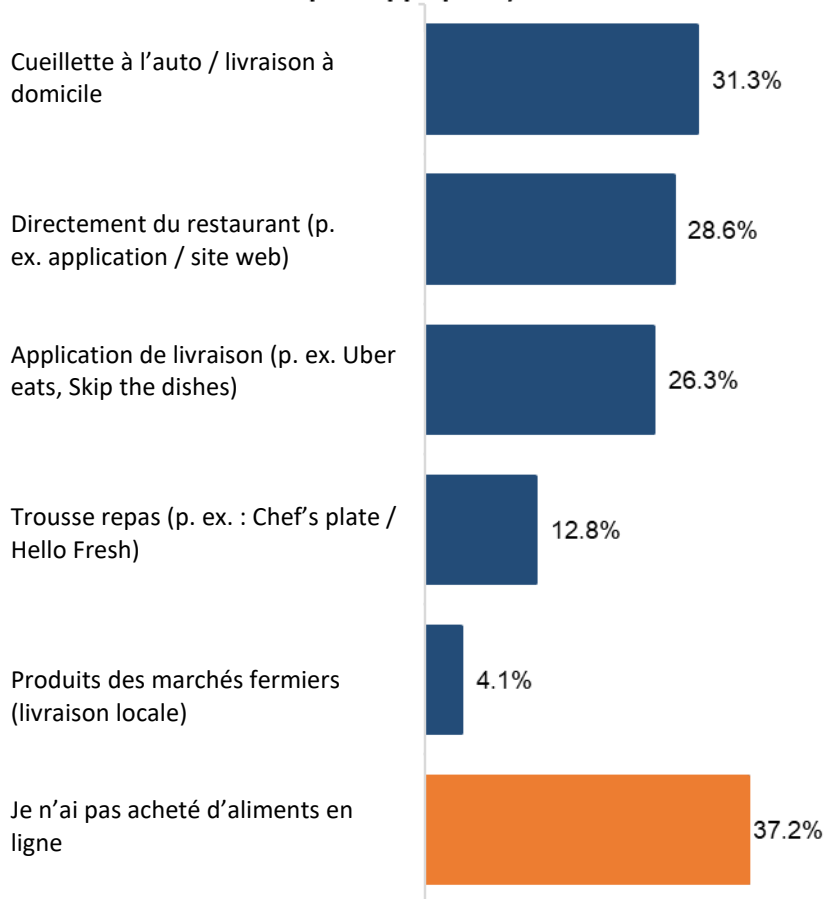


Une nouvelle étude nous révèle que près de la moitié des Canadiens ont l'intention de commander de la nourriture en ligne au moins une fois par semaine après la pandémie.

HALIFAX, N.-É. (12 novembre 2020) – Le **Laboratoire en science analytique agroalimentaire de l'Université Dalhousie**, en partenariat avec **Caddle**, publie une étude sur le commerce électronique dans l'industrie alimentaire. Le rapport s'intitule « L'impact de la COVID-19 sur l'industrie alimentaire et le commerce électronique ». Les services en ligne se sont considérablement améliorés partout au pays, et les Canadiens ont maintenant plus d'options en ligne que jamais auparavant. Le rapport examine ce que les Canadiens achètent en ligne et identifie les raisons pour lesquelles les Canadiens utilisent ces services en ligne pour obtenir de la nourriture. Il examine également la quantité d'activités en ligne effectuées après la pandémie. Au total, **7 290 Canadiens** ont été interrogés au début du mois de novembre.

Laquelle des expériences d'achat EN LIGNE suivantes avez-vous utilisées au cours des 6 derniers mois? (Veuillez sélectionner tous les choix qui s'appliquent)



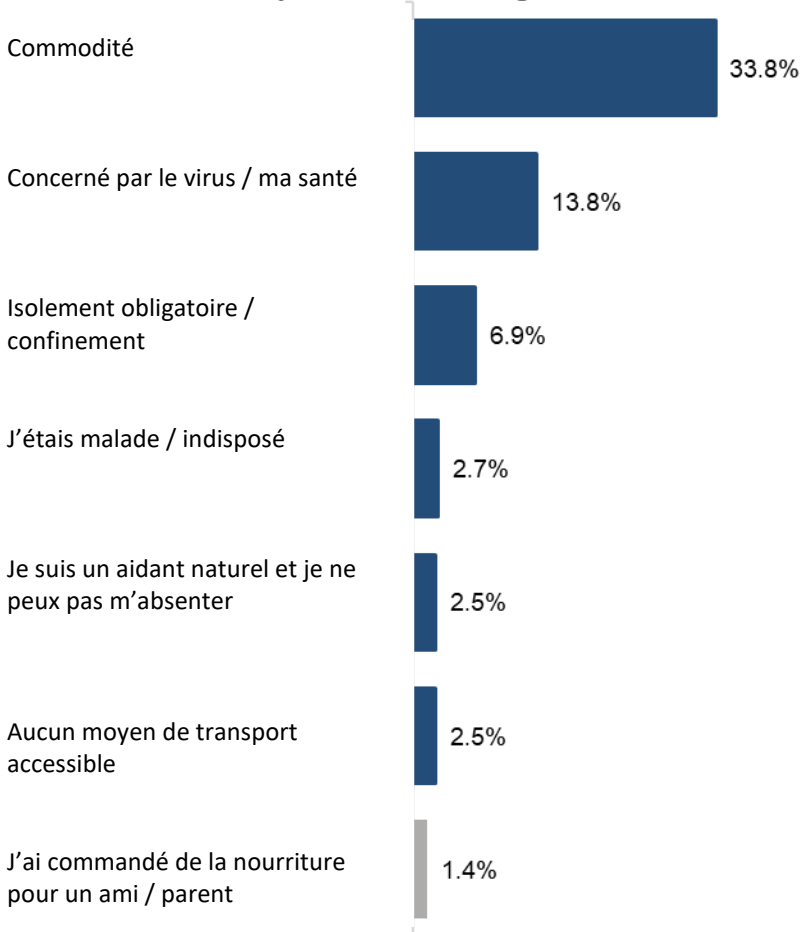
Au cours des six derniers mois, plusieurs entreprises se sont engagées à investir davantage dans des projets facilitant la distribution numérique et le commerce électronique.

Au Canada, nous estimons que plus de **12 milliards de dollars** ont été engagés dans les services d'interface en ligne au sein de l'industrie alimentaire. Nous avons d'abord examiné le type de services que les Canadiens ont utilisé au cours des six derniers mois. Au total, **31,3 % des Canadiens ont eu recours aux services de cueillette à l'auto ou de livraison à domicile par des épiciers au cours des six derniers mois.** C'est le choix le plus populaire dans toutes les provinces, à l'exception du Québec (où l'achat direct du restaurant représente l'option la plus populaire). Alors que 28,6 % ont utilisé un service en ligne pour obtenir de la nourriture directement à partir

d'un restaurant, **26,3 % des Canadiens ont utilisé une application téléphonique pour obtenir de la nourriture d'un restaurant.** Les fournisseurs de mets préparés ont également constitué un choix populaire, à **12,8 %**, suivi par les marchés fermiers en ligne, à **4,1 %**.

Alors que 57,1 % des **baby-boomers** n'ont pas utilisé de services en ligne au cours des six derniers mois, environ un quart (28,5 %) des **milléniaux** n'ont utilisé aucun service. En tout, 63,8 % des Canadiens ont commandé des aliments en ligne au cours des six derniers mois. Le taux le plus faible de consommateurs n'utilisant pas un service en ligne pour obtenir des aliments est celui de la **Colombie-Britannique** (34,3 %), suivi de l'**Ontario** (34,7 %).

Laquelle des options suivantes décrit le mieux pourquoi vous avez acheté de la nourriture pour la première fois en ligne?



Les aliments les plus populaires étaient ceux provenant de la restauration rapide (33,1 %), suivi des **fruits et légumes** (22,0 %), des **produits laitiers** (21,5 %) et de la **boulangerie** (20,6 %). Au total, 8,7 % ont commandé des boissons alcoolisées en ligne au cours des six derniers mois. La restauration rapide représentait le choix le plus populaire dans toutes les provinces, à l'exception du **Nouveau-Brunswick** et de l'**Île-du-Prince-Édouard**. Les denrées non périssables étaient plus populaires dans la province du **Nouveau-Brunswick**, tandis que les fruits et légumes étaient plus populaires à l'**Île-du-Prince-Édouard**.

La commodité s'avère la raison la principale pour laquelle les Canadiens ont commandé des aliments en ligne (33,8 %). Les préoccupations au sujet du virus (13,8 %) constituaient la

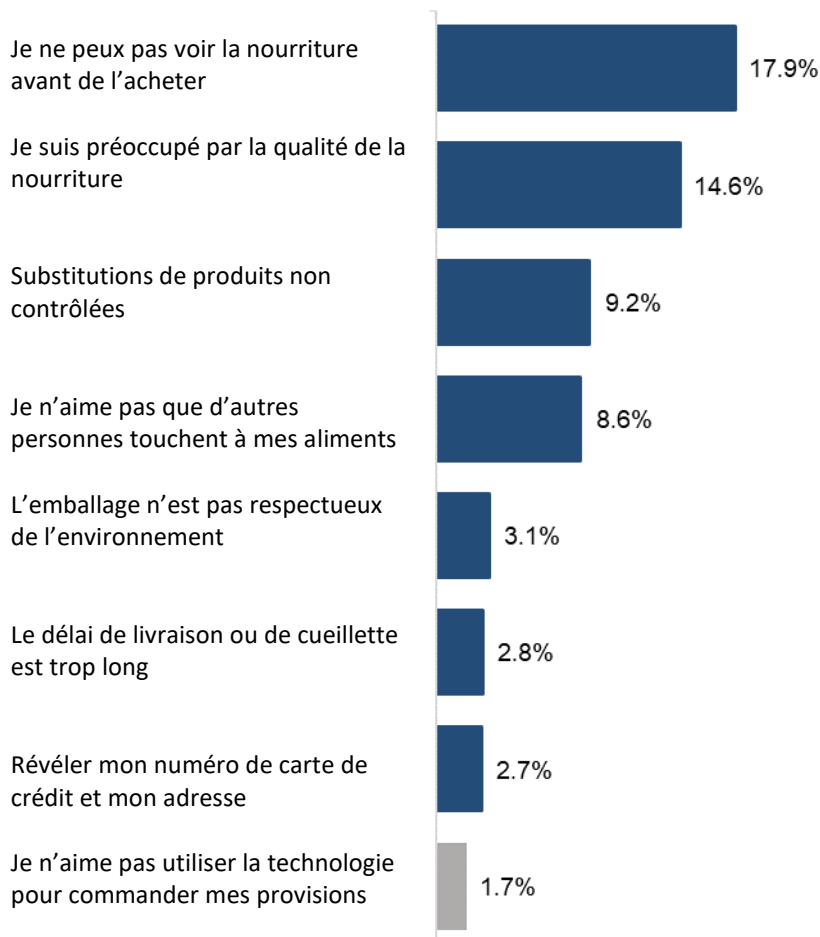
deuxième raison importante. En **Nouvelle-Écosse** on retrouve le pourcentage le plus élevé de personnes qui ont commandé de la nourriture en ligne en raison de la maladie liée au virus (20,4 %). L'isolement obligatoire était la raison pour laquelle 6,9 % des Canadiens ont commandé des aliments en ligne.

Sylvain Charlebois, directeur du Laboratoire, n'est pas surpris des résultats. « Avec la COVID-19, le commerce électronique devient clairement une option pour un nombre croissant de consommateurs », a déclaré Dr Charlebois. « Avec les données dont nous disposons maintenant et compte tenu des investissements dans le secteur, nous croyons que même après la pandémie, les Canadiens continueront d'apprécier la commodité fournie par l'achat en ligne. »

L'enquête a également posé des questions sur l'activité en ligne avant, pendant et après la pandémie. Avant la pandémie, 29,6 % des Canadiens déclaraient avoir commandé de la nourriture en ligne, une fois par semaine. Au cours des six derniers mois, ce pourcentage a grimpé à 45,4 %. **Nous estimons qu'au cours des six derniers mois, 4,2 millions de Canadiens de plus ont commandé de la nourriture en ligne au moins une fois par semaine.** Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient l'intention de commander des aliments en ligne au moins une fois par semaine après la pandémie, **49,4 % ont acquiescé, ce qui représente près de la moitié de la population active canadienne.** Cela pourrait suggérer que la pandémie a incité de nombreux consommateurs et ménages à adopter des habitudes durables.

Avant la pandémie, les ventes en ligne dans l'industrie alimentaire (détail) étaient estimées à environ 1,7%, selon Nielsen. En raison du COVID-19, les ventes en ligne pourraient tripler d'ici la fin de 2020.¹

Qu'est-ce que vous n'aimez vraiment pas lorsque vous commandez de la nourriture en ligne ?



Les **frais de livraison** et de service constituent un obstacle important pour de nombreux Canadiens lorsqu'ils utilisent des services en ligne. Alors que 45,7 % des Canadiens ne sont pas disposés à payer des frais, 32,4 % consentiraient à payer des frais allant jusqu'à 5 %. Les abonnements mensuels n'ont pas vraiment la cote, car 58,7 % des Canadiens ne paieraient pas un abonnement pour n'utiliser qu'un seul service. Toutefois, 24,2 % des Canadiens seraient prêts à payer un abonnement pour un service de livraison de nourriture en ligne, s'ils en avaient l'occasion.

Le sondage a également posé des questions sur les aspects positifs et négatifs de l'achat de la restauration ou de l'épicerie en ligne. Pour ce qui est de la restauration, la qualité et l'emballage représentent les principales préoccupations mentionnées

par les Canadiens.

¹ <https://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/online-grocery-delivery-grow-dramatically-1.5451428>

En ce qui concerne les épiceries, les principales aversions résidaient dans le fait de ne pas voir les aliments avant de les acheter, de ne pas pouvoir s'assurer de la qualité, d'accepter des substitutions de produits non contrôlés, et de permettre à d'autres personnes de toucher à la nourriture achetée. Étonnamment, l'emballage ne semble déranger que peu de personnes.

Fin du rapport. Plus de données/résultats disponibles sur demande.

Méthodologie : Au total, 7 290 Canadiens ont été interrogés. Panneau Omnibus, **Caddle**, novembre 2020. L'échantillon comporte une marge d'erreur de +/- 1,7 point de pourcentage, 19 fois sur 20. Les écarts entre les totaux sont dus à l'arrondissement. Les données ont été recueillies par Caddle.

Approbation du Conseil d'éthique de la recherche : No. 2020-5215.

Divulgateion : Le financement de ce sondage a été fourni par Caddle (<https://getcaddle.com/partners/solutions/>) et l'Université Dalhousie.

Équipe de recherche :

Dr Sylvain Charlebois (Sylvain.charlebois@dal.ca)
Directeur, Laboratoire en science analytique agroalimentaire, Université Dalhousie

Janet Music (Janet.music@dal.ca)
Associée de recherche, Laboratoire en science analytique agroalimentaire, Université Dalhousie