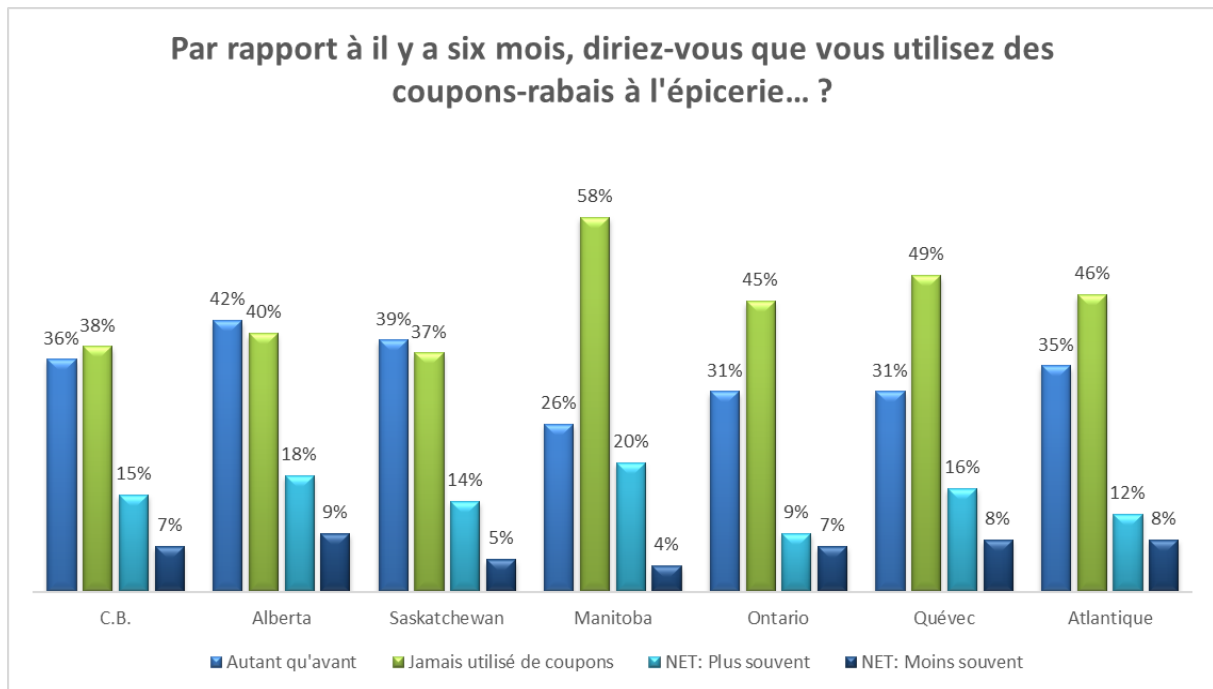


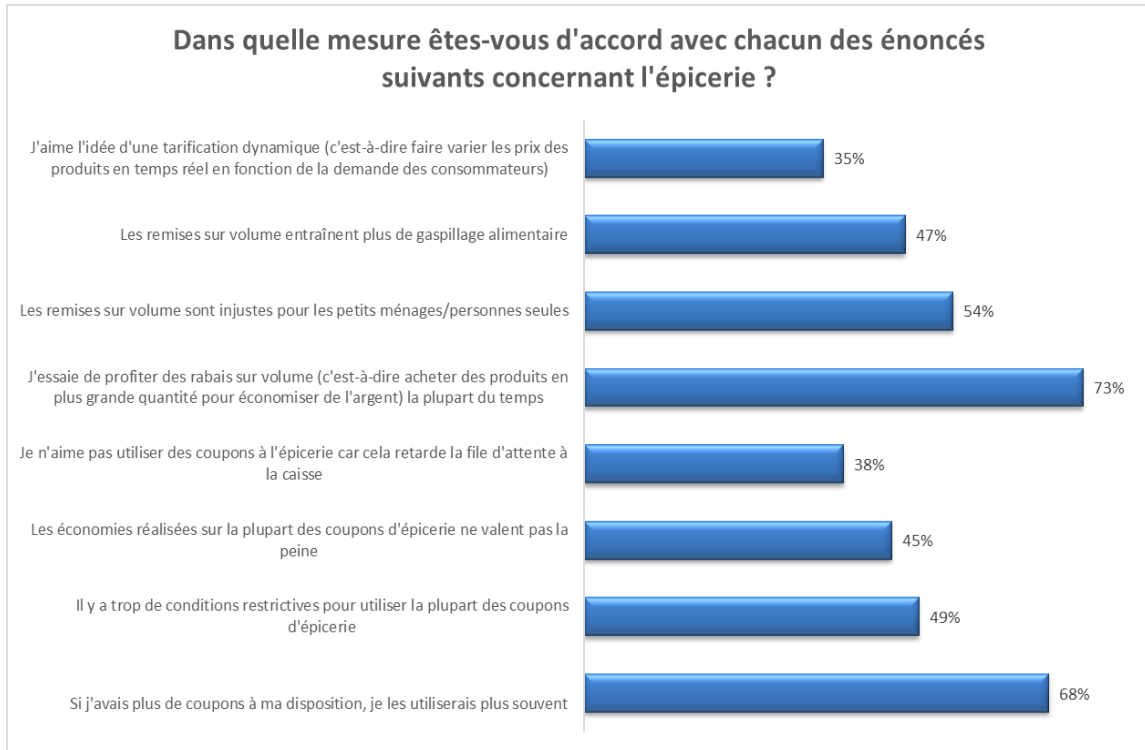
Un nouveau rapport suggère que la plupart des Canadiens utiliseraient davantage de bons de réduction à l'épicerie si ces derniers étaient plus accessibles et plus faciles d'utilisation

HALIFAX, N.-É. (22 mars, 2022) – Avec la hausse du prix des denrées alimentaires, un nombre croissant de consommateurs recherchent de nouvelles façons d'économiser. Consulter les circulaires hebdomadaires, utiliser des coupons, profiter de rabais sur le volume, utiliser des applications de réduction de gaspillage alimentaire sont quelques-unes des façons retenues par les Canadiens pour économiser à l'épicerie. Ce rapport examine spécifiquement ce que les Canadiens pensent de certaines offres que les épiciers proposent aux consommateurs pour économiser. Le **Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire** de l'**Université Dalhousie**, en partenariat avec **Angus Reid**, a mené une étude sur les coupons, les remises sur volume et d'autres méthodes utilisées par l'industrie alimentaire. Au total, 1 501 Canadiens à travers le pays ont été interrogés en mars 2022.

L'utilisation récente de coupons était au centre de cette enquête. Comparativement à six mois auparavant, alors que **45 % des Canadiens n'avaient jamais utilisé de bons de réduction, 15 % des Canadiens les utilisent plus souvent maintenant**. Parmi ceux qui utilisaient déjà des coupons, 11 % les utilisent plus fréquemment depuis six mois. Étant donné que les prix alimentaires augmentent à un rythme sans précédent, ce pourcentage se révèle plus faible que prévu.



Environ **33 % des Canadiens utilisent les coupons de la même manière qu'il y a six mois**. C'est dans la province du **Manitoba** où l'on retrouve le pourcentage le plus élevé de consommateurs qui utilisent plus souvent des coupons maintenant, à 20 %, suivi de l'**Alberta** à 18 %. Les taux les plus bas s'observent en **Ontario** à 9 % et dans l'**Atlantique** à 12 %. Environ 16 % des **Québécois** utilisent des coupons plus souvent qu'il y a six mois. L'engouement pour utiliser des coupons chez les gens de **35 ans** était doublement plus grand que pour ceux âgés de 55 ans et plus. Seuls 9 % des consommateurs de **55 ans et plus** ont augmenté leur utilisation de coupons au cours des six derniers mois.



Les personnes qui **gagnent moins de 50 000 \$** par an utilisent un peu plus souvent des coupons dans une proportion de 18 %, contre 14 % pour celles ayant un revenu plus élevé.

Si les coupons étaient plus accessibles, **68 % des Canadiens les utiliseraient plus souvent**. De toute évidence, les Canadiens veulent les utiliser plus souvent, mais certains obstacles demeurent. Le rapport a également examiné pourquoi les consommateurs utilisent peu souvent les coupons. Au total, **49 % des Canadiens estiment que les coupons comportent trop de restrictions**. De manière générale, le cumul des coupons n'est pas autorisé, les coupons ne sont valides que certains jours seulement, ils ne peuvent être utilisés pour des aliments déjà réduits et un seul coupon peut s'appliquer par aliment.

Au total, **45 % des Canadiens estiment que les économies réalisées par l'utilisation des coupons d'épicerie n'en valent pas la peine**.

« Les Canadiens ont l'impression que l'utilisation des coupons comporte trop de restrictions au Canada ou que les économies ne sont pas très intéressantes pour eux », a déclaré le **Dr Sylvain Charlebois**, directeur du Laboratoire. « La culture du couponnage au Canada n'est pas développée, ce qui prive les consommateurs de profiter d'occasions multiples pour économiser lorsque le prix des aliments augmente. »

L'inconvénient d'utiliser des coupons en magasin semble toujours constituer un obstacle. Au total, **38 % n'aiment pas utiliser des coupons à l'épicerie, car cela retarde la file d'attente à la caisse.**

Les **remises sur volume** semblent populaires auprès des Canadiens, mais cette façon de faire soulève des questions d'équité et d'éthique. Alors qu'au total, **73 % des Canadiens essaient de profiter des remises sur volume** (c.-à-d. acheter des produits en plus grande quantité pour économiser de l'argent) la plupart du temps, **54 % estiment que les remises sur volume sont injustes pour les petits ménages/personnes seules. Même 47 % estiment que les remises sur volume entraînent davantage de gaspillage alimentaire.**

« Les Canadiens semblent avoir une relation amour-haine avec les remises sur volume », a fait remarquer **Janet Music**, assistante de recherche au laboratoire. « La pratique soulève la question de l'égalité socio-économique et de l'équité pour les consommateurs. »

Le rapport a également examiné la **tarification dynamique**, qui fait varier le prix des produits en temps réel en fonction de la demande des consommateurs. Cette stratégie gagne en popularité dans le monde entier. Seulement **35 % des Canadiens aiment l'idée** d'une tarification dynamique, donc cette façon de faire reste peu populaire et méconnue des Canadiens.

Fin du rapport.

Contacts

Dr Sylvain Charlebois, Directeur

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

sylvain.charlebois@dal.ca

Janet Music, Coordonnatrice en programme de recherche

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

janet.music@dal.ca

Méthodologie : Un sondage représentatif auprès de 1 501 Canadiens a été réalisé en partenariat avec Angus Reid au cours du mois de mars 2022.

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

Divulgarion : Le financement de cette enquête provient d'**Angus Reid** et de **l'Université Dalhousie**.