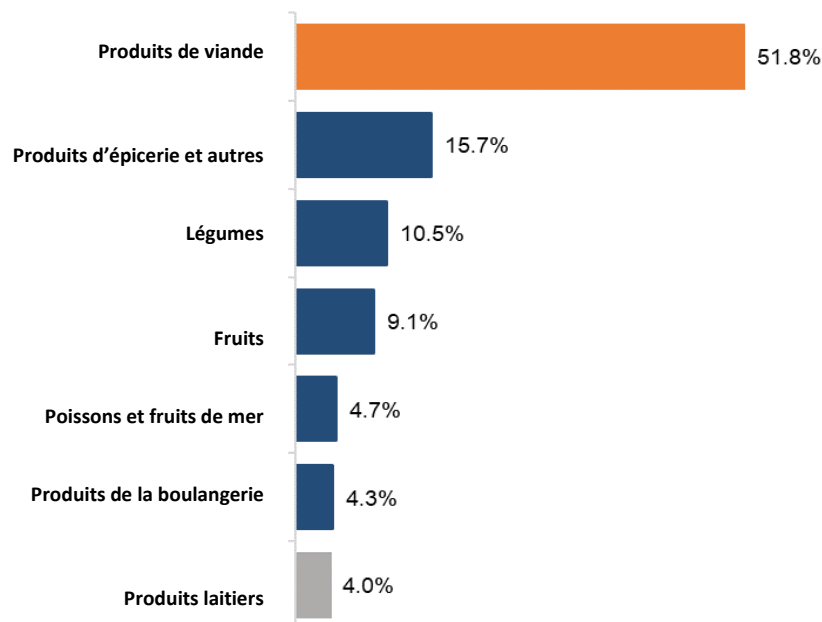


## Plus de deux Canadiens sur cinq ont changé leur comportement pour économiser de l'argent à l'épicerie par rapport à 2020.

**Halifax, le 29 septembre 2021**— L'inflation alimentaire est une source de préoccupation pour de nombreux consommateurs canadiens depuis un certain temps au Canada. D'après nos observations, le taux d'inflation alimentaire au Canada approche 5 %. De nombreux produits de base, y compris la viande, les produits laitiers et les produits d'épicerie, ont augmenté ces derniers mois en raison des chocs macroéconomiques, causés à la fois par des conditions météorologiques défavorables dans l'hémisphère Nord et par des difficultés logistiques dues à la pandémie mondiale. Notre dernière enquête, en partenariat avec **Caddle**, porte sur la façon dont les consommateurs luttent contre la hausse des prix alimentaires au détail. Plus de 10 000 Canadiens ont été interrogés à l'automne 2021 sur le prix des aliments, leur façon de voir les prix et ce qu'ils font pour gérer des factures alimentaires plus élevées.

La plupart des Canadiens ont remarqué une hausse du prix des aliments. Au total, 86 % des Canadiens croient que le prix des aliments est plus élevé qu'il y a six mois, mais certaines différences entre les générations sont dignes de mention. Alors que 93 % de la génération du **Baby Boom** croient que le prix des aliments est plus élevé qu'il y a 6 mois, 89 % des personnes de la **Génération X** pensent la même chose. Moins de **Millénariaux** (79 %) et de personnes de la **Génération Z** (68 %) croient que le prix des aliments est beaucoup plus élevé qu'il y a 6 mois. D'après ces résultats, la génération du **Baby Boom** semble avoir remarqué une hausse du prix des aliments plus importante que d'autres générations.

### Selon vous, quelle est LA catégorie d'aliments qui a le PLUS augmenté au cours des 6 derniers mois ?



La plupart des Canadiens ont remarqué une différence de prix dans la catégorie de la **viande** au cours des six derniers mois. Selon Statistique Canada, le prix de la viande a augmenté d'environ 10 % en six mois. Les **fruits** se classent en deuxième, et les **légumes** en troisième. Lorsqu'on leur demande quelle est la catégorie qui a le plus augmenté, la **viande** est de loin la réponse la plus fréquemment donnée par les Canadiens à 51,8 %, suivie des **produits de l'épicerie** à 15,7 %. Toujours selon Statistique Canada, le prix des produits d'épicerie a augmenté de 8 % à 10 % au cours des six derniers mois.

Les **légumes** et les **fruits** se classent au troisième et au quatrième rang. Ces résultats sont intéressants, car les fruits et légumes ont généralement été moins chers au cours des six derniers mois au Canada.

Les décisions d'achat ont été influencées par la hausse des prix. Par exemple, 49 % des Canadiens affirment avoir réduit leurs achats de **produits de viande** au cours des six derniers mois en raison de la hausse des prix. **L'Alberta** (57 %) est la province qui compte le taux le plus élevé de consommateurs qui ont décidé de réduire leurs achats de viande en raison de la hausse des prix. Le **Québec** et **l'Ontario** ont le taux le plus bas, soit 46 %.

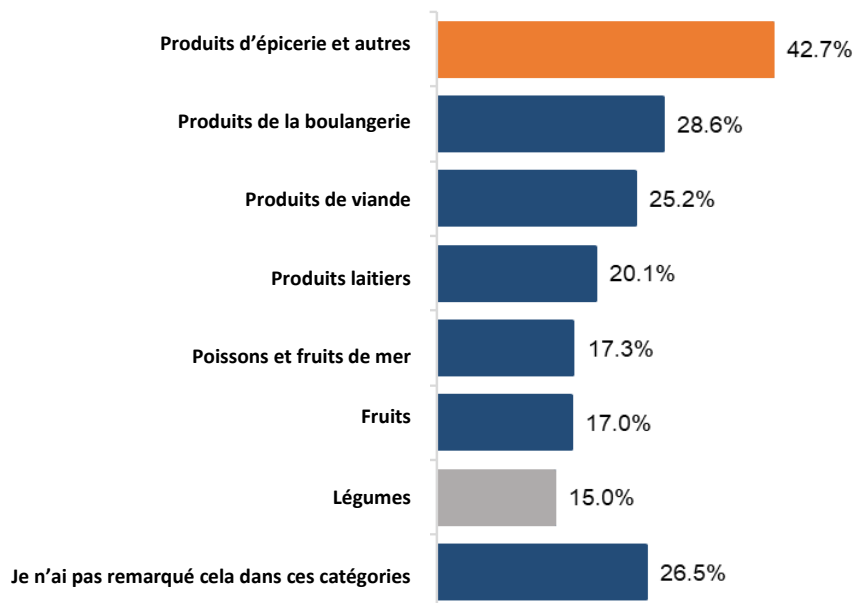
De nombreux consommateurs gèrent différemment la hausse des prix alimentaires. Plus de consommateurs se tournent maintenant vers les **marques du fabricant**, également connues sous le nom de marques maison ou privées. Au total, 37,5 % des Canadiens achètent plus de marques privées que l'an dernier. Les **circulaires hebdomadaires** et les **coupons** gagnent aussi en popularité auprès des Canadiens. Au total, 41,6 % des Canadiens lisent les circulaires hebdomadaires (papier ou numérique) plus souvent qu'en 2020. En ce qui concerne les coupons (ou les coupons électroniques), 39,5 % des Canadiens les utilisent plus souvent qu'en 2020.

<i>Provinces</i>	<i>Utilisation de circulaires hebdomadaires plus souvent qu'en 2020</i>	<i>Utilisation de coupons plus souvent qu'en 2020</i>	<i>Achat de produits alimentaires à prix réduit avec des dates de péremption/d'expiration dans les jours qui suivent l'achat.</i>
<b>Alberta</b>	43,6 %	<b>42,1 % (1)</b>	42,2 %
<b>Manitoba</b>	35,4 %	34,3 %	39,8 %
<b>Terre-Neuve-et-Labrador</b>	46,8 %	32,6 %	42,3 %
<b>Nouvelle-Écosse</b>	34,6 %	30,7 %	36,7 %
<b>Ontario</b>	41,2 %	37,3 %	36,5 %
<b>Colombie-Britannique</b>	41,6 %	39,5 %	39,5 %
<b>Québec</b>	38,9 %	37,0 %	36,6 %
<b>Nouveau-Brunswick</b>	41,9 %	37,4 %	<b>46,5 % (1)</b>
<b>Île-du-Prince-Édouard</b>	42,4 %	34,0 %	36,4 %
<b>Saskatchewan</b>	<b>47,0 % (1)</b>	38,7 %	37,5 %

Les produits à prix réduit dans les magasins attirent également plus d'attention qu'en 2020. Au total, 39,6 % des Canadiens achètent des produits à prix réduit avec des **dates de péremption et d'expiration** dans les quelques jours qui suivent l'achat plus souvent qu'en 2020. Au total, 26,9 % des Canadiens achètent plus souvent des produits portant l'étiquette « **Dégustez ce soir** » qu'en 2020.

Une minorité de Canadiens utilisent leur **téléphone** ou une **calculatrice** en faisant les courses à l'épicerie. Seulement 22,3 % des Canadiens utilisent leur téléphone pour vérifier les prix de la concurrence lors de leurs achats, et 12,1 % utilisent une calculatrice régulièrement. D'autre part, 66,4 % des Canadiens affirment savoir exactement **combien ils devraient payer pour les produits alimentaires** avant d'entrer à l'épicerie. Étonnamment, alors que seulement 44,6 % ont déclaré qu'ils respectaient le **budget prévu** en faisant leur épicerie, 26,9 % affirment qu'ils planifient occasionnellement un budget pour leurs achats à l'épicerie.

**Au cours des 6 derniers mois, avez-vous remarqué une diminution de la taille / du volume / de la quantité des produits offerts à un prix semblable dans les catégories suivantes ? (Sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent)**



Enfin, la plupart des Canadiens ont remarqué une « **réduflation** », une stratégie commerciale par laquelle l'industrie alimentaire vend des produits dont la quantité ou le volume diminue tandis que le prix reste stable. Près de trois Canadiens sur quatre (73,5 %) ont remarqué que le poids de certains produits alimentaires a diminué, mais le prix est resté le même ou a augmenté. Les Canadiens ont remarqué la plupart des « cas de réduflation » principalement dans les produits de l'épicerie, puis dans ceux de la boulangerie et de la viande.

« Nous sommes conscients que de nombreux consommateurs n'aiment pas une telle stratégie, croyant qu'elle peut être malhonnête, surtout en ce moment », a déclaré le **Dr Sylvain Charlebois**, directeur du

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire. « Mais inversement, du point de vue du gaspillage alimentaire, les Canadiens ont historiquement acheté trop de nourriture et en ont gaspillé beaucoup à la maison. La réduction pourrait inciter les Canadiens à gaspiller moins de nourriture à la maison. »

Téléchargez les résultats préliminaires en anglais et en français sur <https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>.

## **Contacts**

**Dr 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 10 005 Canadiens a été réalisé en partenariat avec Caddle au cours de l'été 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°. 2021-0010.

**Divulgateion** : Le financement de cette enquête provient de **Caddle** et de **l'Université Dalhousie**.