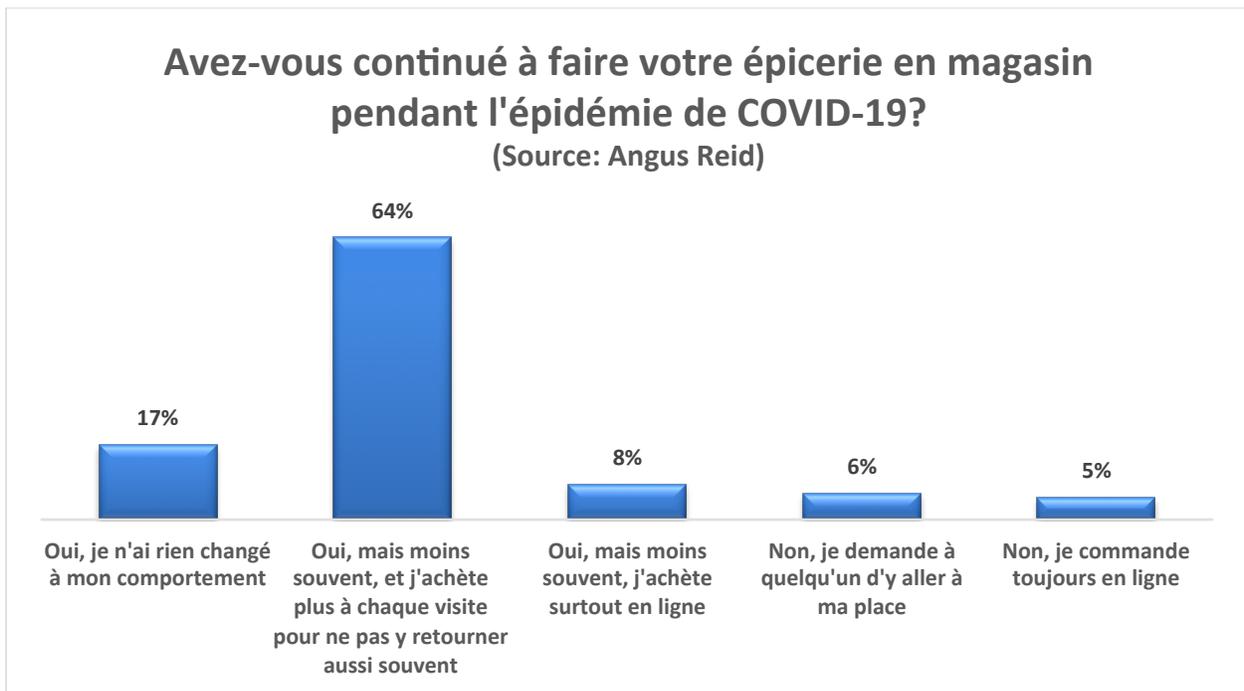


**Une nouvelle étude sur l'épicerie en temps de COVID-19 suggère que 95% des Canadiens prennent maintenant de nouvelles précautions lorsqu'ils font leurs emplettes**

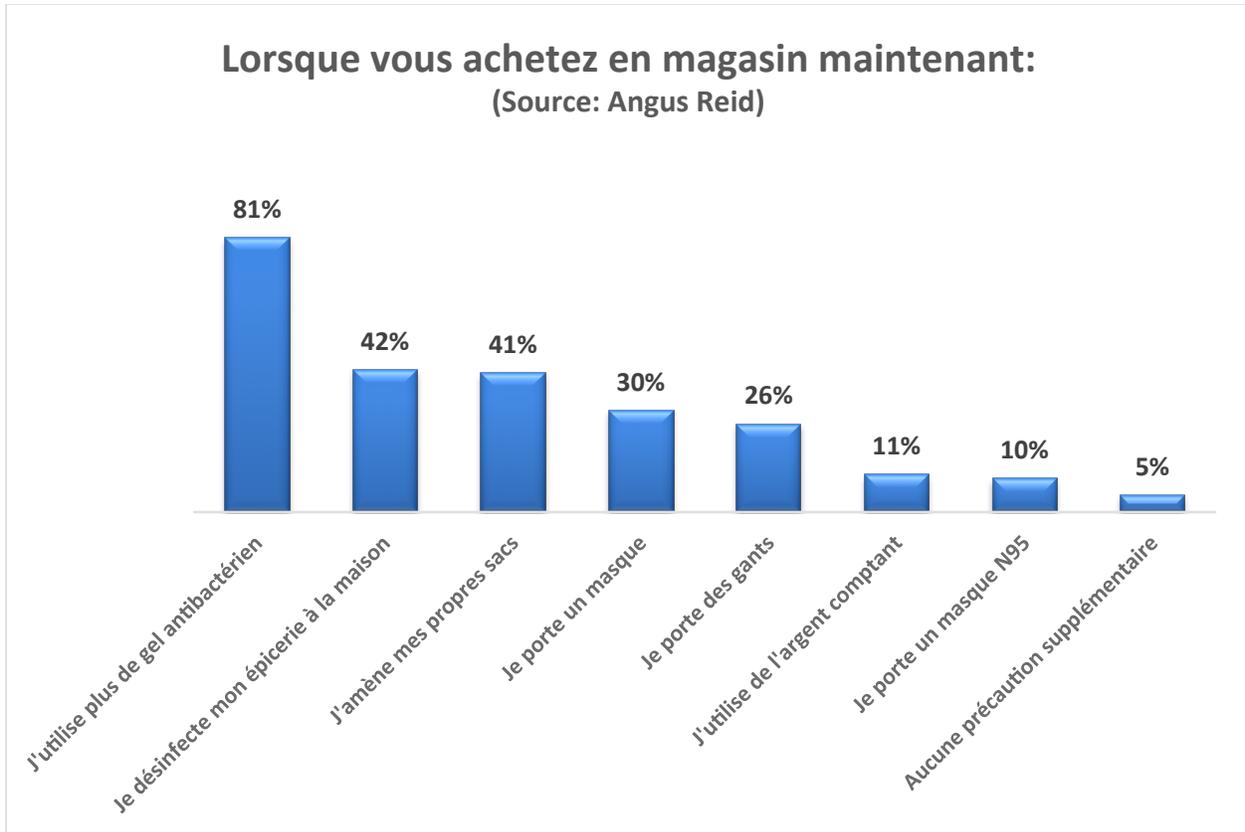
**HALIFAX, NS. (5 mai, 2020)** – La plupart des Canadiens et Canadiennes auront déjà remarqué qu'une visite à l'épicerie n'est plus la même. Beaucoup vont à l'épicerie avec une approche différente ou cherchent des options alternatives pour s'approvisionner en nourriture à domicile. L'Université Dalhousie, en partenariat avec Angus Reid, a mené un sondage sur les attitudes et les nouvelles habitudes des Canadiens pendant la crise de la COVID, à l'épicerie autres secteurs reliés.

Nous avons tout d'abord demandé aux Canadiens s'ils avaient bien continué de se rendre en magasin pour faire l'épicerie pendant la pandémie. Un total de 64% des consommateurs achètent toujours dans les magasins mais font une plus grosse épicerie afin de ne pas avoir à revenir aussi souvent en commerce. L'achat de panique, de même que l'accumulation excessive, ne sont plus mesurables dans la plupart des magasins du pays. Aujourd'hui, 5% des Canadiens achètent tous leurs aliments en ligne. Pour cette nouvelle habitude, la région de l'Atlantique a un taux supérieur à la moyenne nationale avec 7%. Cela peut ne pas sembler être très élevé, mais nous croyons que le nombre de consommateurs qui achètent régulièrement des aliments en ligne a quadruplé depuis le début de la pandémie de la COVID-19. De plus, environ 6% des consommateurs demandent à quelqu'un d'autre d'aller à l'épicerie pour eux.



La pandémie a créé de nouvelles habitudes chez les acheteurs. Aussi, 81% utilisent désormais un désinfectant pour les mains lors de leur sortie à l'épicerie tandis que 42% prennent des précautions supplémentaires et essuient les articles achetés avec du désinfectant lorsqu'ils reviennent à domicile. En ce qui concerne les équipements de protection individuelle, 30% des personnes interrogées portent

désormais un masque en épicerie, dont 10% utilisant un masque N95. Notre sondage a également révélé que 26% des personnes portent régulièrement des gants lorsqu'ils font leur épicerie.

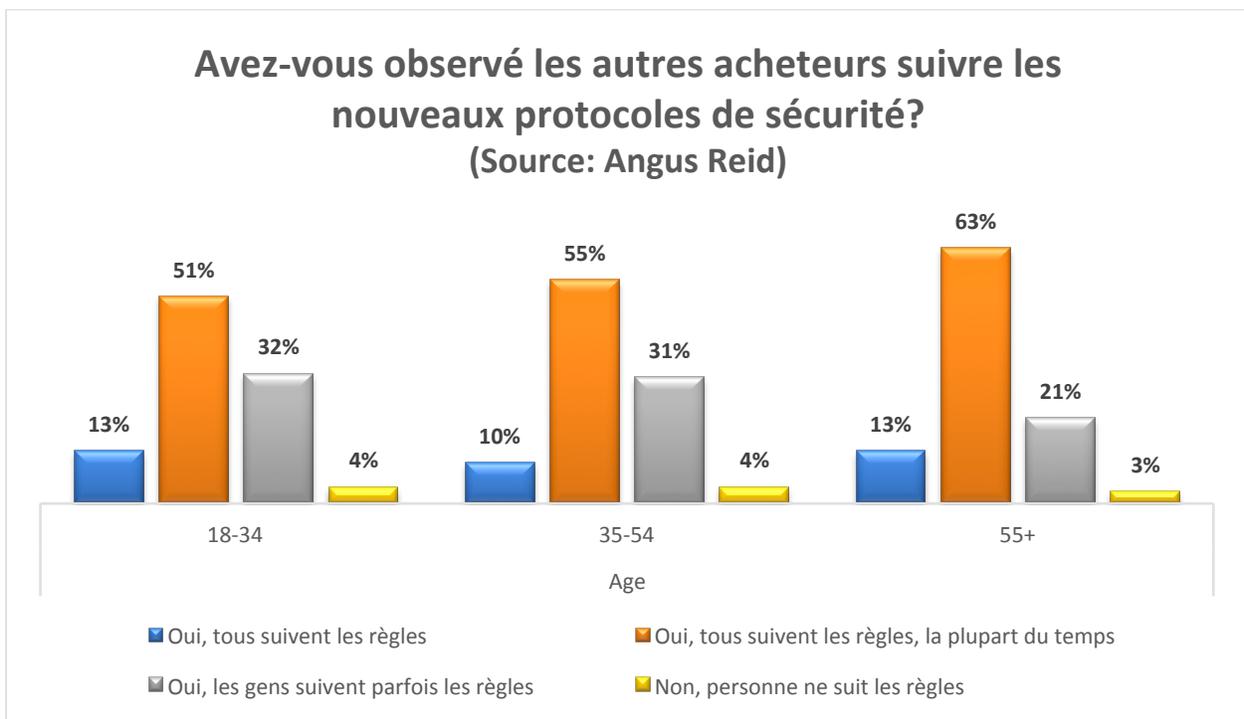


De nombreux magasins ont mis en place de nouvelles mesures strictes depuis le début de la crise de la COVID-19. À Toronto, T&T et Longo's prennent la température des clients lorsqu'ils entrent dans leurs magasins. Au Québec, il a été signalé que Costco demande dorénavant à tous les clients de porter un masque lorsqu'ils visitent leurs magasins. Étant donné que les masques et les gants sont aujourd'hui chose courante et que nous vivons la pandémie depuis déjà plus de 2 mois, nous ne pensons pas que l'achalandage sera affecté pour les magasins qui envisagent mettre en œuvre de nouvelles mesures de sécurité plus strictes. La plupart de ces mesures sont encouragées par les responsables de la santé publique.

Dans les épiceries, les consommateurs voient dorénavant des choses qu'ils n'auraient jamais vues avant la pandémie. Nous avons demandé aux Canadiens s'ils avaient remarqué de nouvelles procédures de sécurité mises en place dans les magasins. 95% des répondants ont remarqué que le plexiglas était utilisé dans les magasins d'alimentation, de loin la nouvelle caractéristique la plus notable pour les consommateurs. Au total, 91% des consommateurs ont remarqué des flèches indiquant la direction que les consommateurs doivent prendre lorsqu'ils parcourent les allées. De plus, 90% ont remarqué la sécurité accrue afin de maintenir le nombre d'acheteurs à la limite légale en magasin. Enfin, 58% des

Canadiens ont remarqué que les caissiers et caissières portaient des masques. Curieusement, c'est au Québec que ce pourcentage est le plus bas, à 29%. Le pourcentage le plus élevé se situe dans la région de l'Atlantique, avec 64%.

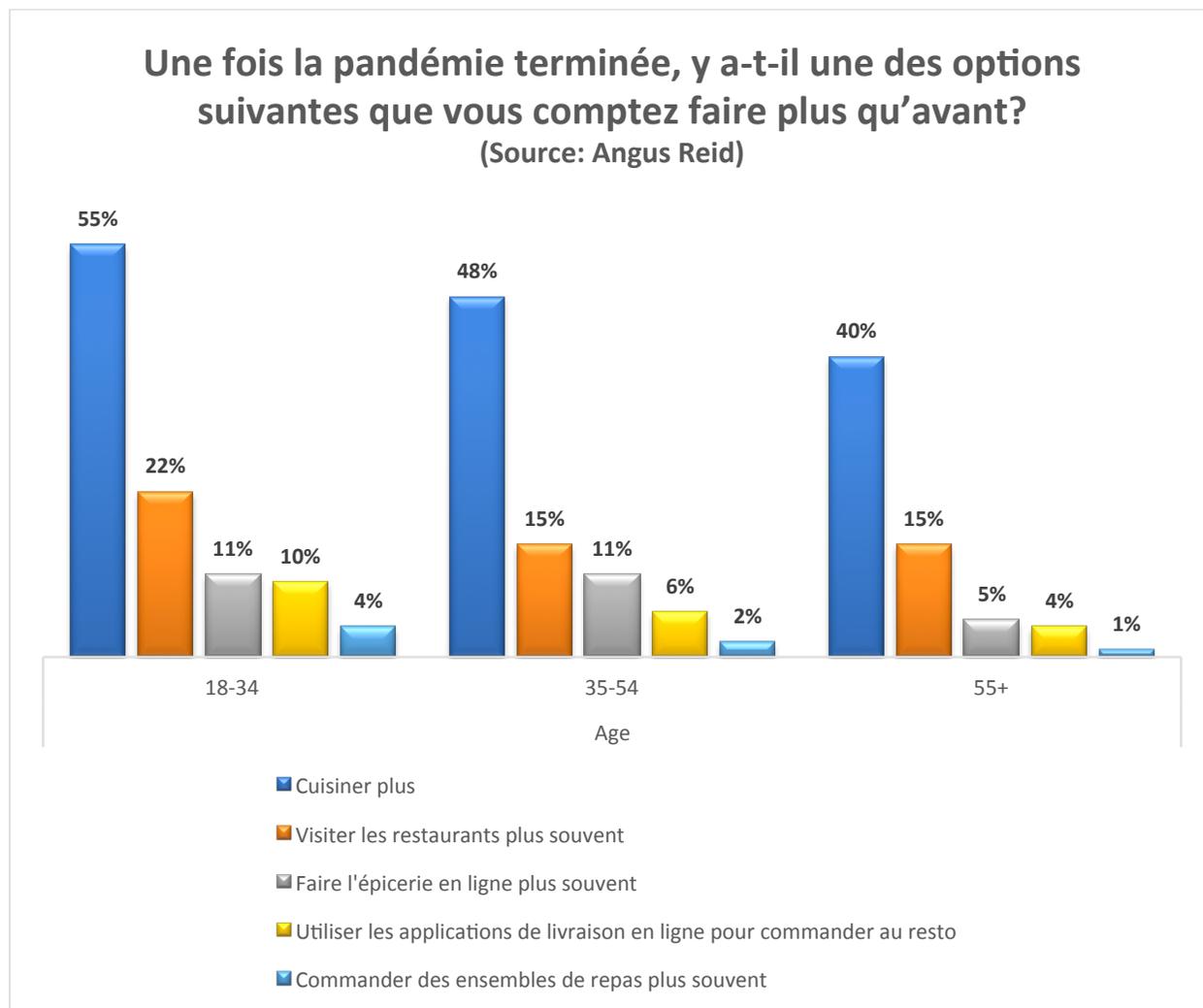
Aussi, 47% des Canadiens ont été invités à emballer leurs propres sacs lors des visites en épicerie. Le pourcentage le plus bas était en Saskatchewan, avec 36%, et le plus élevé au Manitoba, avec 64%. Au cours de cette enquête, nous avons interrogé les Canadiens et Canadiennes quant au respect des nouvelles règles de sécurité mises en œuvre. Seuls 12% déclarent que tous les acheteurs croisés respectent les nouveaux protocoles de sécurité. Au Québec, nous avons trouvé le pourcentage le plus élevé de consommateurs croyant que tous suivent constamment les nouveaux protocoles, avec 21%, alors que le plus bas taux se retrouve en Saskatchewan, à 5%.



Nous avons également analysé les différents groupes d'âge. Les résultats suggèrent que les plus jeunes acheteurs estiment que les autres acheteurs ne respectent pas autant les nouvelles règles. Quant aux acheteurs plus âgés, ils semblent croire que la plupart des gens suivent bien les règles lorsqu'ils font leurs courses.

Enfin, nous avons demandé ce que les Canadiens avaient l'intention de faire une fois la pandémie terminée. Au total, 47% des Canadiens ont l'intention de cuisiner davantage une fois la pandémie terminée, les jeunes exprimant le plus cette intention avec une proportion s'élevant à 55%. Quant aux restaurants, 17% des Canadiens ont l'intention de les visiter plus souvent qu'avant la crise, la jeune génération exprimant également plus cette intention avec 22%. On remarque une hausse notable quant à l'intention de commander régulièrement de la nourriture en ligne, avec un total de 9% de Canadiens,

comparativement à moins de 2% avant la pandémie. Enfin, 6% des Canadiens ont l'intention d'utiliser les applications de livraison de nourriture plus souvent et 2% prévoient commander des trousse de repas plus souvent après la pandémie.



Les **applications de livraison de nourriture** comme **UberEATS**, **SKIP** et **GrubHub** connaissent une bonne popularité. En février 2020, notre Laboratoire a rapporté que les Canadiens ont commandé pour **4,7 milliards de dollars de repas livrés à domicile en 2019**, et près de **1,5 milliard de dollars** ont été commandés à l'aide d'une application de livraison de nourriture. Au total, **39 % de tous les Canadiens** ont essayé au moins une fois une application de livraison de nourriture. Pour 2020, en raison de la COVID-19, nous estimons maintenant que les ventes pourraient dépasser 2,5 milliards cette année.

#### Fin du rapport.

**Méthodologie:** Un total de 1 503 Canadiens et Canadiennes ont été sondés le 30 avril 2020 lors d'une enquête nationale menée par Angus Reid. L'échantillon comporte une marge d'erreur de +/- 3,1

pourcent, 19 fois sur 20. Les écarts entre les totaux sont dus à l'arrondissement. Plus de données sur les ensembles de repas et les applications de livraison de nourriture sont disponibles sur demande.

**Divulgation:** Le financement de cette enquête provient de la compagnie Angus Reid et de l'Université Dalhousie.