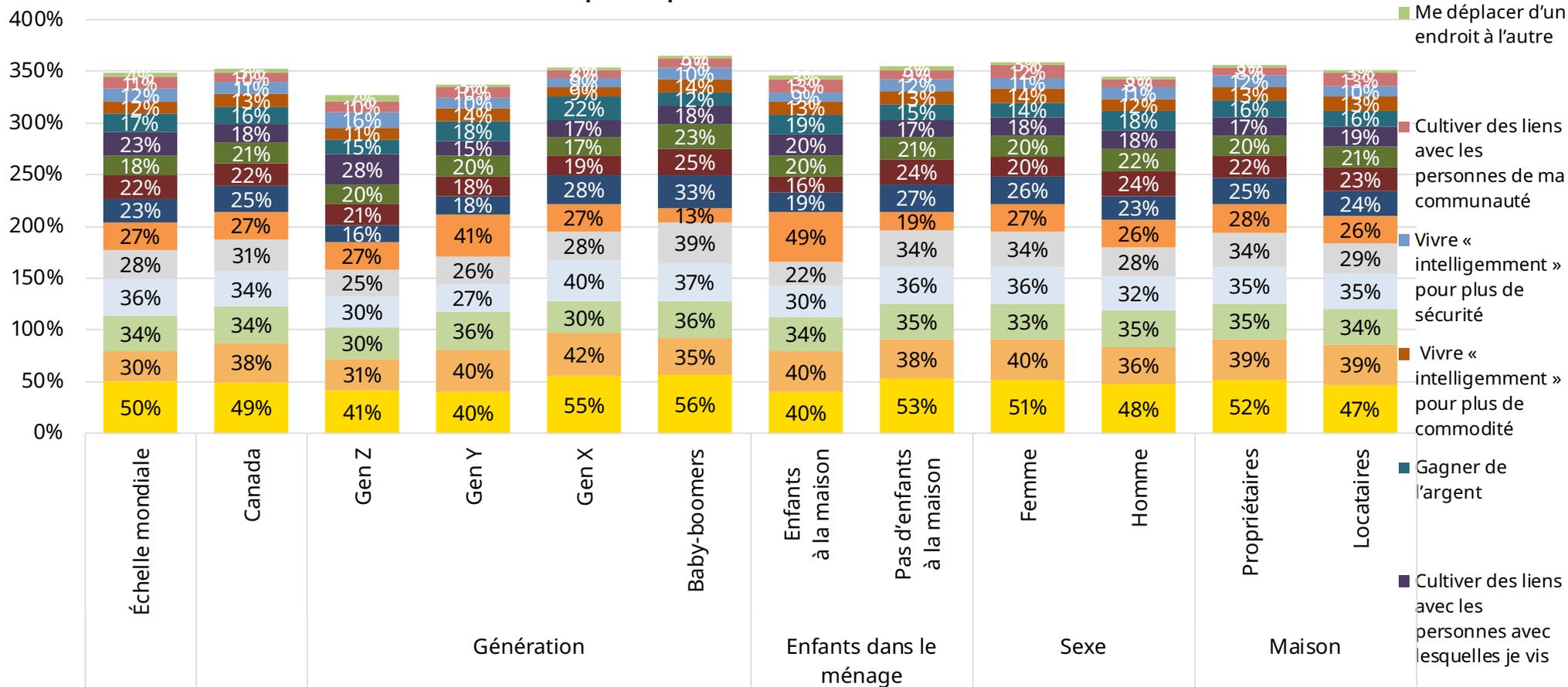


Question: Parmi les aspects suivants, lesquels seraient les plus importants pour faire de votre maison la maison idéale ? Vous pouvez sélectionner jusqu'à 5 réponses. Une maison qui m'aide à ...
 Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Le plus important dans une maison idéale

Question: Parmi les aspects suivants, lesquels seraient les plus importants pour faire de votre maison la maison idéale ? Vous pouvez sélectionner jusqu'à 5 réponses. Une maison qui m'aide à ...
 Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Le plus important dans une maison idéale

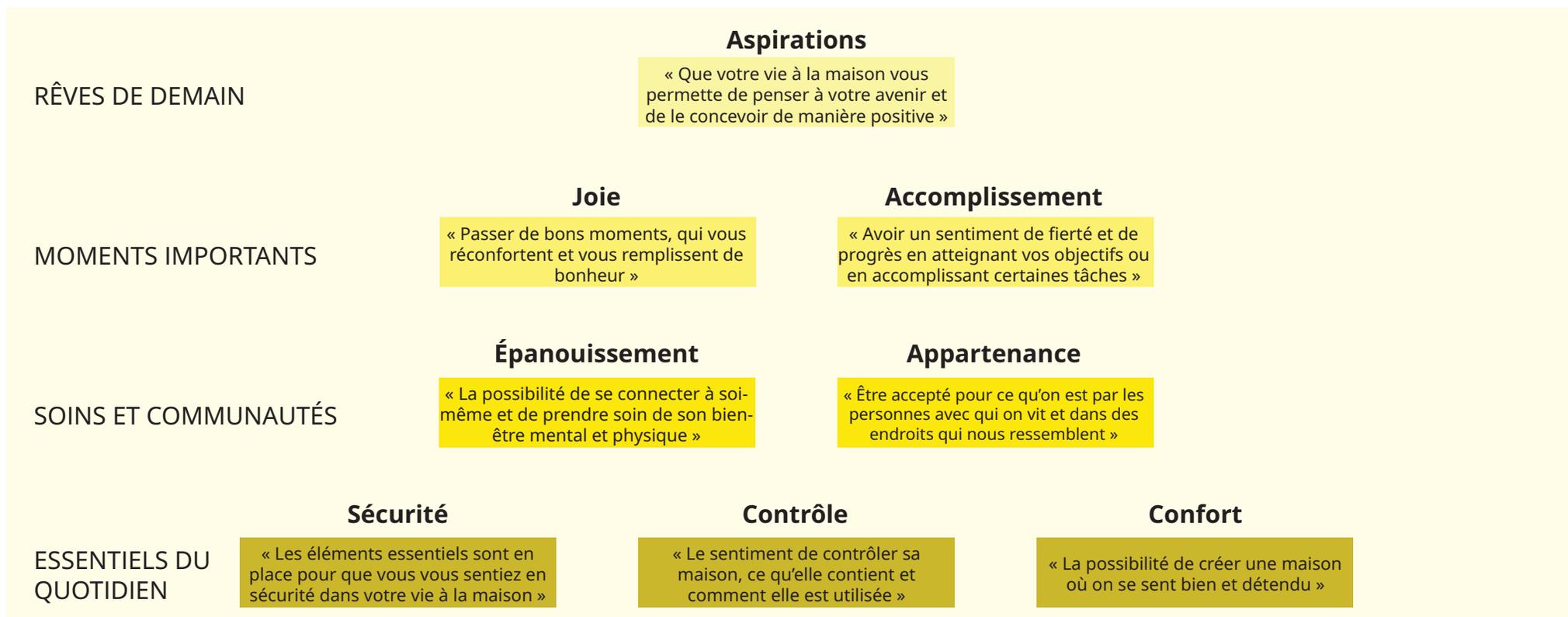


02

Besoins associés
à la maison

Cadre de travail sur les besoins associés à la Vie à la maison

Les 10 années d'études menées par IKEA sur la vie à la maison ont permis de définir 8 besoins qui contribuent à une meilleure vie à la maison. Ces besoins sont complémentaires : certains jouent un rôle plus fondamental, tandis que d'autres contribuent à des moments importants, en apportant de la couleur et de la chaleur. Ce chapitre se penche sur 7 des 8 besoins – les aspirations sont couvertes dans les questions sur la vision de l'avenir et la maison idéale. Les questions du sondage comprenaient les définitions ci-dessous, afin de s'assurer que les personnes interrogées puissent comprendre les termes tels qu'ils sont utilisés.



L'importance des besoins à la maison

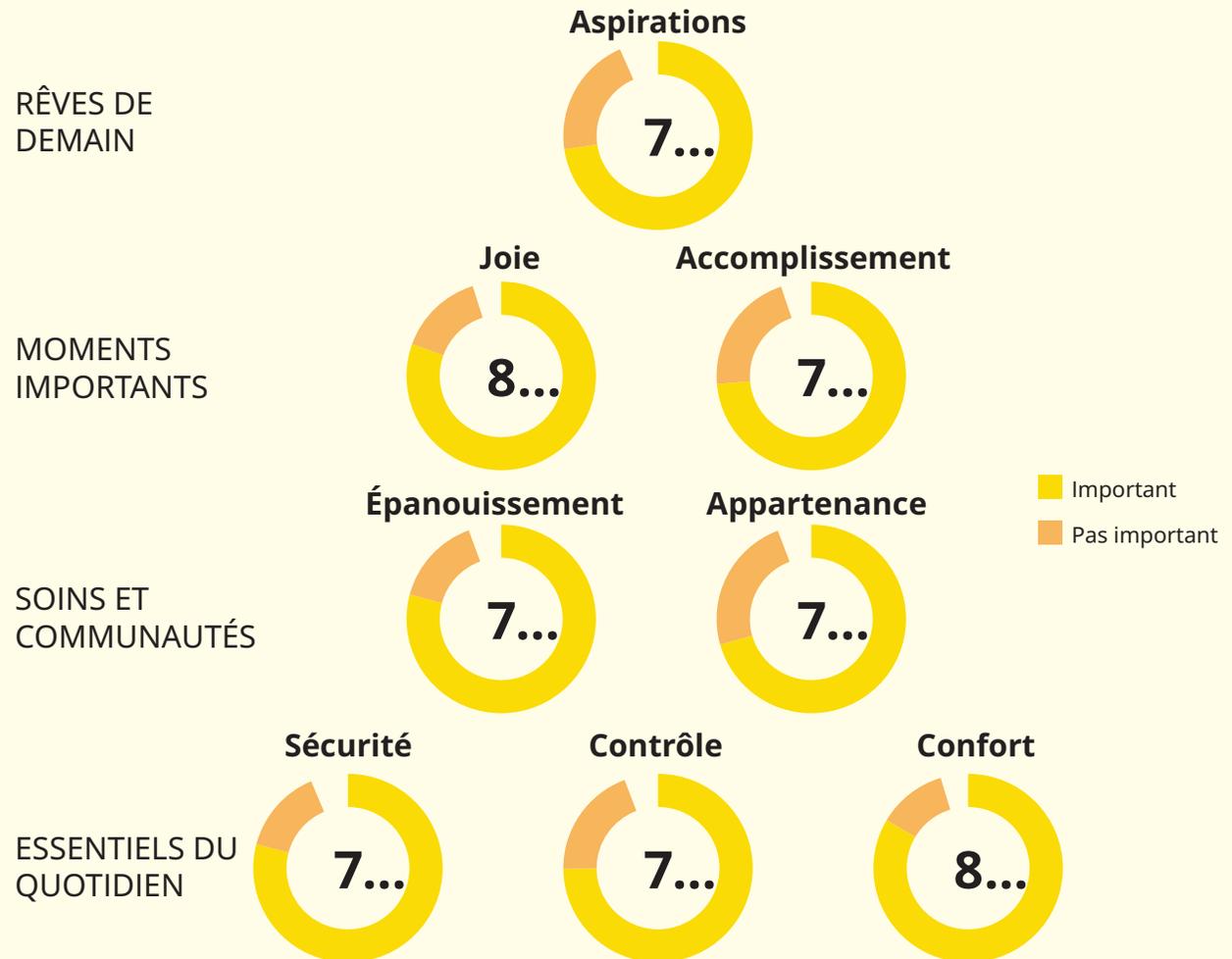
Cette diapositive, qui suit la même structure que le cadre des besoins, montre la proportion de Canadiens qui trouvent chaque besoin important à la maison.

Le confort (84%) est le besoin le plus important, un peu devant la *joie* (80%), *l'épanouissement* (79%) et la *sécurité* (79%) qui forment une deuxième couche. *Le contrôle* (75%), *l'accomplissement* (74%) et *les aspirations* (73%), sont moins bien classés, mais *l'appartenance* (71%) est le besoin le moins important.

Le besoin le plus important n'a que 13 points d'avance sur le moins important, ce qui signifie qu'aucun besoin ne doit être ignoré.

Lors de l'interprétation des résultats, il est important de garder à l'esprit que les besoins qu'une personne a l'habitude de satisfaire à la maison peuvent facilement commencer à être considérés comme acquis. Cela signifie que, *les articles essentiels du quotidien* pourraient être plus importants que ne le montrent les résultats du sondage.

Question: À quelle fréquence ressentez-vous les sentiments suivants à la maison et quelle importance leur accordez-vous ?
Base: Tous (Canada 1 014)



La satisfaction des besoins à la maison

Examinons tout d'abord la fréquence à laquelle les Canadiens satisfont leurs besoins. Le tableau supérieur présente la proportion de personnes qui estiment *souvent* que chaque besoin est satisfait à la maison. L'ordre s'avère être assez similaire à l'ordre des besoins dans le cadre.

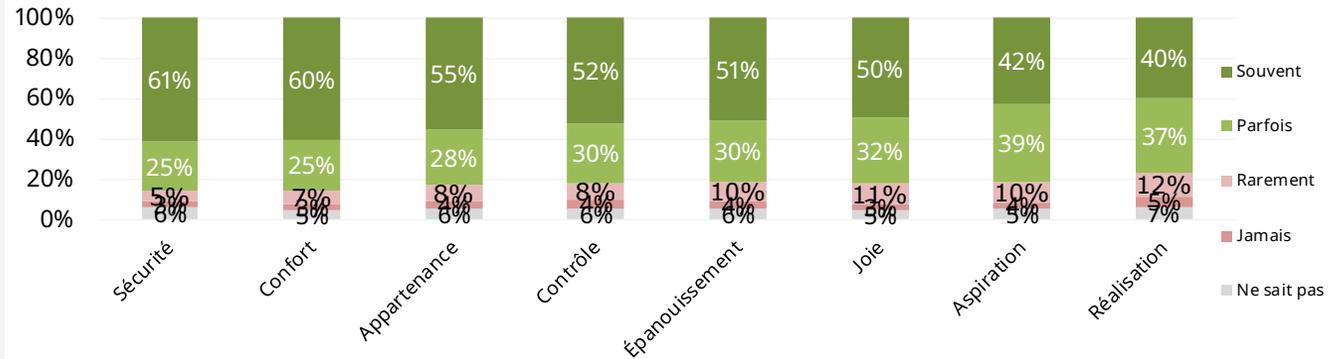
Dans le cadre, la couche inférieure *Les essentiels du quotidien* comprennent la *sécurité*, le *contrôle* et le *confort*. La deuxième couche comprend les *soins et la communauté*, et contient *l'épanouissement* et *l'appartenance*. Les *moments importants* sont la troisième couche, qui contient *la joie et l'accomplissement*. Enfin, la couche des *rêves du futur* contient *les aspirations*. Au Canada, l'ordre de satisfaction des besoins correspond parfaitement au cadre des trois derniers besoins, mais la satisfaction du sentiment *d'appartenance* est un peu plus fréquente que celle du *contrôle*, même si le *contrôle* est un *élément essentiel de la vie quotidienne*.

Ensuite, nous utilisons le graphique du bas pour comparer la satisfaction des besoins de deux groupes de Canadiens : ceux dont le sentiment à l'égard de la vie actuelle à la maison est *positif* et ceux pour qui il est *négatif*. Dans l'ensemble, nous pouvons clairement constater que le fait de se sentir positif à propos de la vie à la maison est associé à la satisfaction fréquente de ses besoins à la maison.

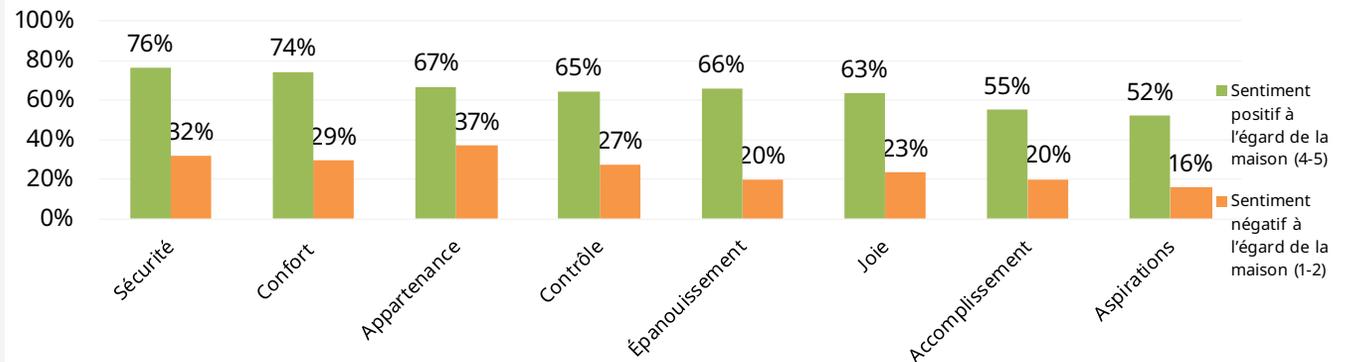
Chez les Canadiens, les plus grandes différences dans la satisfaction des besoins entre ceux qui se sentent positifs et négatifs à propos de la vie à la maison se retrouvent dans les besoins *d'appartenance* (différence de 46 points de pourcentage), *de contrôle* (45 points de pourcentage) et *de sécurité* (44), mais même en ce qui concerne le confort, ceux qui se sentent positifs ont 30 points d'avance.

Question: À quelle fréquence ressentez-vous les sentiments suivants à la maison et quelle importance leur accordez-vous ?
Base: Tous (Canada 1 014), positifs au sujet de la vie à la maison (Canada 605), négatifs au sujet de la vie à la maison (Canada 154)

Fréquence de la satisfaction des besoins à la maison



Proportion de personnes qui satisfont souvent un besoin à la maison, réparties en fonction de leur sentiment à l'égard de la vie à la maison



Écarts entre l'importance et la satisfaction des besoins

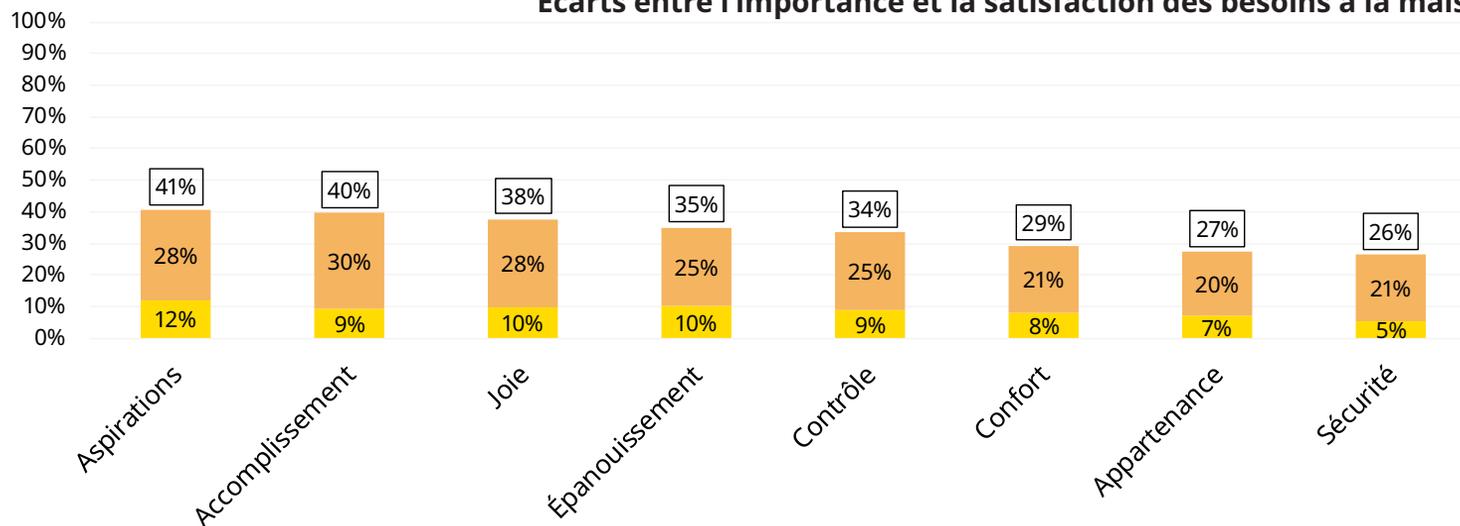
Cette diapositive s'intéresse aux Canadiens qui considèrent que ces besoins sont importants, mais qui n'ont pas souvent l'occasion de les satisfaire à la maison. Au bas du tableau, en jaune, se trouvent les personnes qui considèrent que le besoin est important et qui ne le satisfont que rarement/jamais à la maison – un groupe hautement prioritaire. Ensuite, en orange, les personnes qui considèrent que le besoin est important et ne le satisfont que parfois. Ensemble, ces groupes représentent un potentiel pour IKEA de contribuer à combler les lacunes. Ce potentiel total est affiché sous forme de somme en haut de chaque pile.

Au Canada, les écarts les plus importants avec un haut niveau de priorité se situent au niveau des aspirations (12%), de l'épanouissement (10%) et de la joie (10%). Si on examine le potentiel total, les trois principaux besoins sont les aspirations (41%), l'accomplissement (40%) et la joie (38%). Mais pour chacun des besoins, il existe un potentiel total significatif ainsi qu'un potentiel hautement prioritaire. Ces lacunes représentent des occasions pour IKEA, et une première étape utile pour aider les personnes à les combler consiste à mieux comprendre ceux qui sont concernés, afin d'adapter la communication de manière efficace. Dans le sous-chapitre suivant, nous allons examiner chaque besoin individuellement afin d'en identifier les moteurs.

Question: À quelle fréquence ressentez-vous les sentiments suivants à la maison et quelle importance leur accordez-vous ?

Base: Tous (Canada 1 014)

Écarts entre l'importance et la satisfaction des besoins à la maison



03

Deep-dive
per need

31% des Canadiens prévoient de déménager dans les 2 prochaines années, et 22% envisagent de rénover ou d'améliorer leur maison

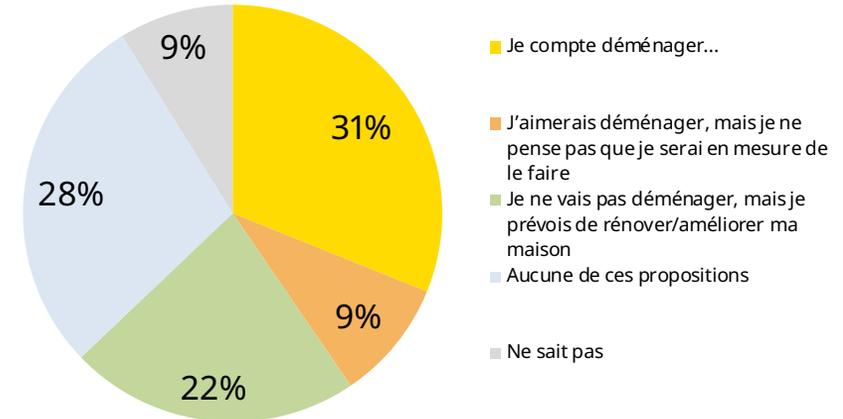
9% d'entre eux disent vouloir déménager, mais pensent qu'ils ne pourront pas.

La probabilité d'avoir l'intention de déménager diminue avec l'âge (génération Z 55%, baby-boomers 17%). Elle est plus élevée chez les locataires que chez les propriétaires (42%, 23%).

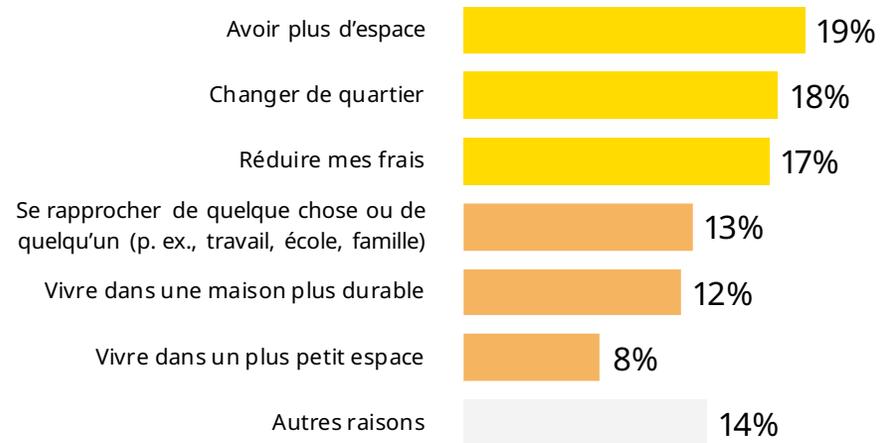
Les plans de rénovation et d'amélioration sont plutôt plus courants chez les générations plus âgées (baby-boomers et génération X 25-26%, génération Z 5%) et chez les propriétaires que les locataires (33%, 10%).

Parmi les personnes qui envisagent de déménager, les principales raisons sont d'avoir plus d'espace (19%), de changer de quartier (18%) et de réduire le coût de la vie. 12% veulent avoir une maison plus durable.

Plans de déménagement ou de rénovation/amélioration au cours des 2 prochaines années



Principale raison de déménager parmi les personnes qui envisagent de le faire



Question: Envisagez-vous de déménager ou de rénover/améliorer votre maison actuelle dans les deux prochaines années ? Veuillez sélectionner la réponse qui décrit le mieux votre situation

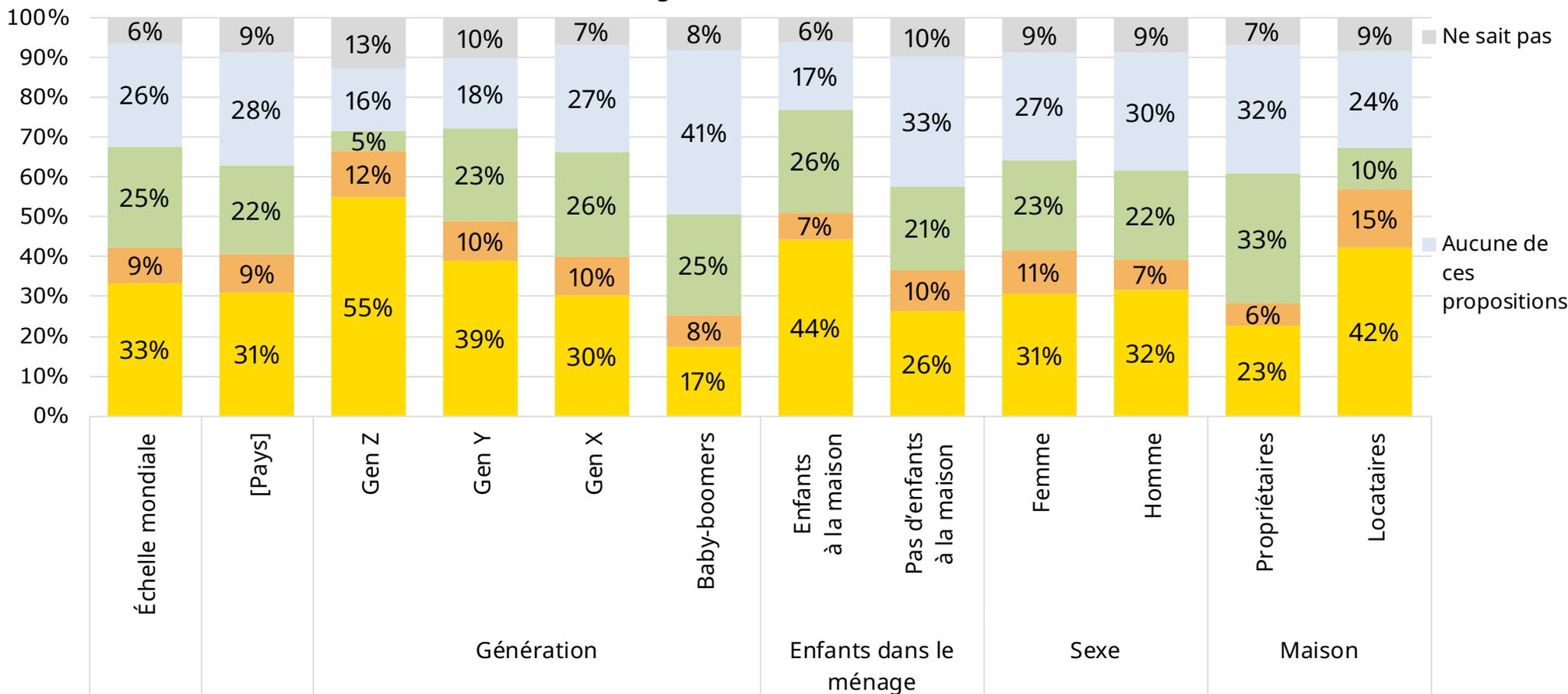
Base: Tous (Canada 1 014), Planification de déménagement (Canada 314)

Plans de déménagement, de rénovation ou d'amélioration

Question: Envisagez-vous de déménager ou de rénover/améliorer votre maison actuelle dans les deux prochaines années ? Veuillez sélectionner la réponse qui décrit le mieux votre situation

Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Plans de déménagement, de rénovation ou d'amélioration



11% des Canadiens prévoient de rénover la surface des murs dans les 2 prochaines années

C'est ainsi que la rénovation ou l'amélioration des maisons des Canadiens sont la plus souvent envisagée, suivie des rénovations mineures (7%) et des améliorations à l'extérieur (6%).

Les grands projets comme la rénovation d'une maison entière (1%), les changements structurels (1%) et l'installation de cuisines entièrement neuves (2%) sont généralement moins pris en compte.

Dans l'ensemble, tous les types de plans de rénovation ou d'amélioration des maisons sont plus courants chez les propriétaires que chez les locataires.

Rénovations et améliorations envisagées



Question: En ce qui concerne vos projets de rénovation/amélioration de votre maison d'ici les 2 prochaines années, quels types de rénovations ou d'améliorations envisagez-vous?

Base: Tous (Canada 1 014)

Remarque: cette question n'a été présentée qu'aux personnes qui envisagent une rénovation ou une amélioration, mais les pourcentages sont calculés comme des proportions de l'ensemble de la population.

04 Cuisiner et manger

53% des Canadiens affirment qu'il est plus sain de cuisiner à la maison que de manger à l'extérieur

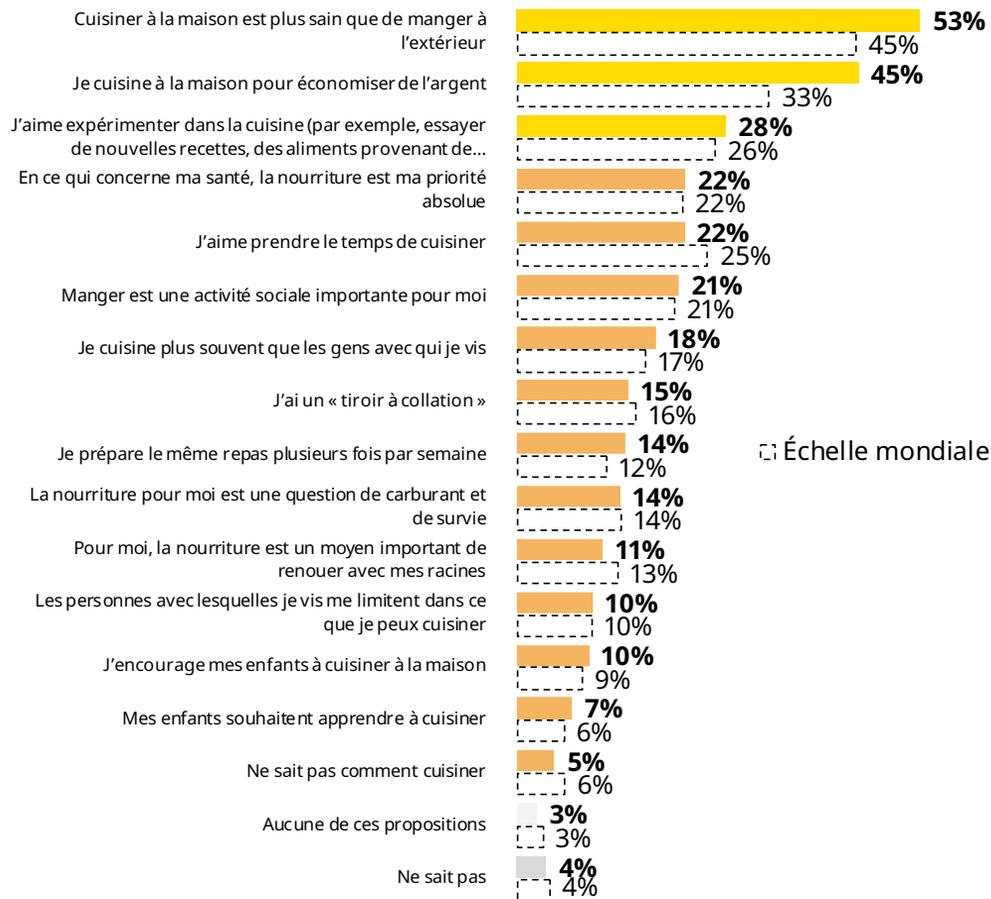
La probabilité d'avoir cette opinion augmente linéairement avec l'âge (génération Z 33%, Baby-boomers 67%). Le Canada est très en avance sur la moyenne mondiale dans ce domaine.

45% des Canadiens cuisinent à la maison pour économiser de l'argent, ce qui est beaucoup plus courant que la moyenne mondiale (33%). Ici, la génération Y (55%) et les personnes qui louent leur maison (53%) se démarquent du reste, tout comme les femmes (49%).

28% aiment expérimenter dans la cuisine. Ce pourcentage est plus élevé chez les femmes que chez les hommes (32%, 23%).

Parmi les Canadiens qui vivent avec des enfants, 36% les encouragent à cuisiner à la maison et 27% disent que leurs enfants aimeraient apprendre à cuisiner.

Énoncés sur la cuisine et l'alimentation



Question: Lequel de ces énoncés s'applique à vous? Veuillez sélectionner tous ceux qui s'appliquent
 Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

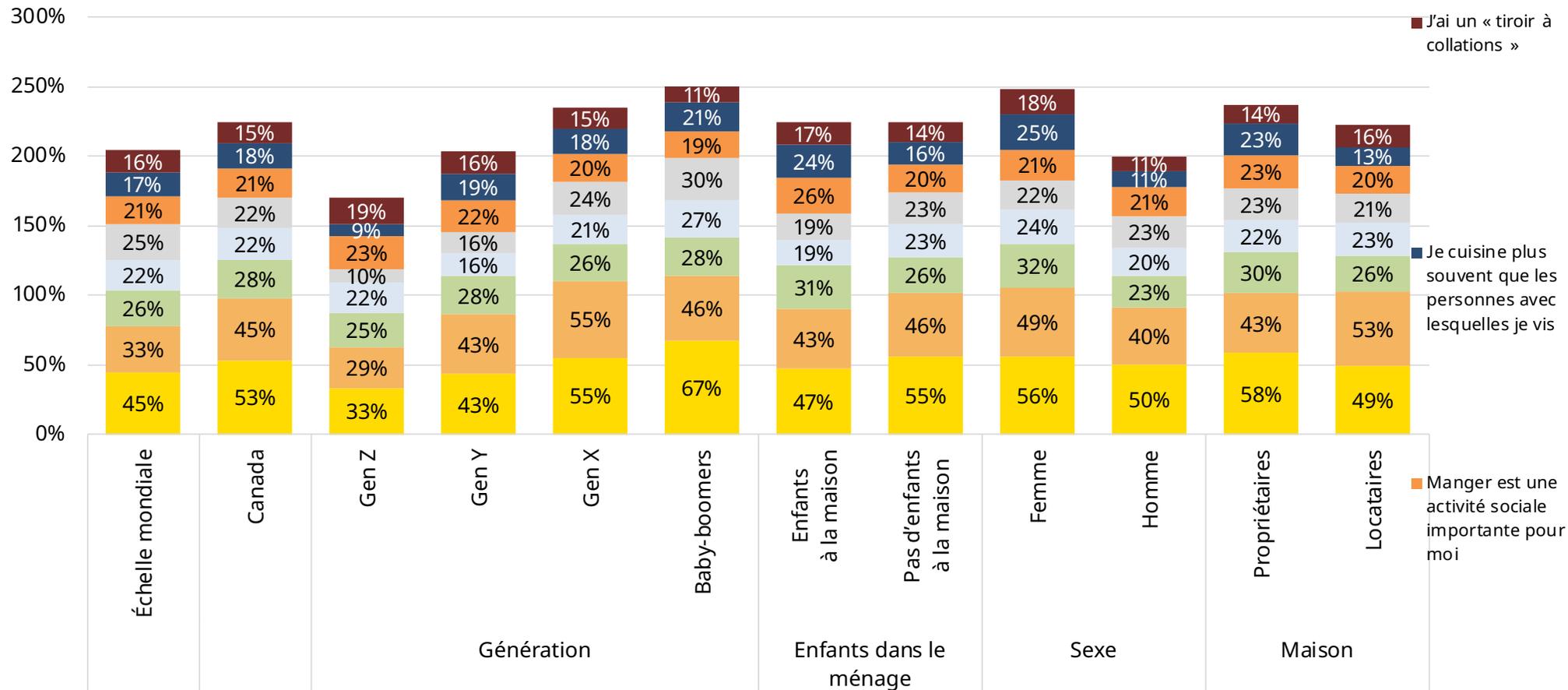
Énoncés sur la cuisine et l'alimentation (1/2)

Question Lequel de ces énoncés s'applique à vous? Veuillez sélectionner tous ceux qui s'appliquent

Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

N.-B. : Échelle différente de la diapositive 2/2

Énoncés sur la cuisine et l'alimentation



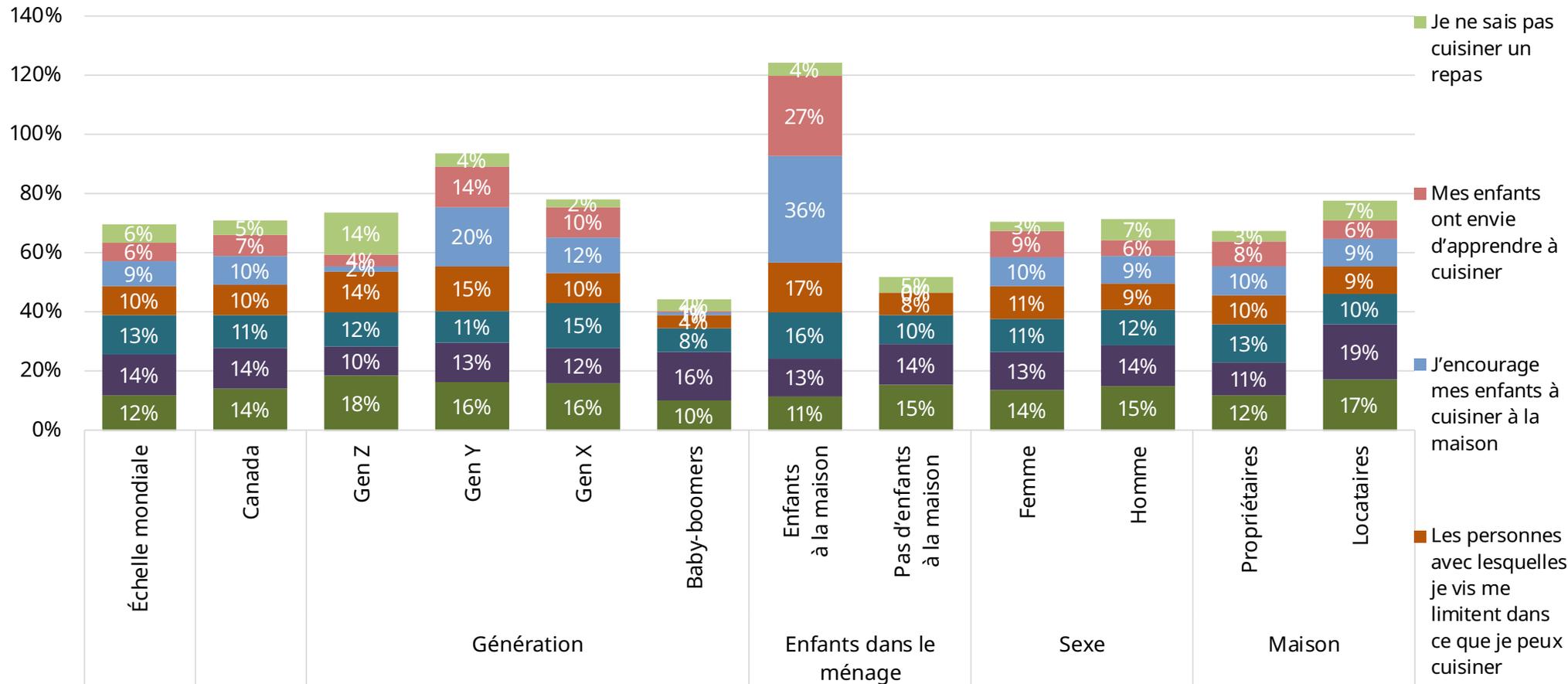
Énoncés sur la cuisine et l'alimentation (2/2)

Question Lequel de ces énoncés s'applique à vous? Veuillez sélectionner tous ceux qui s'appliquent

Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

N.-B. : Échelle différente de la diapositive 1/2

Énoncés sur la cuisine et l'alimentation



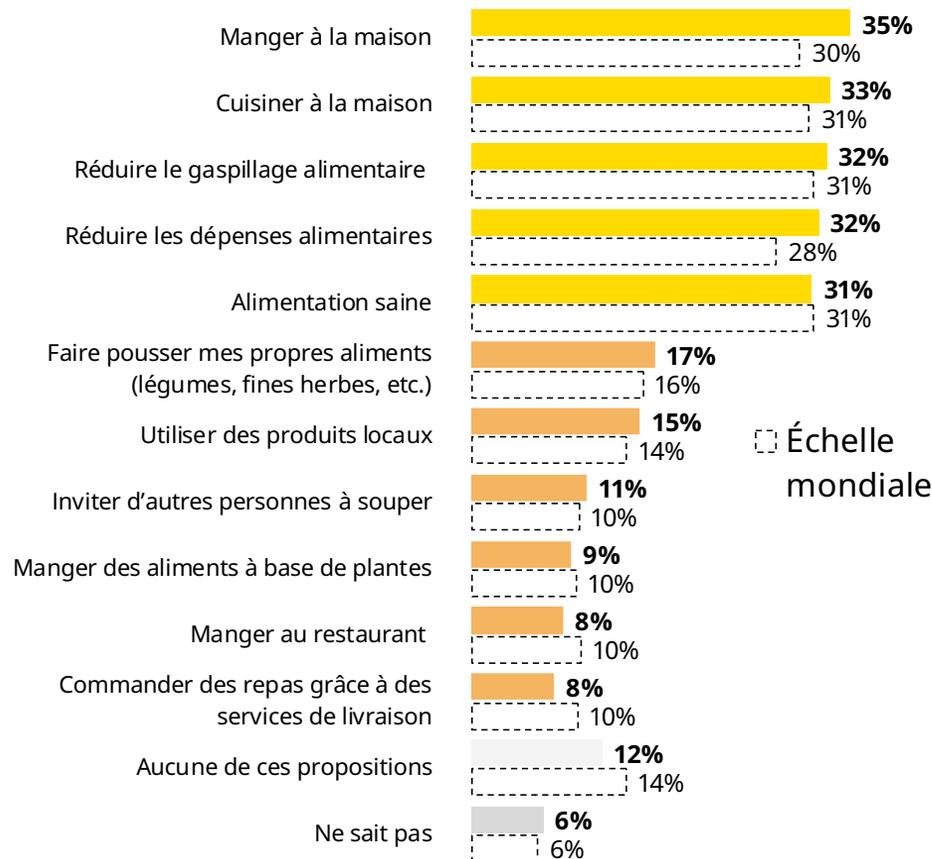
Comparativement à l'année dernière, 33% des Canadiens cuisinent davantage à la maison et 35% mangent davantage à la maison

Ces deux augmentations sont plus fréquentes chez les membres de la génération X et les baby-boomers, et plus chez les hommes que chez les femmes. La différence est particulièrement importante pour la cuisine à la maison.

Les générations plus âgées sont également plus susceptibles que les jeunes d'avoir réussi à réduire les dépenses pour la nourriture et le gaspillage alimentaire. Ces comportements sont plus susceptibles d'avoir augmenté chez les femmes que chez les hommes. Les locataires sont également plus susceptibles que les propriétaires de déclarer qu'ils réduisent davantage leurs dépenses alimentaires aujourd'hui qu'il y a un an.

Les habitudes alimentaires saines ont augmenté le plus chez les baby-boomers et le moins chez la génération Z (35%, 28%), et plus chez les hommes que chez les femmes (33%, 29%).

Ce que les gens font plus qu'il y a un an



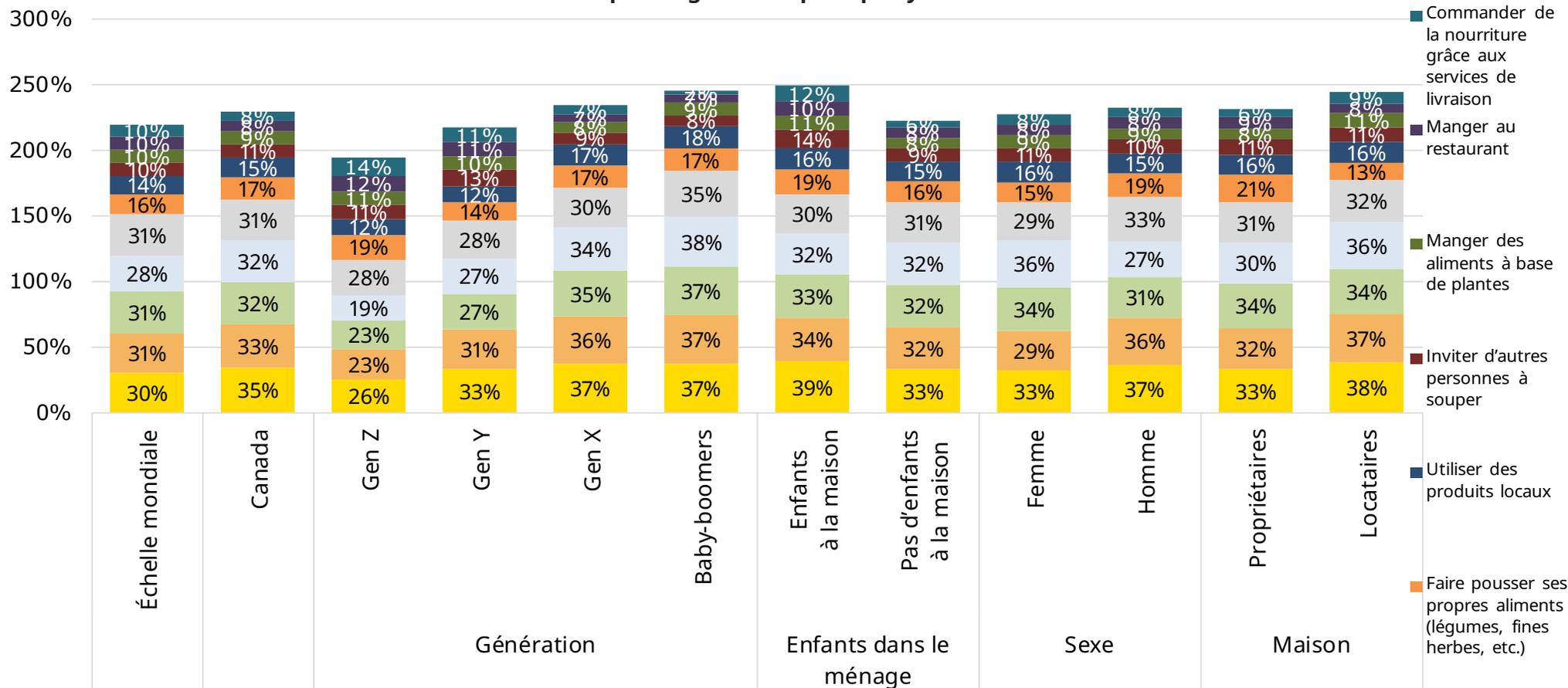
Question: Parmi les activités suivantes, quelles sont celles que vous faites davantage aujourd'hui que l'année dernière ? Sélectionnez tous les énoncés qui s'appliquent
 Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Ce que les gens font plus qu'il y a un an

Question: Parmi les activités suivantes, quelles sont celles que vous faites davantage aujourd'hui que l'année dernière ? Sélectionnez tous les énoncés qui s'appliquent

Base: Tous (Canada 1 014, Échelle mondiale 38 630)

Ce que les gens font plus qu'il y a un an



TACK

(« Merci » en suédois)

Pour toute question concernant le rapport sur la vie à la maison de IKEA Canada, veuillez contacter l'équipe Relations publiques de IKEA Canada par courriel:

MediaCanada@IKEA.com

