

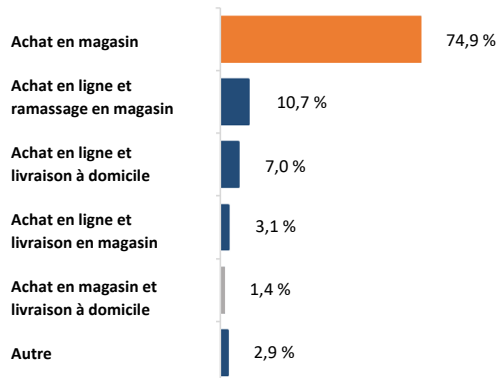
## Selon un nouveau rapport, le secteur de l'industrie alimentaire sera très différent après la pandémie

**HALIFAX, N.-É. (27 mai 2021)** - Le **Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire** de l'**Université Dalhousie**, en partenariat avec **CADDLE**, publie un nouveau rapport sur l'avenir du secteur de l'industrie alimentaire.

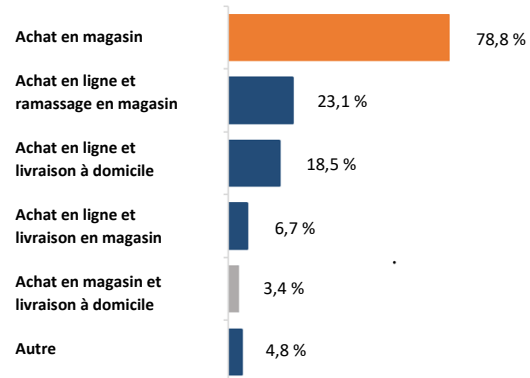
En mai 2021, on a interrogé 10 024 Canadiens sur leurs achats en épicerie. L'objectif de ce projet était de mieux comprendre les répercussions que la pandémie pourrait avoir sur l'expérience en épicerie au fil du temps. De nombreuses questions ont été posées aux Canadiens sur la façon dont ils choisissent les magasins et sur ce qu'ils pensent de leurs visites en général. Plusieurs sujets ont été abordés, notamment les programmes d'adhésion, la conception des magasins, les aliments locaux, les caisses en libre-service, les plantes, le jardinage, l'emplacement et les achats en ligne. Sur la base des données recueillies, voici les résultats les plus pertinents de l'étude :

- 1) Le dilemme entreprise virtuelle/traditionnelle** : Les achats en ligne continueront de générer davantage de ventes pour le secteur à l'avenir. Près du quart des Canadiens (22,2 %) a l'intention d'acheter en ligne régulièrement et le pourcentage reste aussi obstinément élevé pour le ramassage.

Dans la liste qui suit, quelle méthode prévoyez-vous utiliser le plus pour acheter vos produits d'épicerie au cours des 6 prochains mois ?



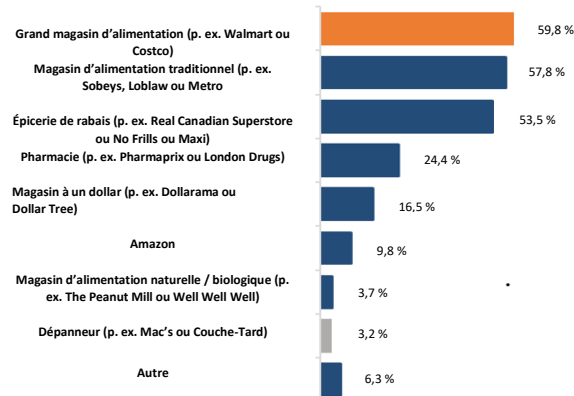
Dans la liste qui suit, quelle méthode prévoyez-vous utiliser pour acheter vos produits d'épicerie au cours des 6 prochains mois ? (Sélectionnez tout ce qui s'applique)



- 2) Déloyauté du magasin** : Pendant la COVID, un Canadien sur quatre (25 %) a changé de magasin d'alimentation pour faire ses achats. Il s'agit d'un résultat important, probablement attribuable à la façon dont les consommateurs percevaient les risques lorsqu'ils se rendaient dans un commerce. L'espace physique et les cas de COVID rapportés peuvent avoir joué un rôle dans la motivation des consommateurs à chercher un autre détaillant.
- 3) Les trois magasins traditionnels sont moins influents** : L'influence des trois principaux détaillants en alimentation, Loblaws, Sobeys et Metro, semble s'éroder. De nombreux nouveaux acteurs en ligne comme Amazon et d'autres non traditionnels continueront

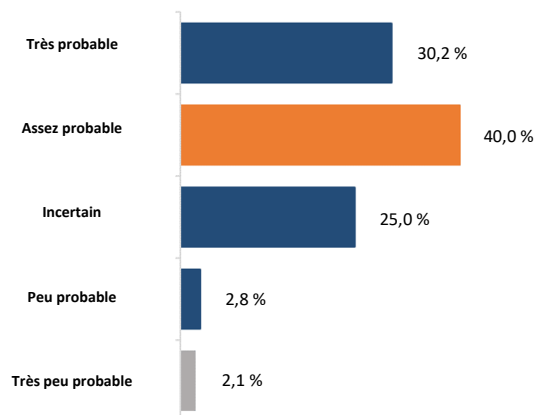
probablement d'affecter le secteur au cours des prochaines années. Pressés de se tourner vers le commerce électronique, les consommateurs se rendent compte qu'ils ont accès à un plus grand choix à mesure que la chaîne d'approvisionnement devient plus démocratisée et ouverte. Tandis que 24,4 % des Canadiens sont susceptibles de se rendre dans une pharmacie pour se procurer de la nourriture, 16,5 % se rendront dans un magasin à un dollar et 9,8 % utiliseront Amazon comme fournisseur de nourriture.

Parmi les options suivantes, où prévoyez-vous de faire vos achats d'épicerie au cours des 6 prochains mois ? (Veuillez choisir toutes les options qui s'appliquent)

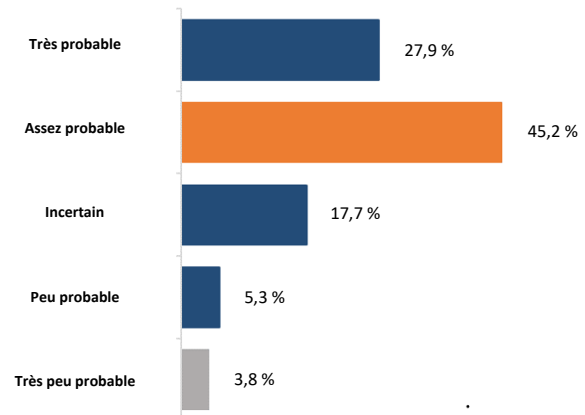


4) **Les programmes de fidélité sont plus importants** : Les programmes de fidélité vont devenir encore plus déterminants dans les années à venir, tant pour les détaillants que pour les consommateurs. Ces programmes seront essentiels pour fidéliser les consommateurs et, surtout, pour les analyser. Au total, 73,1 % des Canadiens sont susceptibles d'être influencés par les programmes de fidélité lors de l'achat de produits alimentaires.

Si un détaillant lance un nouveau programme de fidélité, quelle est la probabilité que vous y adhérez ?



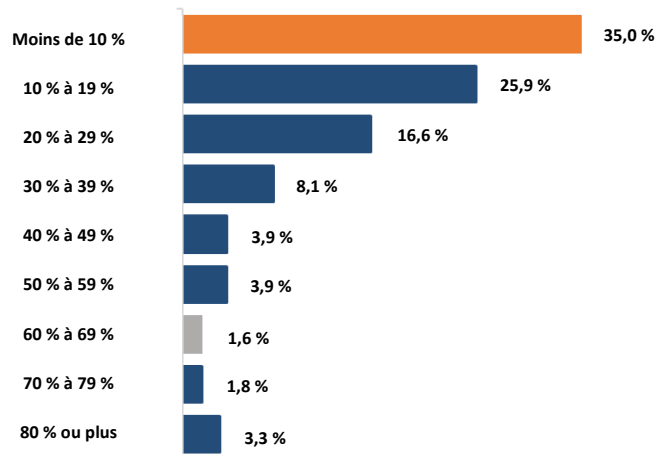
Dans quelle mesure un programme de fidélité dans une épicerie est-il susceptible d'influencer les endroits où vous faites vos achats ?



5) **Les détaillants indépendants ont la cote** : Alors que nous sortons lentement de la pandémie, la fidélité envers les épiciers indépendants reste surprenante. Les Canadiens semblent

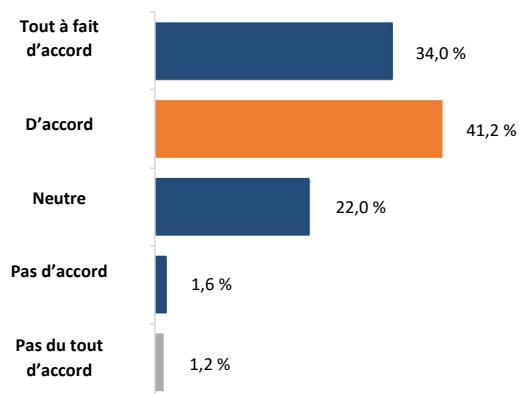
sympathiser avec eux, puisque 60,9 % des consommateurs souhaitent dépenser jusqu'à 19 % de leur budget alimentaire dans des magasins indépendants.

**Selon vous, quel pourcentage de vos achats d'épicerie sera destiné aux entreprises locales (magasins/entreprises indépendants dont la taille et les revenus sont limités) au cours des 6 prochains mois ?**

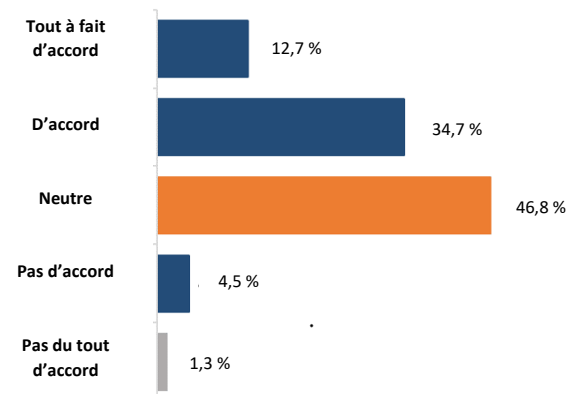


6) Conforme à la volonté de soutenir les épiciers indépendants, le « **paradoxe local** » apparaît clairement dans ces données. Les gens veulent voir des produits locaux sur les étals, mais le soutien diminue considérablement lorsqu'on leur demande s'ils ont l'intention de les acheter. Alors que 75,2 % des Canadiens souhaitent que les épiciers offrent plus de produits locaux, seulement 47,4 % ont l'intention d'acheter plus de produits alimentaires locaux au cours des six prochains mois. On ne peut que supposer que les visites et les ventes réelles révéleront une histoire différente au cours de la prochaine année.

« J'aimerais que les grandes chaînes d'épicerie offrent plus de produits locaux. »

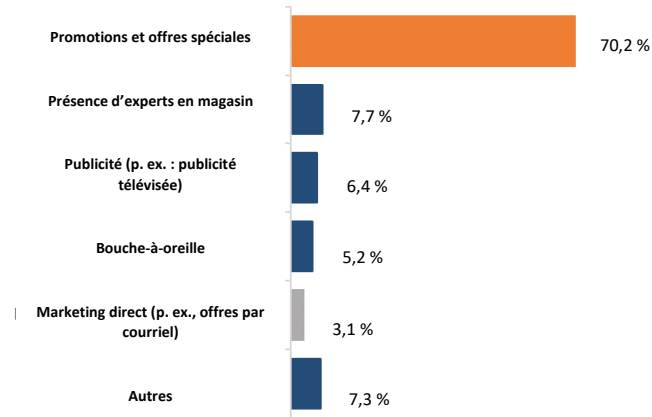


« Je prévois acheter davantage de biens et de services locaux au cours des 6 prochains mois. »



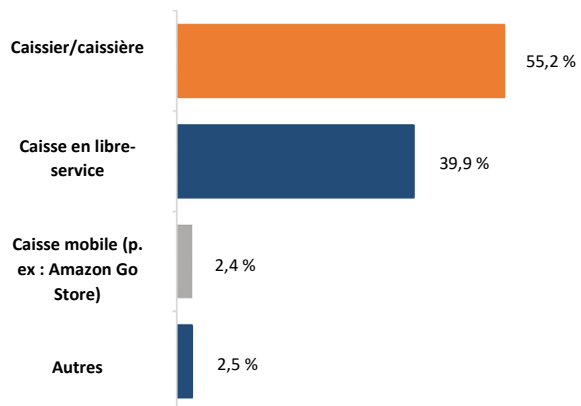
- 7) **Le rabais est roi** : Nous avons déjà vu de nombreuses conversions d'épicerie en magasins de rabais à travers le pays. Les Canadiens continueront à rechercher les bonnes affaires, mais nous nous attendons à ce que cette tendance s'intensifie au cours de la prochaine année. Les magasins de rabais se porteront bien dans un environnement inflationniste. Au total, 70,2 % des Canadiens rechercheront activement des promotions et des produits alimentaires à prix réduit.

Parmi la liste suivante, laquelle des options suggérées est la plus susceptible de vous inciter à acheter un produit d'épicerie dans les 6 prochains mois ?

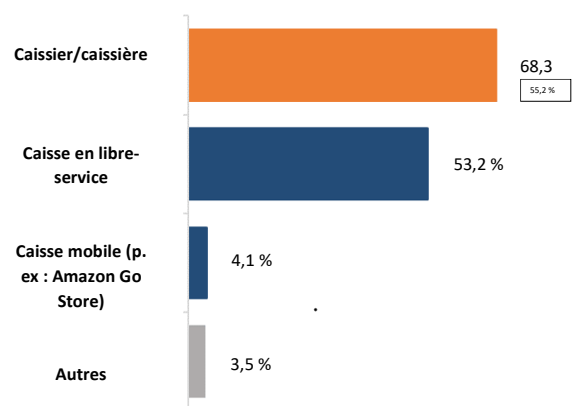


- 8) **Les caisses en libre-service font un retour en force** : Ces derniers temps, de plus en plus d'épicerie ont ajouté des caisses en libre-service dans leurs magasins. Les Canadiens semblent en vouloir davantage, probablement en raison de la pandémie. Les caisses en libre-service peuvent être considérées comme moins menaçantes pour les consommateurs qui visitent les épicerie. Près de 40 % des Canadiens ont l'intention d'utiliser les caisses en libre-service la plupart du temps au cours des six prochains mois.

Lorsque vous faites des achats en magasin, quelle méthode prévoyez-vous utiliser le plus pour régler vos achats au cours des 6 prochains mois ?

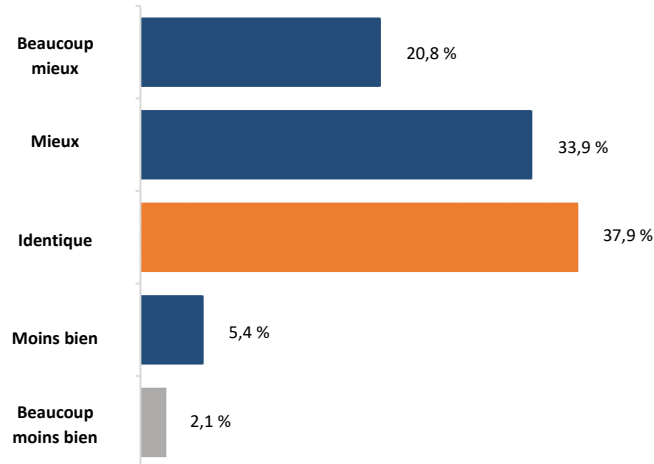


Lorsque vous faites des achats en magasin, quelle méthode prévoyez-vous utiliser le plus pour régler vos achats au cours des 6 prochains mois ? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)



- 9) **Conception des magasins en fonction de la distance physique** : La conception des magasins pour la distanciation physique semble être un facteur important pour les Canadiens et les épiciers. Au total, 54,7 % des Canadiens pensent que les épiciers offriraient une meilleure expérience dans un local réaménagé pour faciliter une plus grande distanciation physique.

Les achats à l'épicerie seraient-ils meilleurs ou moins bien si les détaillants modifiaient l'agencement des magasins pour tenir compte de la distance physique ?



**Fin du rapport.**

Pour consulter le rapport entier, rendez-vous sur : <https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>

#### Contacts

**Sylvain Charlebois**, Directeur

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

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

**Janet Music**, Coordonnatrice en programme de recherche

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

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

**Méthodologie** : Un sondage représentatif auprès de 10 024 Canadiens a été réalisé en partenariat avec Caddle en mai 2021.

**Marge d'erreur** : +/- 1,3 %, 19 fois sur 20. Tout écart entre les totaux est dû à l'arrondissement.

**Certificat de déontologie de recherche** : N°. 2020-5215.

**Divulgarion** : Le financement de cette enquête provient de la compagnie **Caddle** et de **l'Université Dalhousie**.