

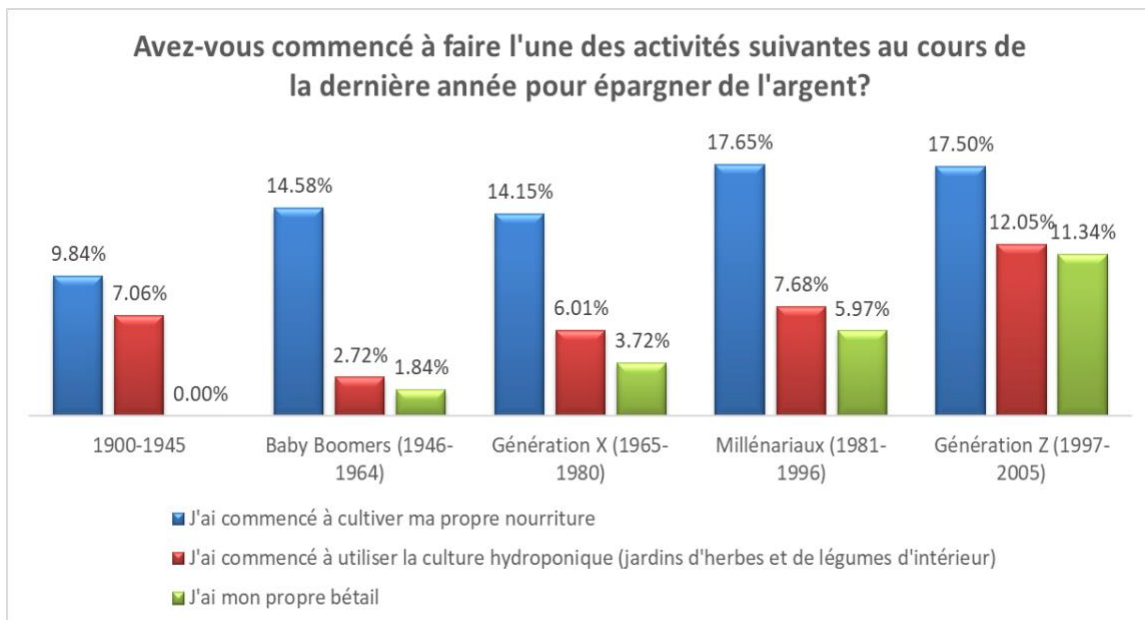


## Trois Canadiens sur quatre ont changé leur façon d'acheter de la nourriture au cours des 12 derniers mois pour faire face à l'inflation alimentaire

**HALIFAX, N.É. (22 septembre, 2022)** - L'inflation alimentaire a eu un impact sur la vie de la plupart des Canadiens et Canadiennes au cours des derniers mois. Le taux d'inflation des aliments au Canada est d'environ 10 % depuis mai de cette année. Statistique Canada vient d'annoncer que le taux d'inflation des aliments au détail était de 10,8% et de 7,4% dans la restauration. Les Canadiens ont essayé de faire face à la hausse des prix des aliments et des menus de plusieurs façons.

Le **Laboratoire de sciences analytiques en agroalimentaire**, en partenariat avec **Caddle**, publie aujourd'hui les résultats d'un sondage entrepris afin d'apprendre ce que les consommateurs canadiens ont fait pour faire face à la hausse des prix alimentaires au cours de la dernière année. Au total, 5 000 Canadiens ont été consultés entre le 8 et le 10 septembre 2022 pour cette enquête nationale.

Le sondage a d'abord examiné les décisions qui auraient pu entraîner des changements de mode de vie au cours de l'année écoulée. Alors qu'un total de 18,1 % des Canadiens se concentrent davantage sur leur santé et leur nutrition, 12,4 % ont déclaré avoir déménagé au cours de la dernière année seulement. Au total, 12,0 % des Canadiens ont changé d'emploi et 9,3 % ont commencé à faire de l'exercice. De plus, 7,1 % des Canadiens sont également devenus de nouveaux propriétaires d'animaux de compagnie.

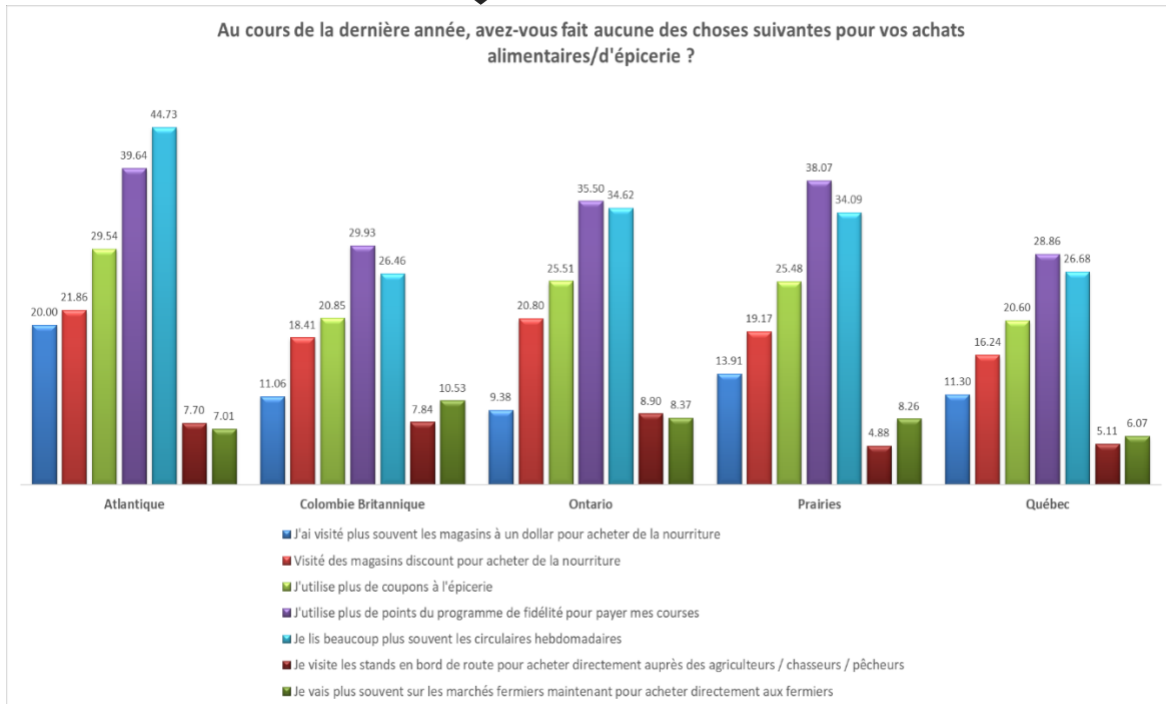




Une façon de faire face à la hausse des prix des denrées alimentaires serait d'en produire à domicile. L'enquête a ainsi cherché à savoir si les Canadiens cultivaient ou préparaient eux-mêmes leur nourriture en raison de la hausse des prix des aliments. Au total, 15,5 % des Canadiens ont répondu avoir commencé à cultiver leur propre nourriture au cours de la dernière année seulement. L'**Ontario** est la province avec le pourcentage le plus élevé à 17,4 %, suivi de la **Colombie-Britannique** à 16,2 %. Viennent ensuite l'**Atlantique** (15,2 %), le **Québec** (13,7 %) et les **Prairies** (13,1 %). Alors qu'un total de 6,2 % des Canadiens utilisent la culture hydroponique à la maison pour cultiver de la nourriture, 4,5 % affirment qu'ils ont dorénavant du bétail à la maison alors qu'ils n'en avaient pas il y a 12 mois.

L'enquête a également examiné les habitudes d'achat nouvellement adoptées. Alors que 8,0 % des Canadiens ont changé d'épicerie principale où ils achètent la plupart de leurs aliments, 12,9 % des Canadiens ont commencé à visiter plus d'un magasin au cours des 12 derniers mois. Les Canadiens sont également plus actifs en ligne.

Au cours des 12 derniers mois, 17,1 % des Canadiens ont commandé de la nourriture en ligne avec ramassage en magasin, alors que 12,2 % des Canadiens en ont commandé en ligne pour livraison à domicile. Soulignons que l'achat en ligne est généralement plus cher en raison des frais, mais nous n'avons pas sondé les raisons pour lesquelles les gens commandaient en ligne. Les boîtes-repas sont une autre option disponible en ligne. Au cours des 12 derniers mois, seulement 7,4 % des Canadiens ont commandé des boîtes-repas, ce qui est bien en deçà de notre dernier sondage sur le sujet. En mai 2022, 8,4 % des Canadiens étaient abonnés à un fournisseur de services de repas préparés, contre 12,8 % en novembre 2020. Cela est probablement dû au fait que les boîtes-repas sont perçues comme des options plus coûteuses pour les consommateurs.



La dernière partie de l'enquête s'est penchée sur les mécanismes de réduction des coûts adoptés par les consommateurs afin de faire face à la hausse des prix des aliments. Parmi les choix présentés, l'utilisation de points d'un programme de fidélisation est le changement d'habitude d'achat en épicerie le plus populaire. Au total, 33,7 % ont utilisé les points du programme de fidélité pour payer leurs courses au cours des 12 derniers mois. La deuxième option sont les circulaires hebdomadaires (32,1 %), suivies par l'utilisation de coupons, à 23,9 %.

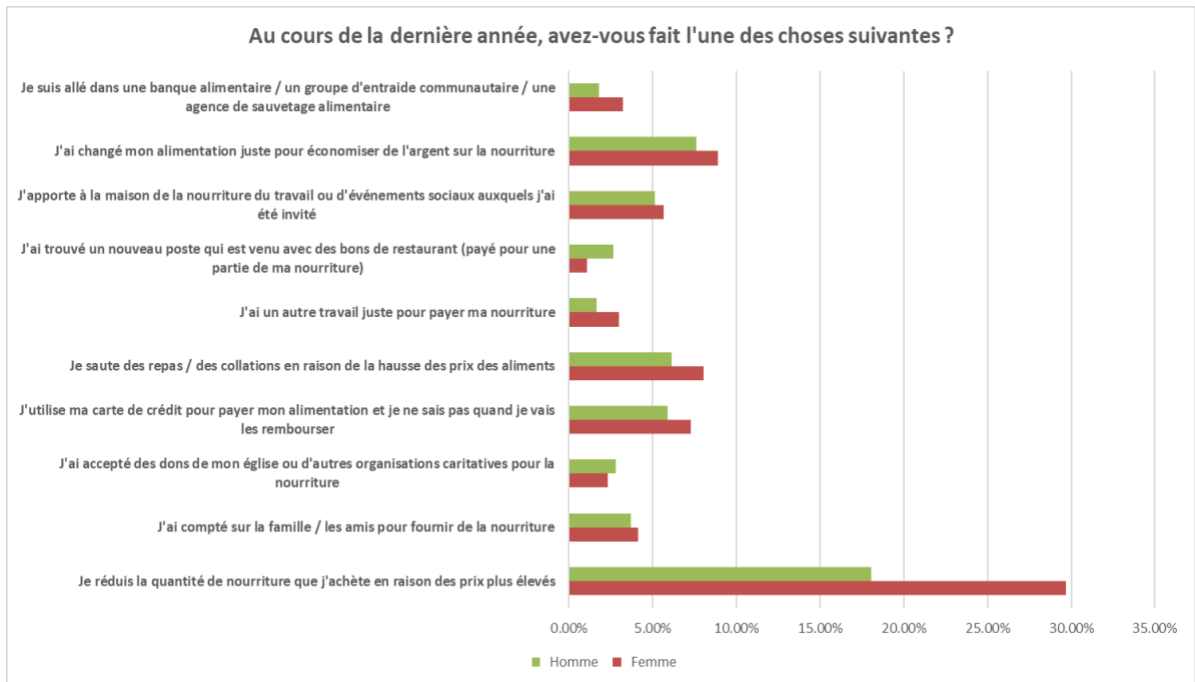
Alors que 19,1 % des Canadiens ont visité des magasins à rabais au cours des 12 derniers mois, 11,5 % des Canadiens ont visité plus souvent des magasins à un dollar pour acheter de la nourriture. Puis, 8,0 % ont visité plus souvent les marchés fermiers alors que 7,1 % des consommateurs se sont rendus dans des kiosques en bordure de route pour acheter directement auprès des agriculteurs au cours de la dernière année.

"Il semble que les Canadiens recherchent de manière proactive différentes façons d'économiser à l'épicerie", a déclaré le Dr Sylvain Charlebois, directeur du Laboratoire de sciences analytiques en agroalimentaire. "Ces options existaient déjà, mais l'inflation n'a fait que les rendre plus attrayantes, comme par exemple les programmes de fidélité et les coupons", a expliqué Charlebois à propos des résultats de l'enquête du Laboratoire.

L'étude s'est également penchée sur d'autres stratégies spécifiques telles que la réduction des déchets et les marques privées (de magasin). Les résultats se sont avérés intéressants. Au total, 40,6 % des Canadiens essaient de moins gaspiller de nourriture qu'il y a 12 mois.



Opter pour des produits alimentaires de marque privée devient également de plus en plus populaire. Au total, 21,0 % des Canadiens optent pour les étiquettes du magasin, moins chères la plupart du temps. La région de l'**Atlantique** est celle où le pourcentage le plus élevé de consommateurs opte maintenant pour des produits de marque maison, à 27,8 %, suivi du **Québec** à 22,5 %. De plus, 19,7 % des Canadiens achètent plus d'aliments dont la date de péremption est imminente. L'Atlantique a le pourcentage le plus élevé de consommateurs qui achètent des aliments dont la date de péremption approche à 29,1 %, suivi des Prairies à 19,5 %. Au total, nous estimons qu'environ trois Canadiens sur quatre ont changé leur façon d'acheter de la nourriture au cours des 12 derniers mois pour faire face à l'inflation alimentaire.



"Il est encourageant de constater que la réduction du gaspillage alimentaire est la première chose que font les consommateurs pour réduire les coûts", a déclaré Janet Music, co-auteure du rapport. "Les consommateurs semblent voir la réduction du gaspillage alimentaire comme une forme d'incitation, et pas seulement comme un moyen d'adopter un mode de vie plus durable."

Les questions ont également mesuré un côté plus sombre des compromis faits par les consommateurs ces jours-ci. Près de 24 % des Canadiens réduisent maintenant la quantité d'aliments qu'ils achètent en raison de l'inflation alimentaire plus élevée. Les **consommatrices** qui choisissent de réduire la quantité de nourriture achetée sont plus nombreuses que les **hommes** qui choisissent de faire de même, 29,6 % contre 18,0 %. Des changements alimentaires ont été apportés par 8,2% juste pour économiser de l'argent. Alors qu'un total de 7,1 % sautent désormais des repas, 6,6 % des Canadiens paient leurs courses avec une carte de crédit sans savoir quand ils pourront les rembourser. D'autres mesures sont également suivies par les Canadiens.

AGRI-FOOD ANALYTICS LAB/LABORATOIRE DE SCIENCES ANALYTIQUES EN AGROALIMENTAIRE

<https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>



Vous pouvez télécharger les résultats préliminaires de l'enquête en anglais et en français au :  
<https://www.dal.ca/sites/agrifood.html>.

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquez avec :

Dr. Sylvain Charlebois, Directeur (bilingue)

Laboratoire de sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

[sylvain.charlebois@dal.ca](mailto:sylvain.charlebois@dal.ca)

Janet Music, Coordinatrice du programme de recherche (English only)

Laboratoire de sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

[janet.music@dal.ca](mailto:janet.music@dal.ca)

**Méthodologie du sondage :** Caddle est l'un des panels actifs les plus crédibles sur le marché canadien. Un sondage représentatif des Canadiens a été mené en septembre 2022, en partenariat avec Caddle. 5 000 Canadiens ont participé à ce sondage. Marge d'erreur : +/- 2,1 %, 19 fois sur 20. Tout écart dans ou entre les totaux est dû à l'arrondissement.

**Divulgateion :** Le financement de l'enquête a été fourni par Caddle et l'Université Dalhousie.