



# Expérience en épicerie

# Rapport d'une étude nationale

*Présenté au*

**63e Congrès annuel de L'ADA**



**DALHOUSIE** 1818  
**UNIVERSITY** 2018

**Sylvain Charlebois**

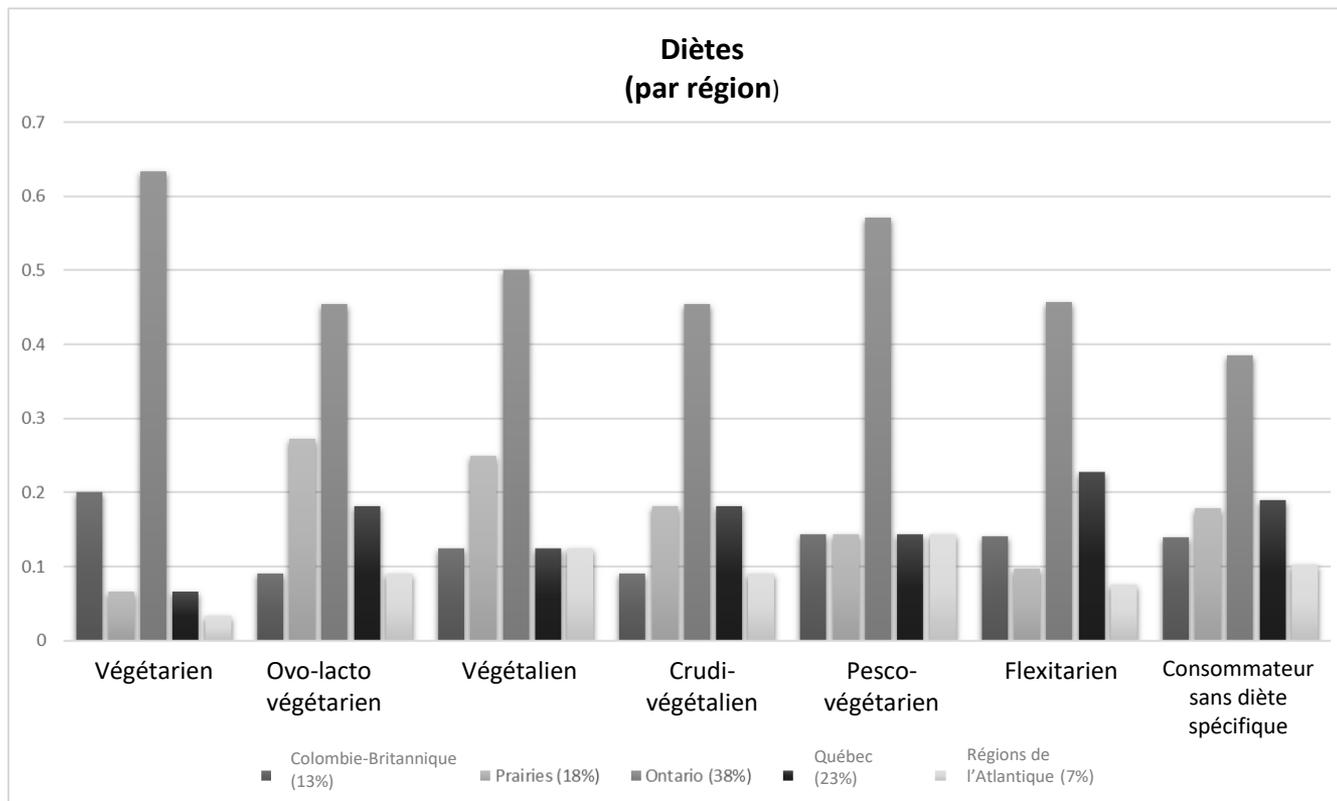
Faculté de Management  
Directeur scientifique (interim)  
Institut des sciences analytiques  
en agroalimentaire

[Sylvain.Charlebois@dal.ca](mailto:Sylvain.Charlebois@dal.ca)

# DALHOUSIE UNIVERSITY 1818 2018

Restrictions diététiques, choix  
et principales habitudes  
d'achats en épicerie

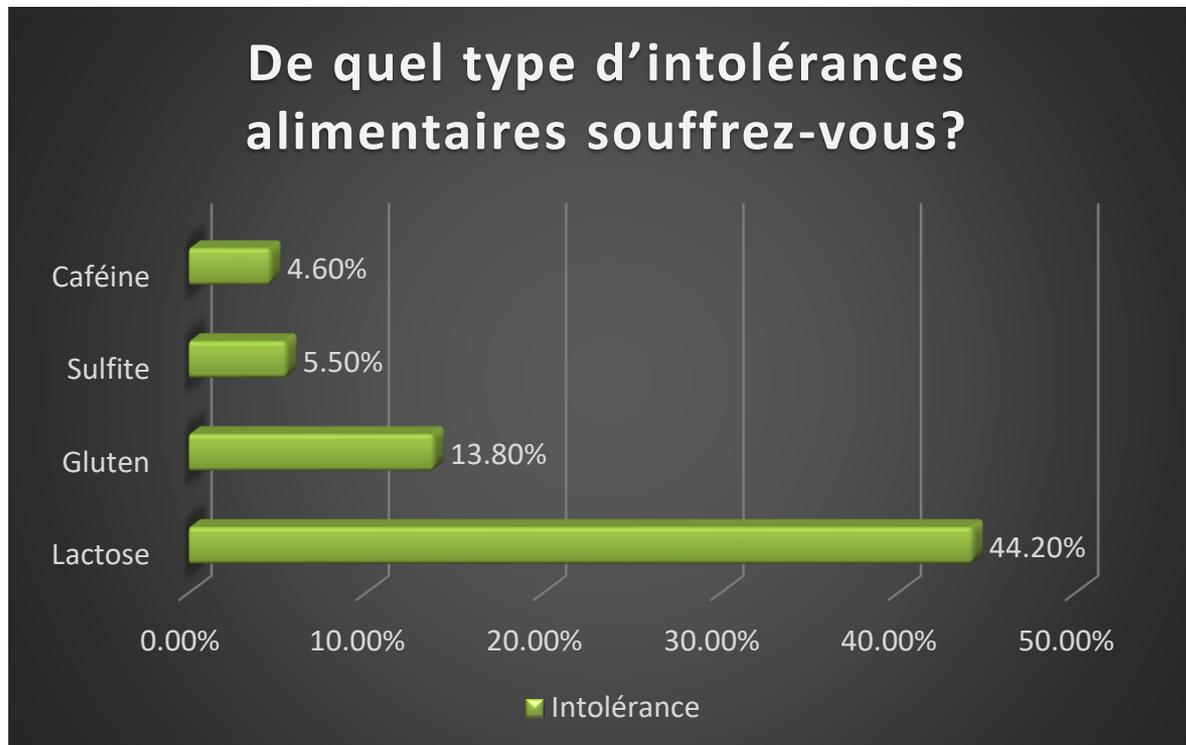




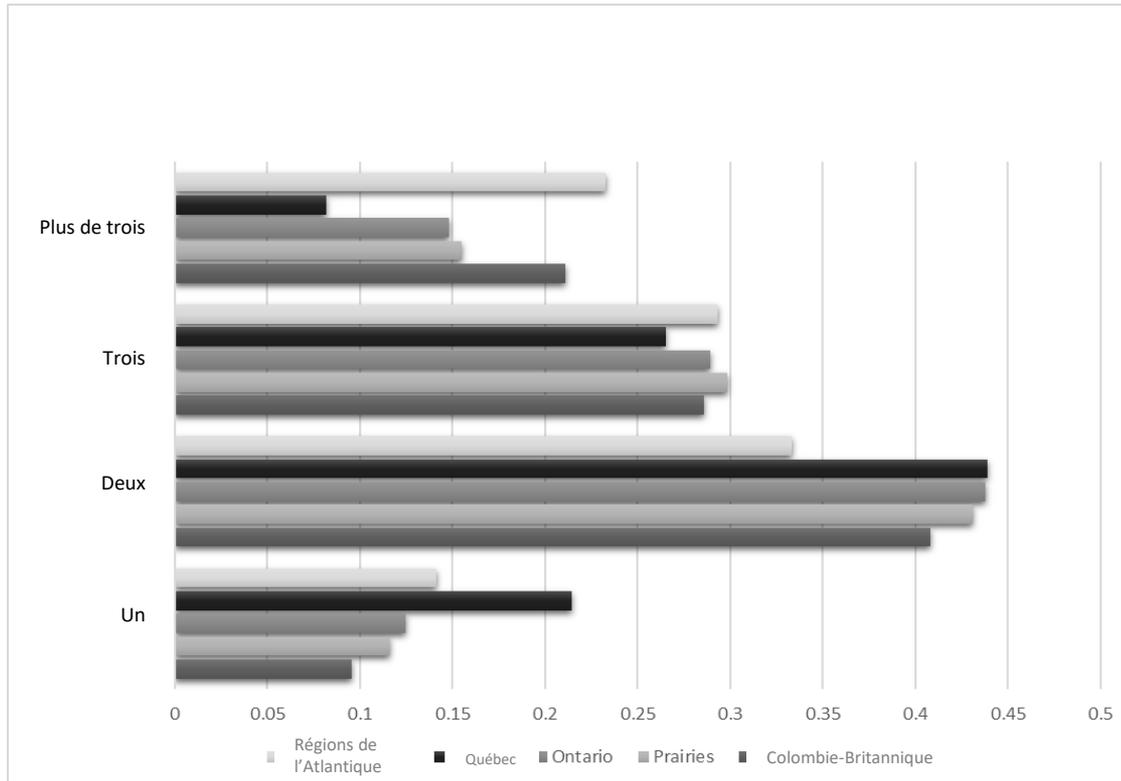
*Près de 20% des répondants ont des restrictions alimentaires.*

*Les répondants de l'**Ontario** sont les plus probables à avoir des préférences diététiques.*

Question	Oui	Non
Souffrez-vous d'allergie(s) alimentaire(s)?	15,8%	84,2%
Avez-vous des intolérances alimentaires?	19,6%	80,4%



Habituellement, combien de magasins visitez-vous lorsque vous faites votre épicerie?



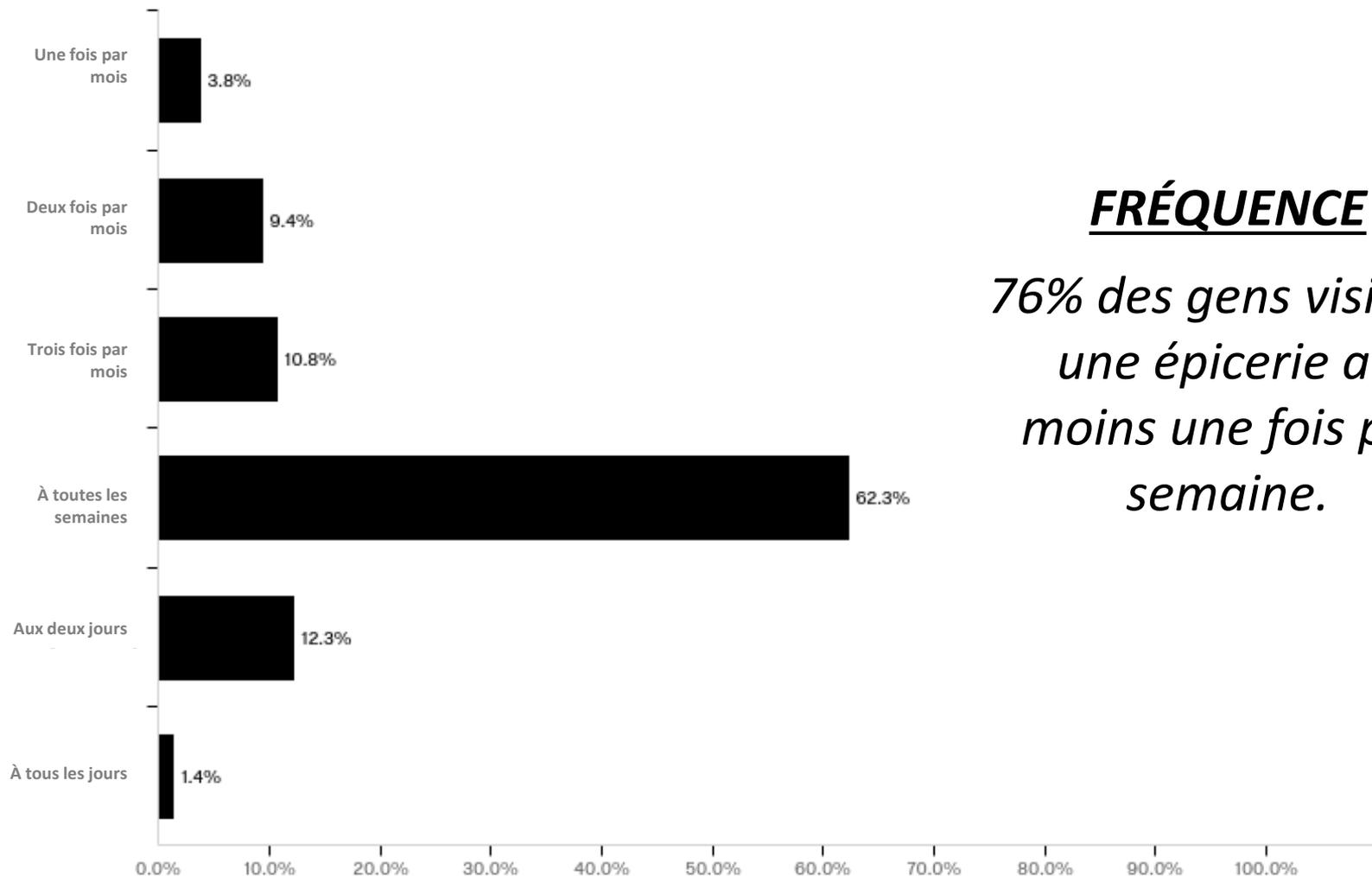
## QUANTITÉ

*42,3% des Canadiens visitent régulièrement 2 épiceries.*

*Le Canadien moyen visite 2,3 épicerie régulièrement.*

- *Plus de 20% des **Québécois** ne visitent qu'une seule épicerie*
- *Près de 25% des participants des **Régions de l'Atlantique** visitent régulièrement plus de 3 magasins.*

# Combien de fois visitez-vous des magasins dans le but d'acheter de la nourriture?

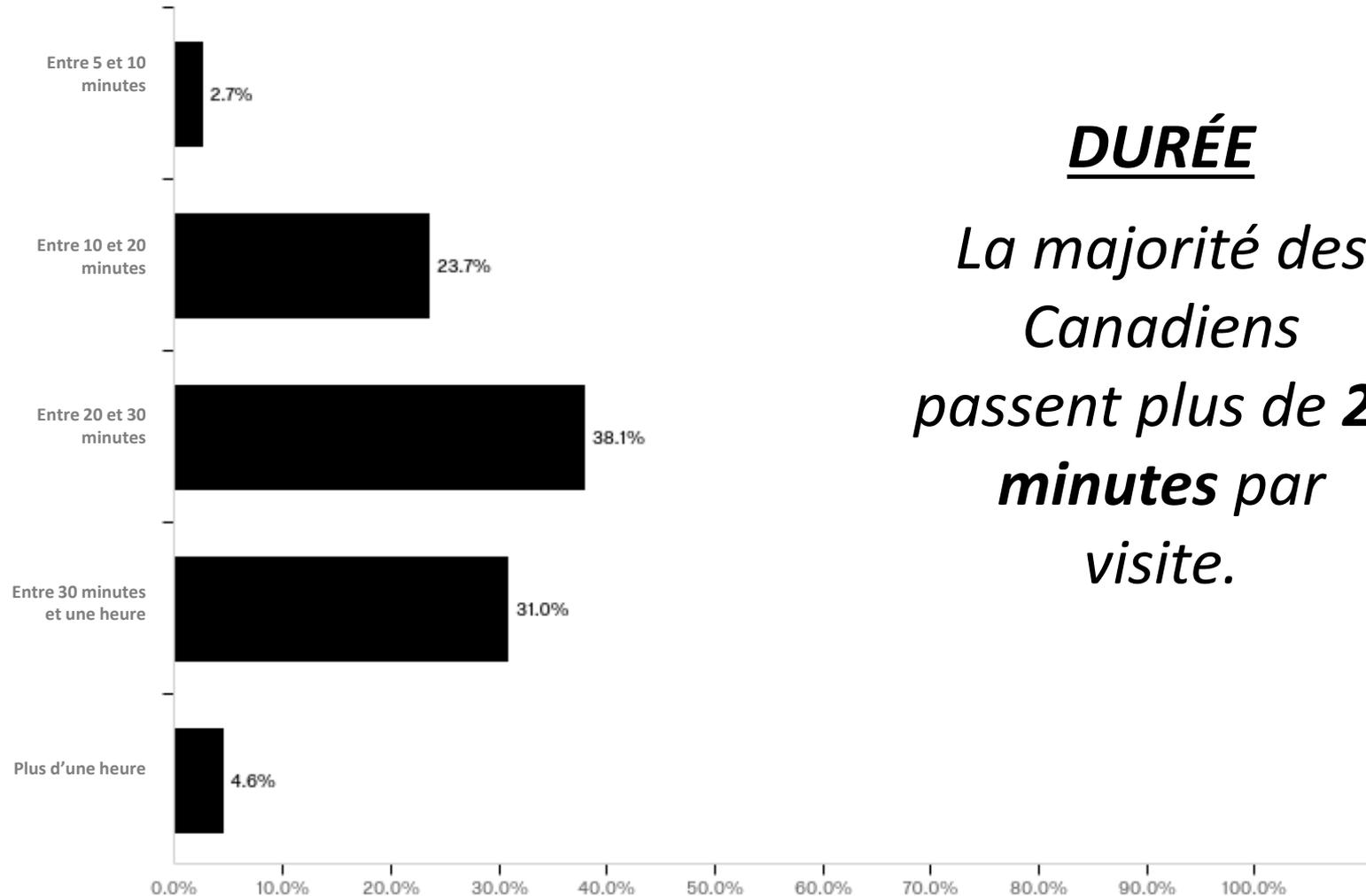


## FRÉQUENCE

*76% des gens visitent une épicerie au moins une fois par semaine.*

*Le Canadien moyen se rend en épicerie **5,43 fois par mois** (**1,29 fois par semaine**).*

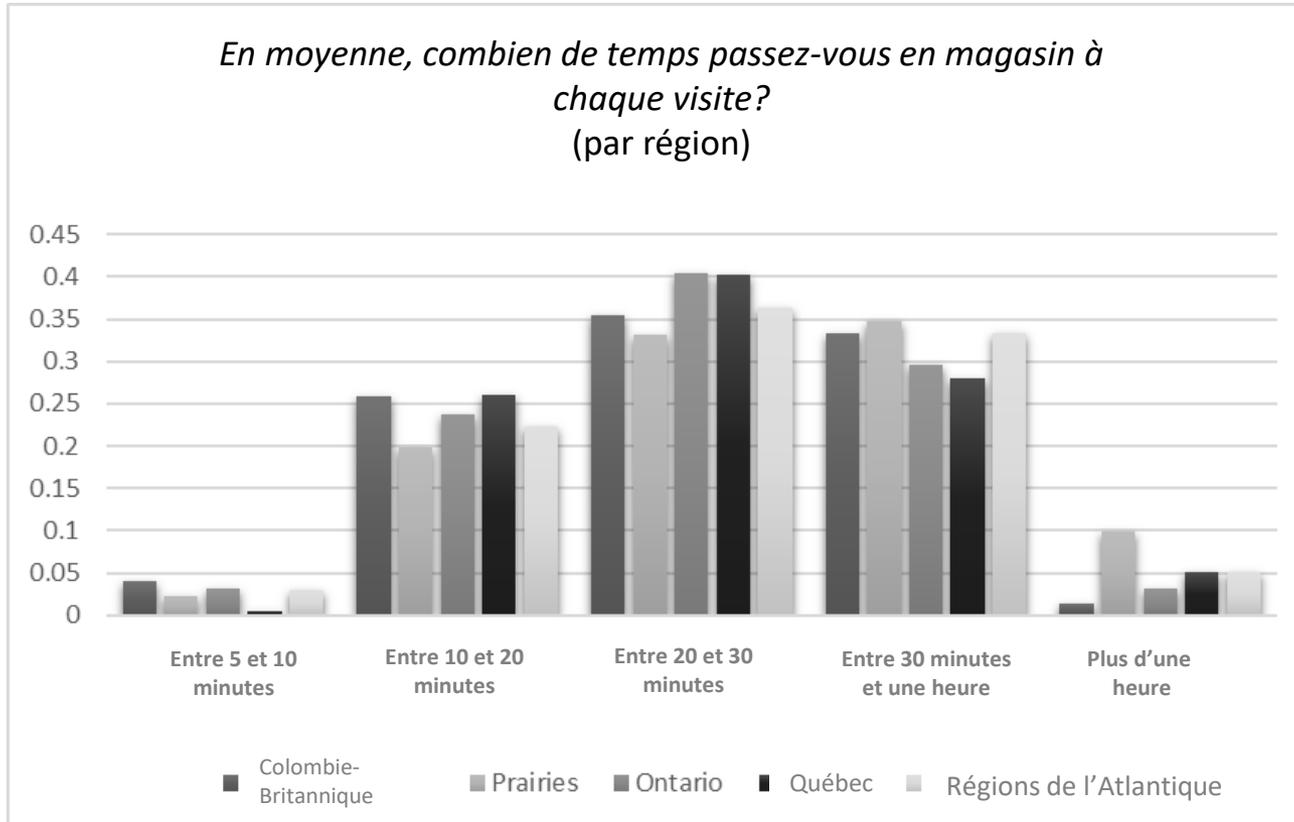
En moyenne, combien de temps passez-vous en magasin à chaque visite?



**DURÉE**  
*La majorité des Canadiens passent plus de **20 minutes** par visite.*

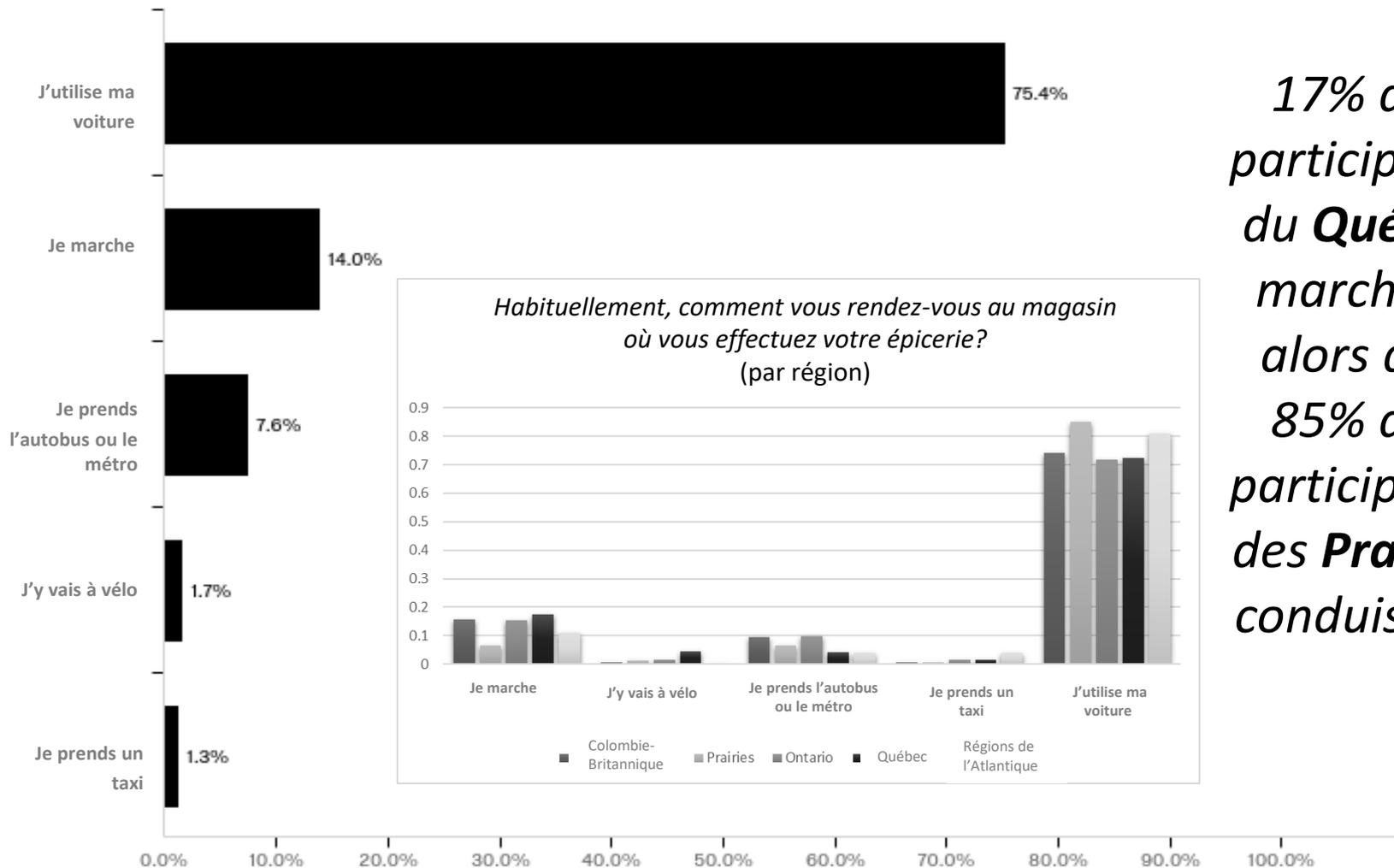
*Un Canadien passera en moyenne **32 minutes** en magasin par visite.*

En moyenne, combien de temps passez-vous en magasin à chaque visite?



*C'est en Colombie-Britannique que l'on passe le moins de temps en magasin, alors que les visites les plus longues sont dans les Prairies.*

# Habituellement, comment vous rendez-vous au magasin où vous effectuez votre épicerie?



*17% des participants du Québec marchent alors que 85% des participants des Prairies conduisent.*

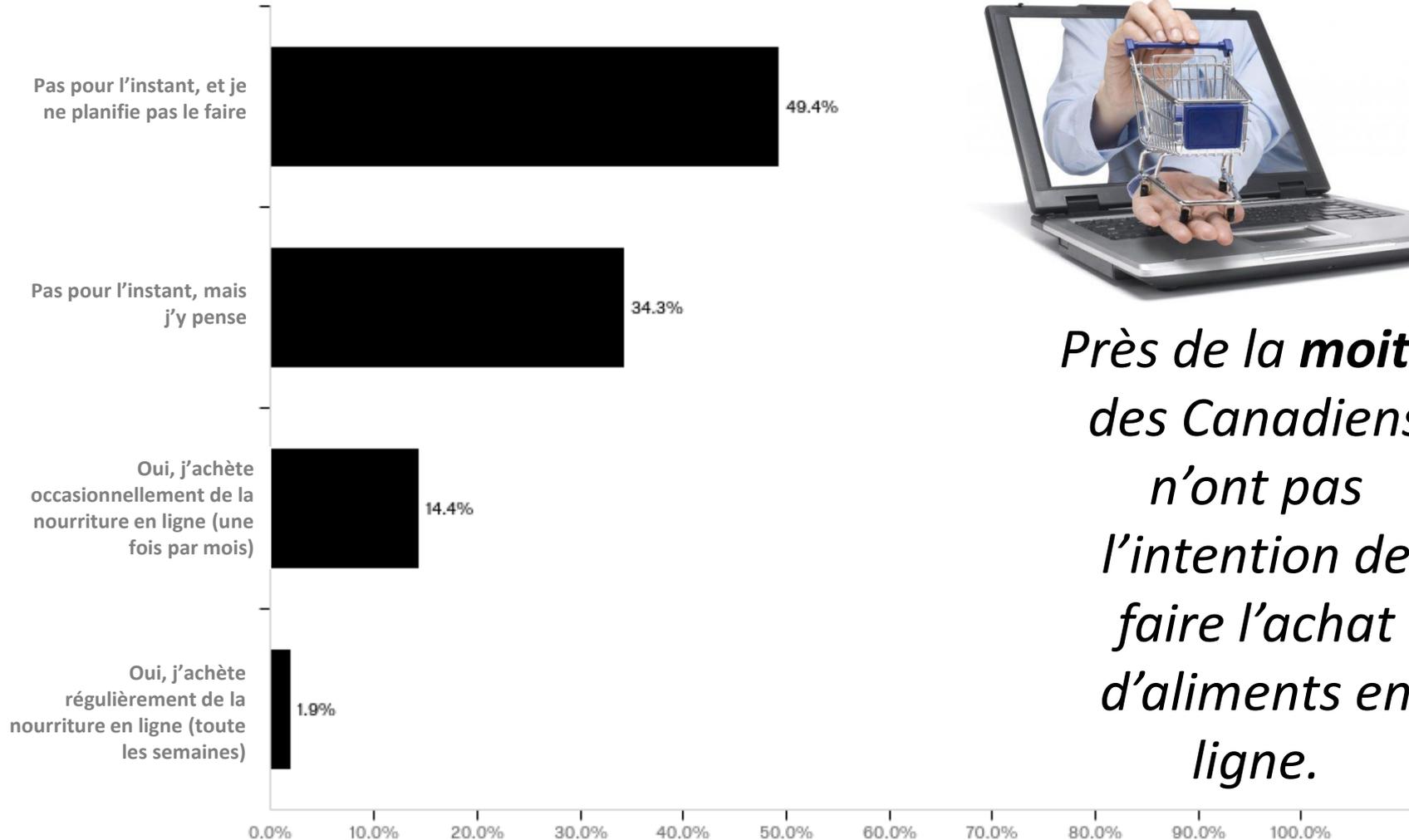


# Importance accordée au service

**DALHOUSIE 181  
UNIVERSITY 201**

Êtes-vous en accord avec les déclarations suivantes?	Oui	Fortement en accord	En accord
Je prends plaisir à rencontrer et <b>parler avec des gens que je connais</b> lorsque je fais l'épicerie.	<b>46,3%</b>	16,2%	30,1%
Pour moi, l' <b>expérience</b> en magasin et le <b>design</b> de celui-ci sont très importants.	<b>56,8%</b>	14,6%	42%
Pour moi, il est très important de pouvoir demander de l' <b>aide</b> si j'en ai besoin lorsque je fais l'épicerie.	<b>81,7%</b>	41,8%	39,9%
Pour moi, il est très important de savoir que je peux <b>parler au propriétaire</b> ou au gérant en tout temps durant ma visite à l'épicerie.	<b>38,6%</b>	14%	24,6%
Je préfère ne <b>parler à personne</b> lorsque je visite un magasin d'alimentation.	<b>35,9%</b>	13,5%	22,4%
Je suis abonné à un service de <b>livraison de trousse de repas</b> ou je pense m'y inscrire éventuellement.	<b>14,8%</b>	5%	9,8%

# Avez-vous déjà acheté des aliments en ligne?

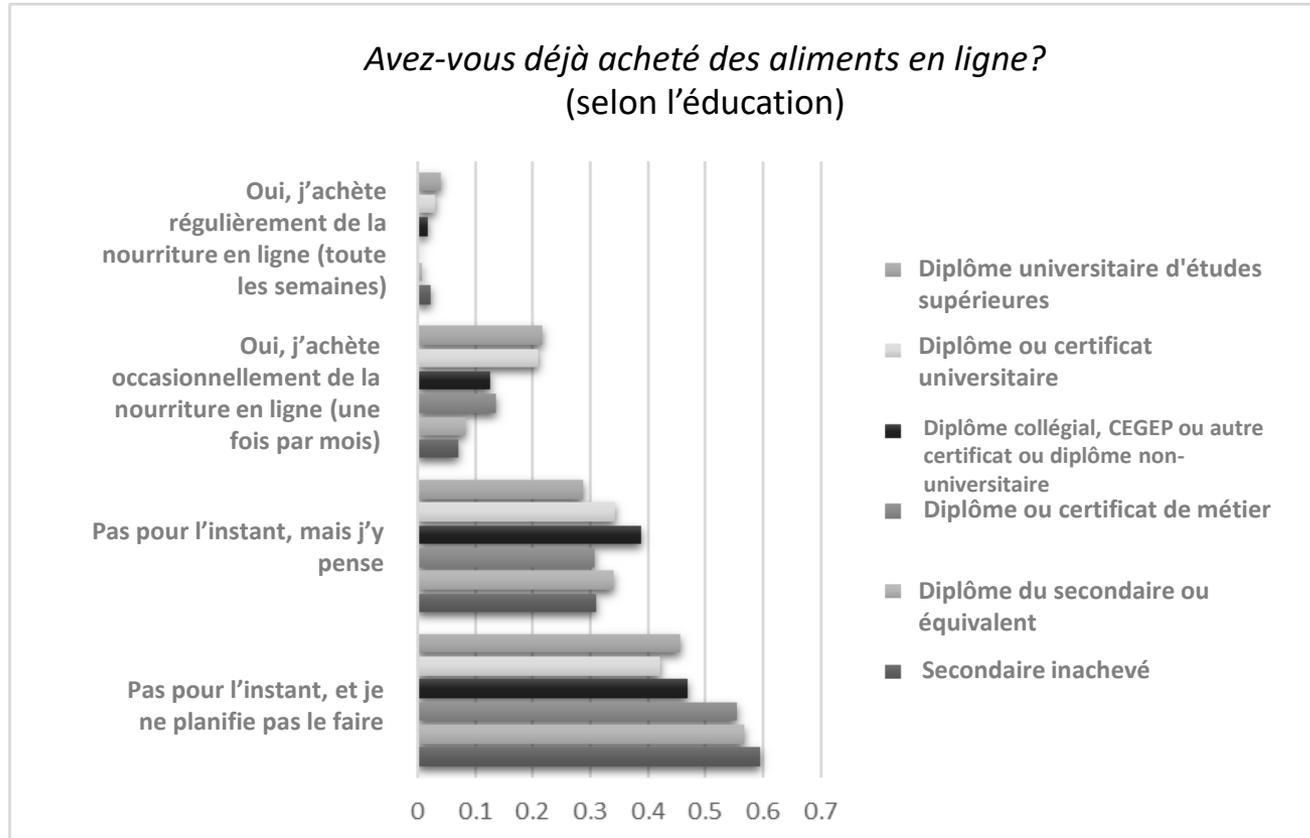


*Près de la **moitié** des Canadiens n'ont pas l'intention de faire l'achat d'aliments en ligne.*

# Avez-vous déjà acheté des aliments en ligne?

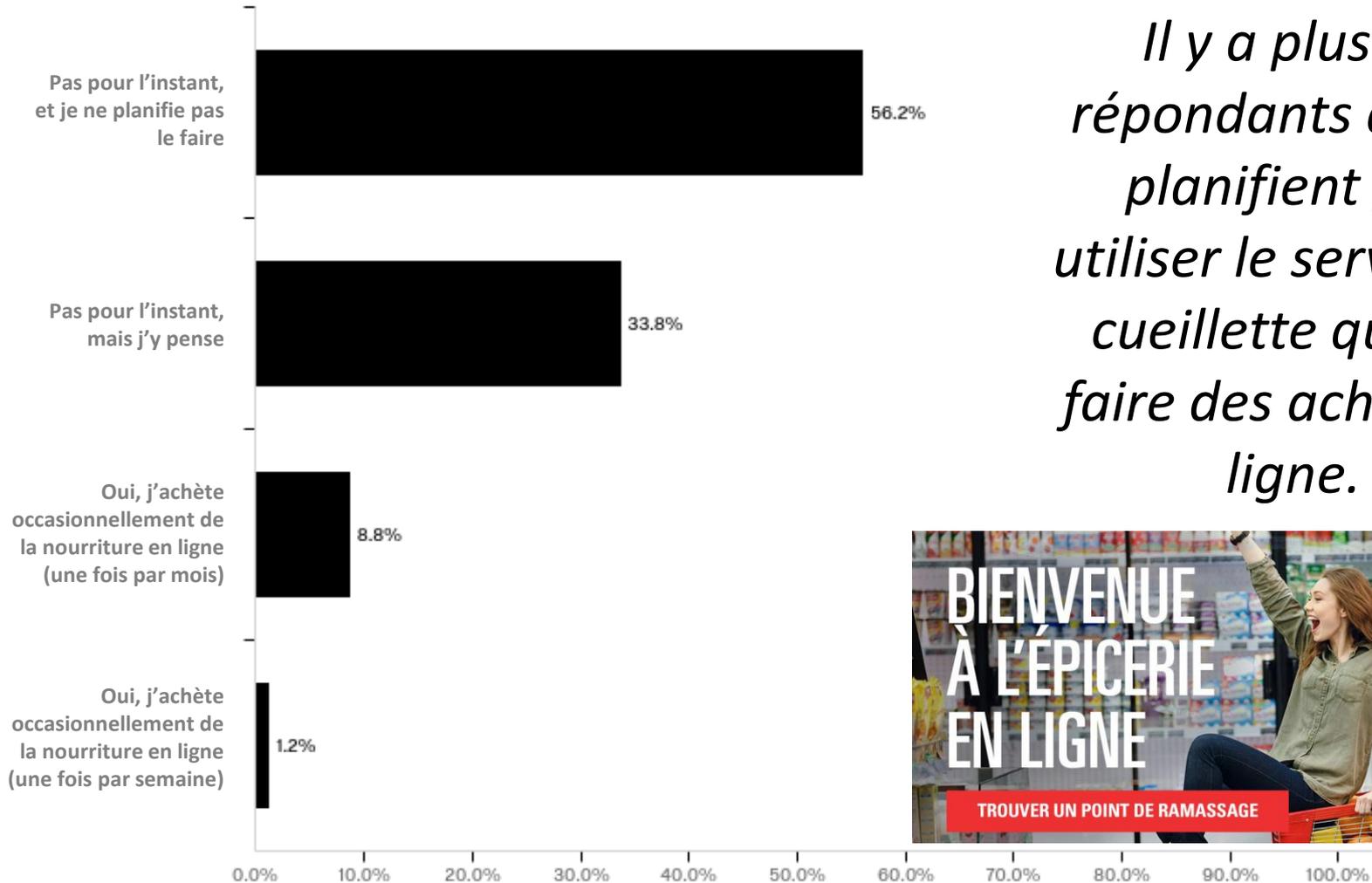


*Avez-vous déjà acheté des aliments en ligne?  
(selon l'éducation)*



*Plus de **20%**  
des répondants  
ayant obtenu  
un **diplôme  
universitaire**  
ont déjà acheté  
de la  
**nourriture en  
ligne.***

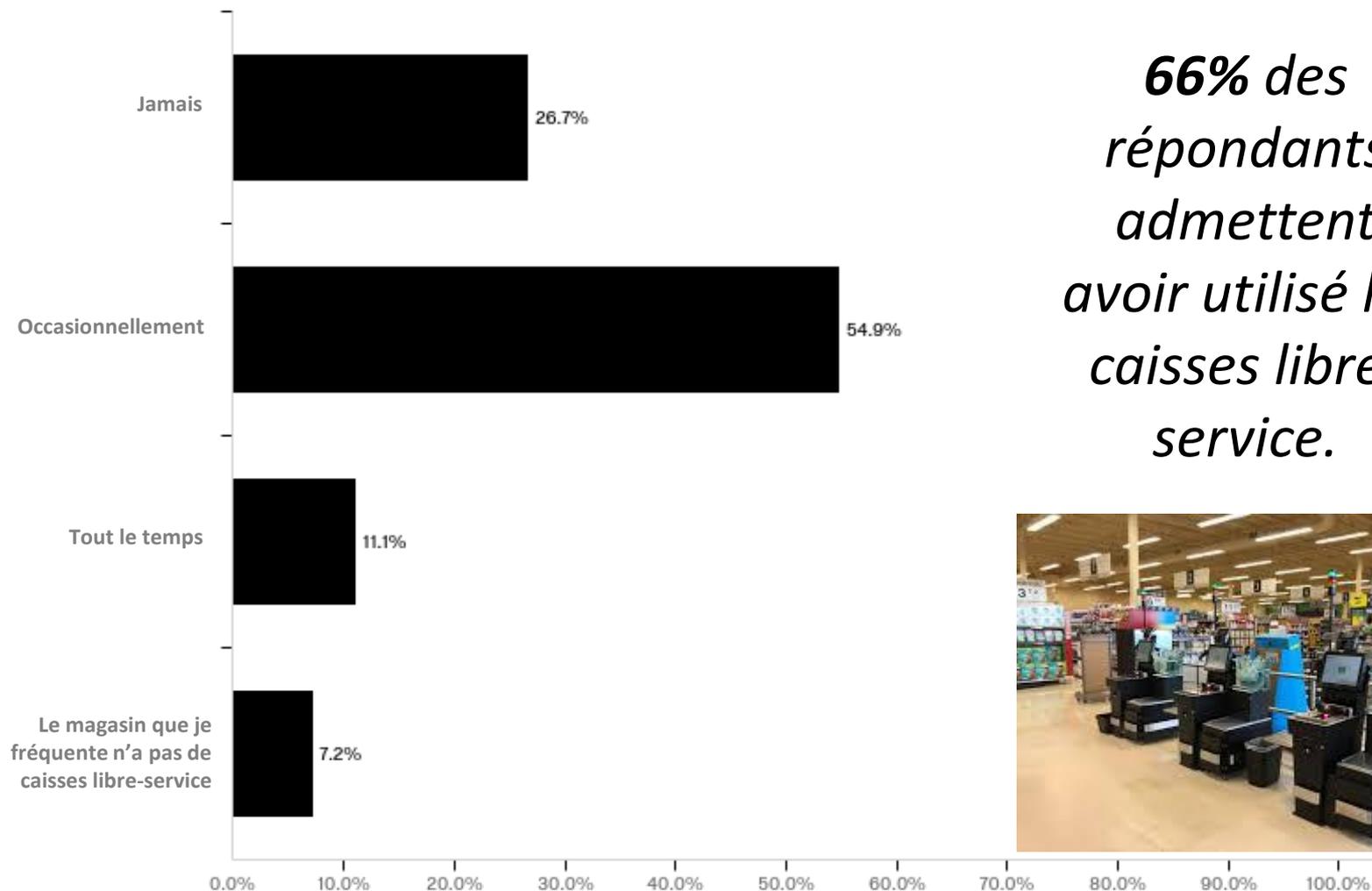
# Avez-vous déjà utilisé le service d'épicerie en ligne et cueillette en magasin?



*Il y a plus de répondants qui ne planifient pas utiliser le service de cueillette que de faire des achats en ligne.*



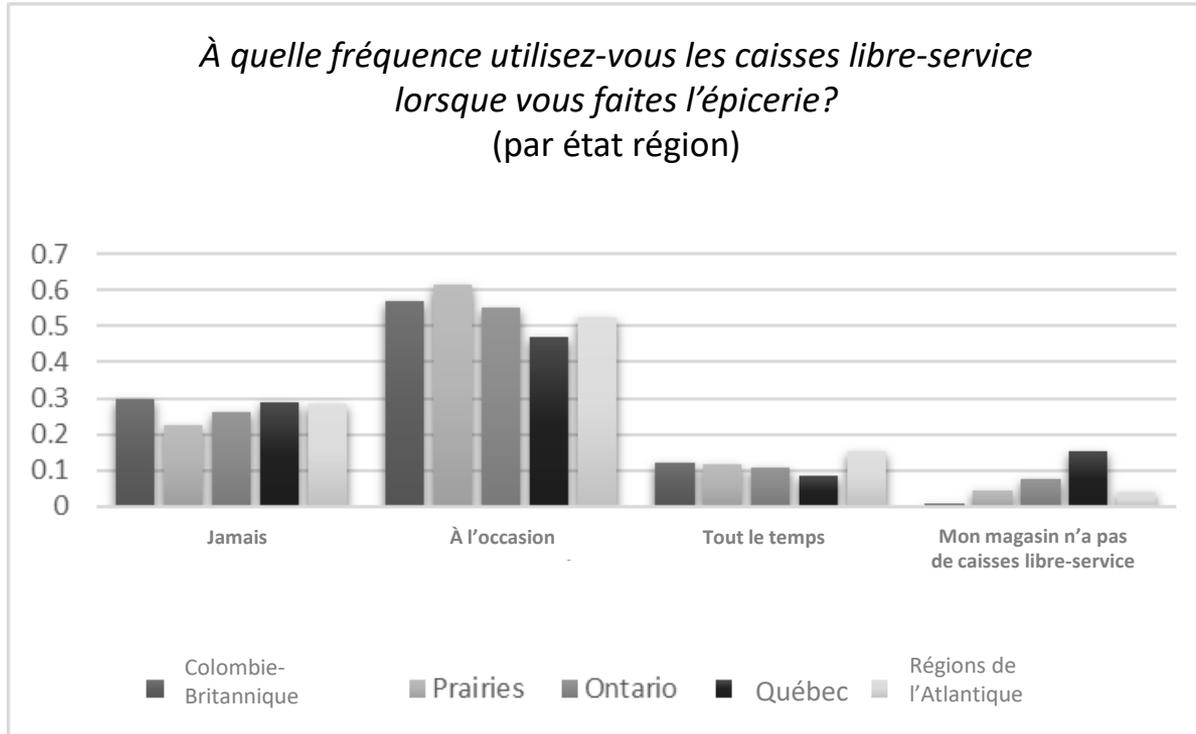
# À quelle fréquence utilisez-vous les caisses libre-service lorsque vous faites l'épicerie?



*66% des répondants admettent avoir utilisé les caisses libre-service.*



# À quelle fréquence utilisez-vous les caisses libre-service lorsque vous faites l'épicerie?



*Les répondants du **Québec** sont ceux qui utilisent les caisses libre service le moins fréquemment.*



Importance accordée à la propriété, la gestion et leurs avantages

**DALHOUSIE** 181  
**UNIVERSITY** 201

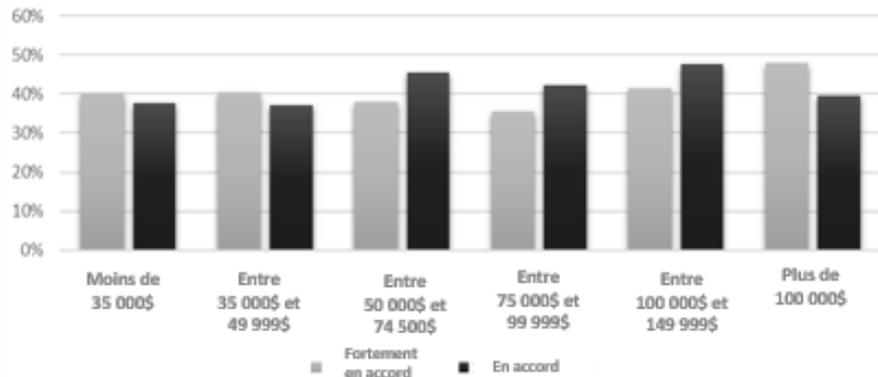
Je choisis un magasin d'alimentation ...	Oui	Fortement en accord	En accord
parce que je peux tout y trouver au même endroit.	<b>83,1%</b>	40,9%	42,2%
en raison de son emplacement géographique.	<b>80,6%</b>	39%	41,6%
car je connais plusieurs des personnes qui y travaillent.	<b>18%</b>	4,9%	13,1%
car je connais personnellement le gérant.	<b>12,2</b>	3,8%	8,4%
Je préfère visiter de petits magasins où je peux rapidement voir tout ce que le magasin a à offrir.	<b>35,3%</b>	9,5%	25,8%



Il est important pour moi ...	Oui	Fortement en accord	En accord
de <b>connaître</b> le ou la <b>propriétaire</b> du magasin d'alimentation que je fréquente régulièrement.	<b>25,7%</b>	7,6%	18,1%
de fréquenter un magasin d'alimentation qui appartient et est opéré par de propriétaires qui sont fortement engagés <b>envers la communauté</b> .	<b>42,2%</b>	11,6%	30,6%
de fréquenter un magasin d'alimentation dont le propriétaire est quelqu'un en <b>qui j'ai confiance</b> .	<b>55,4%</b>	22,4%	33%



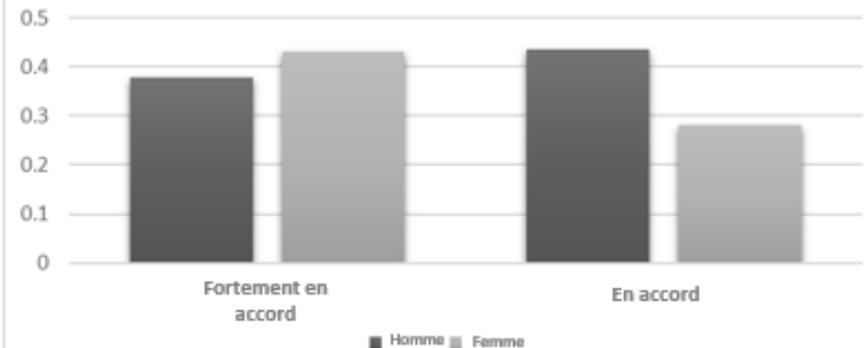
*Je choisis un magasin d'alimentation (épicerie) en raison de son emplacement géographique.*  
 (selon le revenu familial)

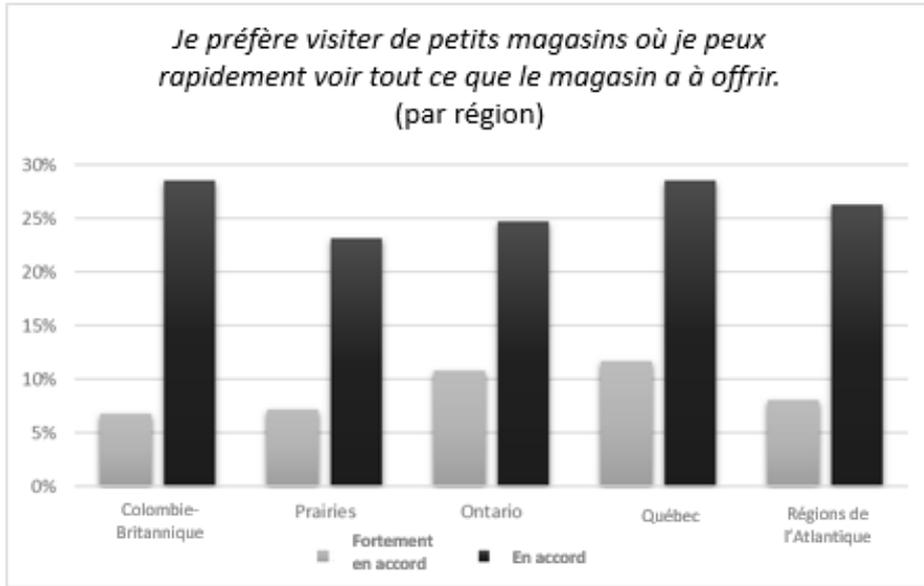


*Légère tendance: Les gens ayant un salaire plus élevé semblent prioriser l'emplacement, plus que ceux gagnant un salaire moindre.*

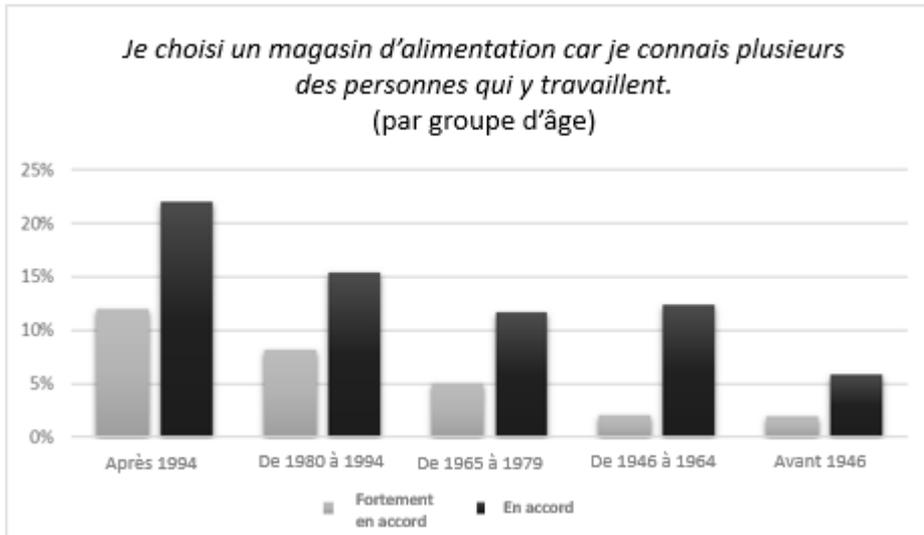
*Les hommes semblent trouver important de pouvoir tout acheter au même endroit.*

*Je choisis un magasin d'alimentation parce que je peux tout y trouver au même endroit.*  
 (par genre)



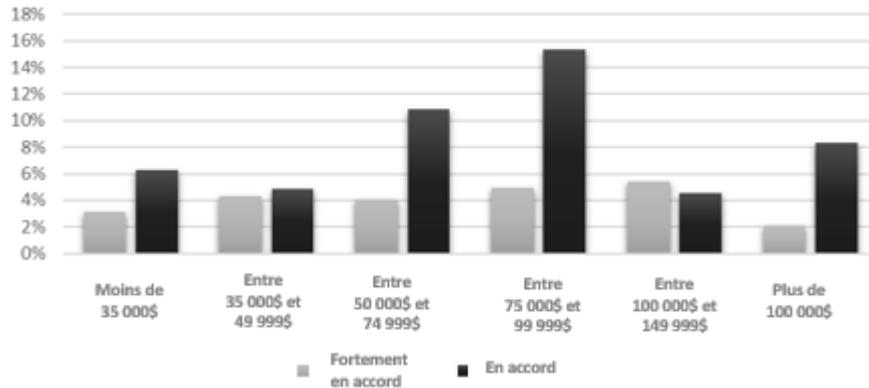


*Les habitants du **Québec** et de l'**Ontario** sont légèrement plus intéressés aux épicerie où tout peut rapidement se voir.*



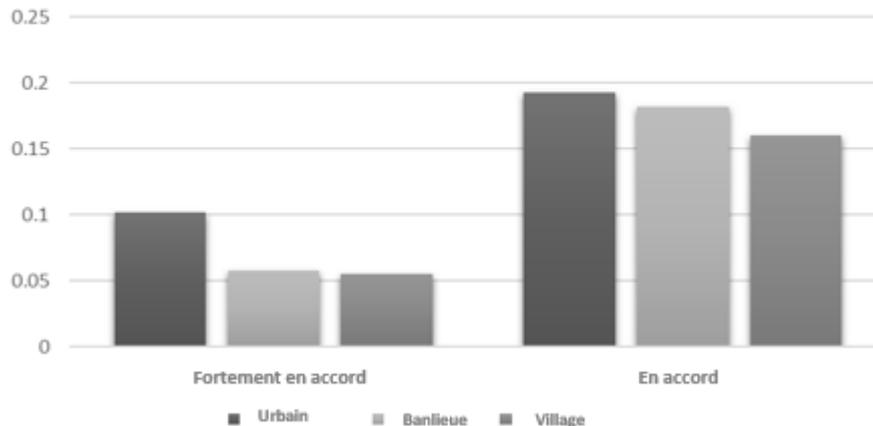
*Il existe une forte corrélation entre les **groupes d'âge** et le fait de connaître les gens travaillant à l'épicerie choisie.*

*Je choisis un magasin d'alimentation car je connais personnellement le gérant.  
(selon le revenu)*



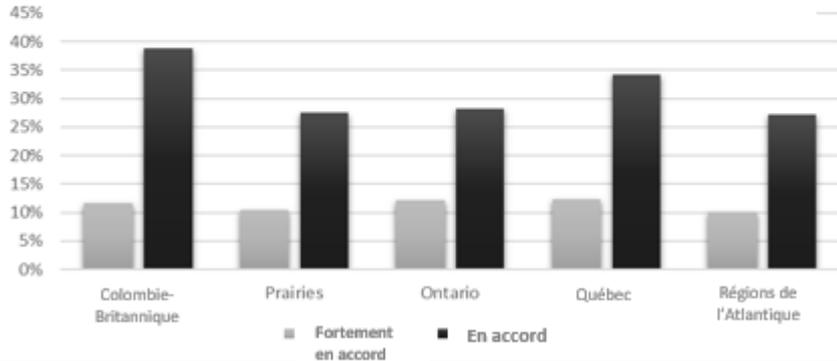
*Il est plus important pour les répondants ayant un revenu familial entre **75 000\$ et 99 999\$** de connaître le gérant.*

*Il est important pour moi de connaître le ou la propriétaire du magasin d'alimentation que je fréquente régulièrement.  
(Centre urbain - banlieue – village)*



*Les répondants des **centres urbains** sont plus nombreux à vouloir connaître qui est propriétaire de l'épicerie.*

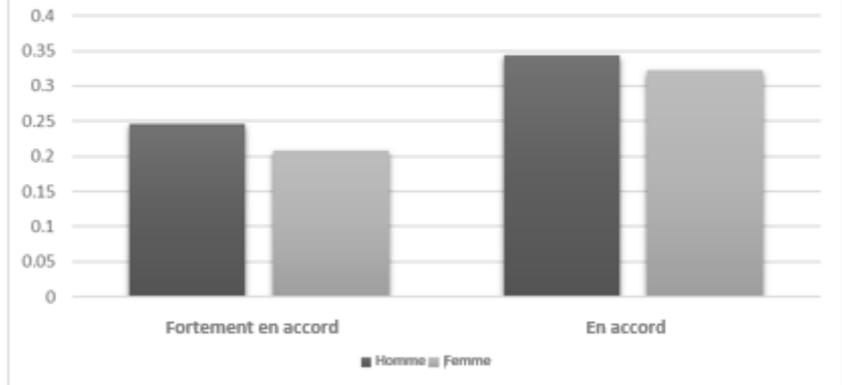
*Il est important pour moi de fréquenter un magasin d'alimentation qui appartient et est opéré par des propriétaires qui sont fortement engagés envers la communauté. (par région)*



*Les répondants de la **Colombie-Britannique** semblent trouver l'engagement envers la communauté un peu plus important que les autres.*

*Les hommes semblent accorder plus d'importance au fait de faire confiance au propriétaire que les femmes.*

*Il est important pour moi de fréquenter un magasin d'alimentation dont le propriétaire est quelqu'un en qui j'ai confiance. (par genre)*

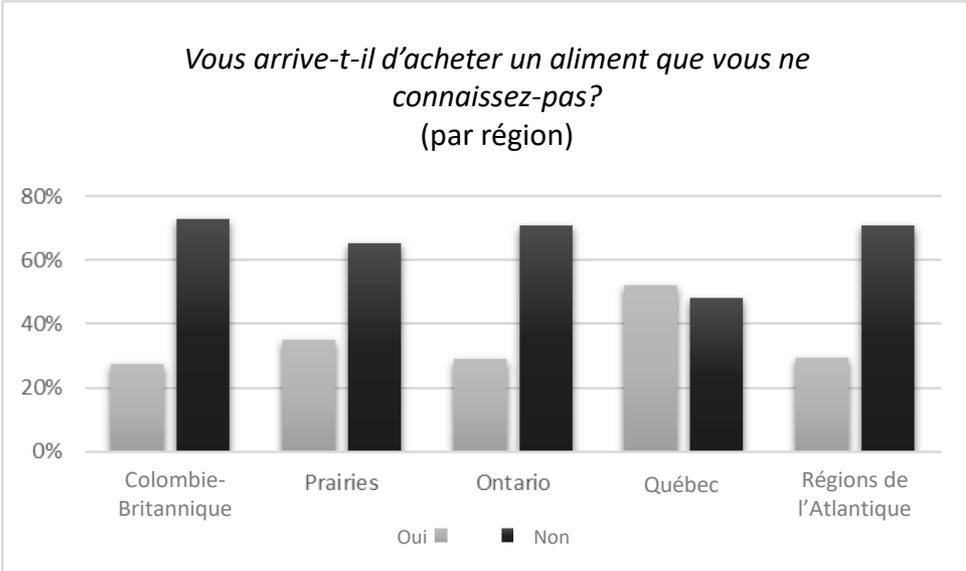
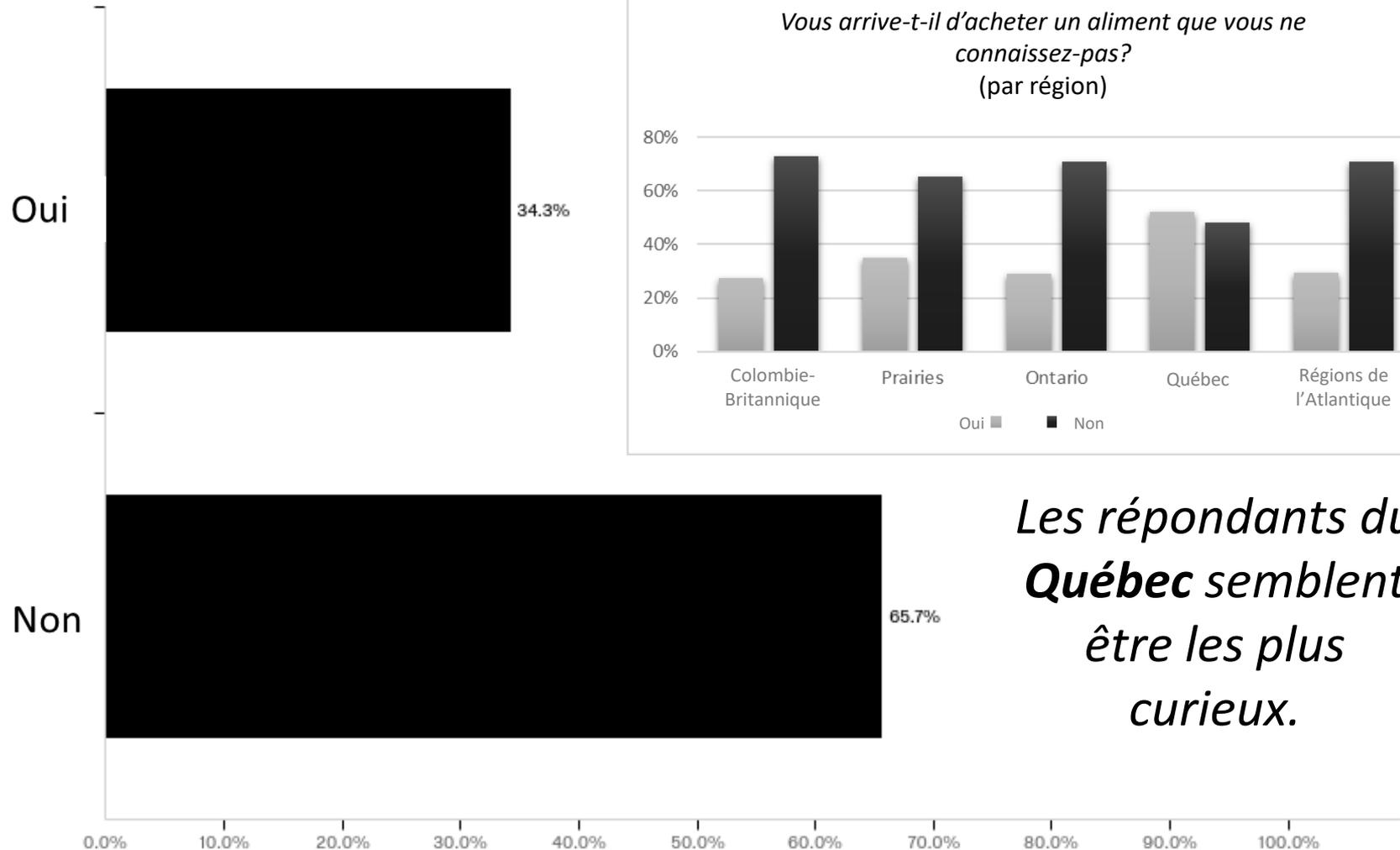




# Importance accordée aux produits

**DALHOUSIE UNIVERSITY 181  
201**

Vous arrive-t-il d'acheter un aliment que vous ne connaissez-pas?



*Les répondants du Québec semblent être les plus curieux.*

Visitez-vous régulièrement, au moins une fois par mois, un magasin où l'on vend principalement ...	Oui	Non
de la viande	52,9%	47,1%%
des fruits et légumes	<b>63,5%</b>	36,5%
des produits de boulangerie et pâtisserie	55,8%	44,2%
du poisson et des fruits de mers	<b>38%</b>	62%



*Les magasins de fruits et légumes sont ceux qui sont le plus visités sur une base régulière.*

*Ceux de poissons et fruits de mer sont les moins visités*



Visitez-vous régulièrement, au moins une fois par mois, de visiter...

un marché public?



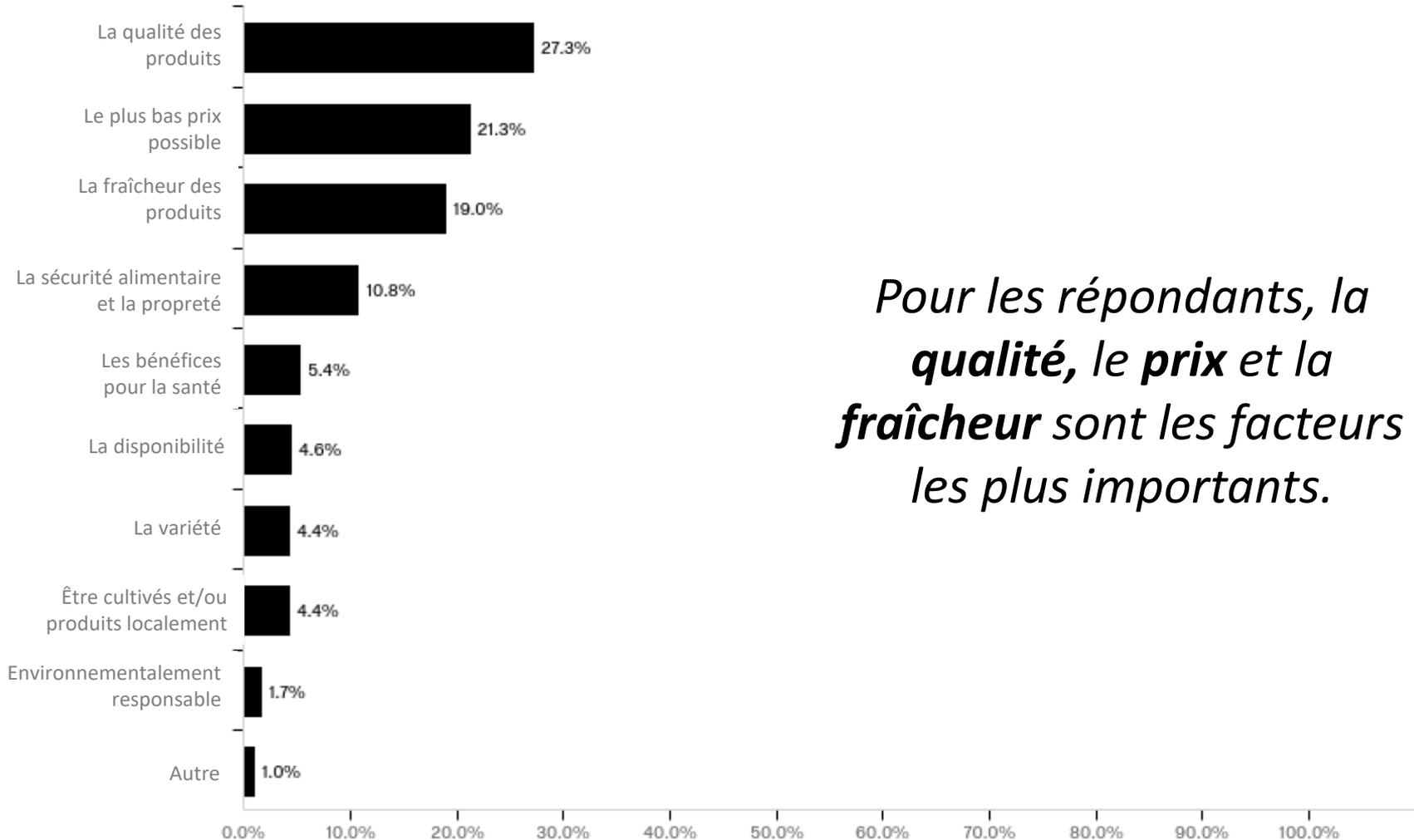
Non: 69,3%

une entreprise sociale (coop, à but non-lucratif, etc..) qui vend de la nourriture?



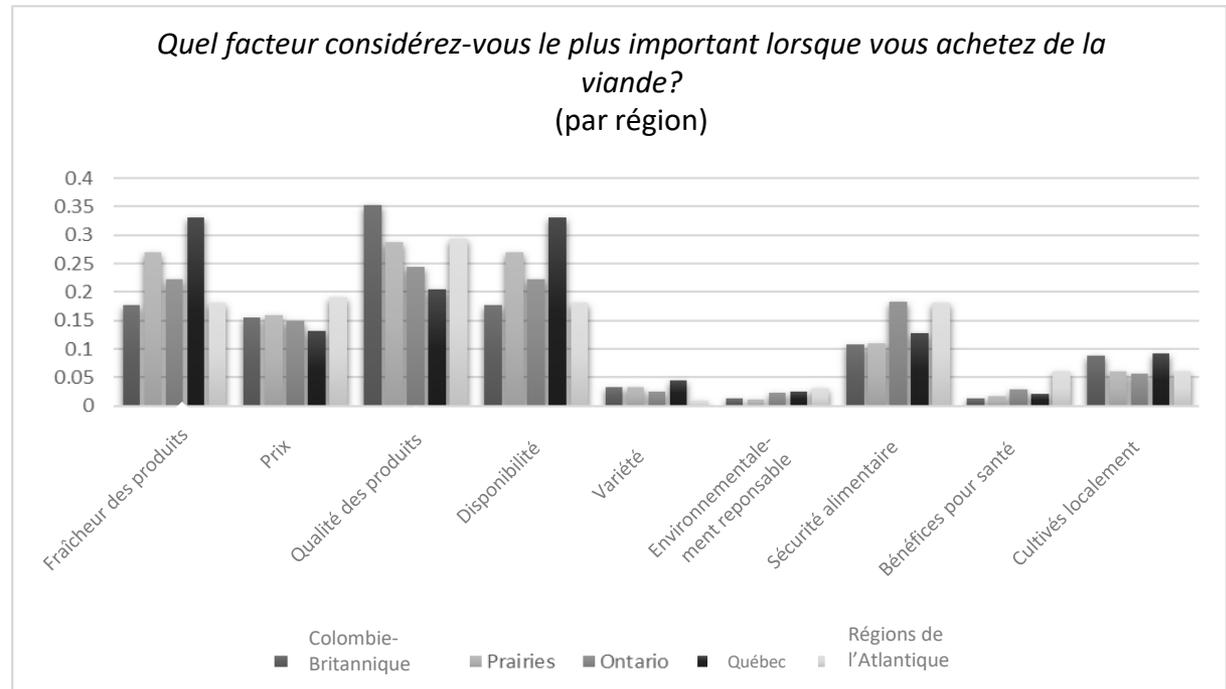
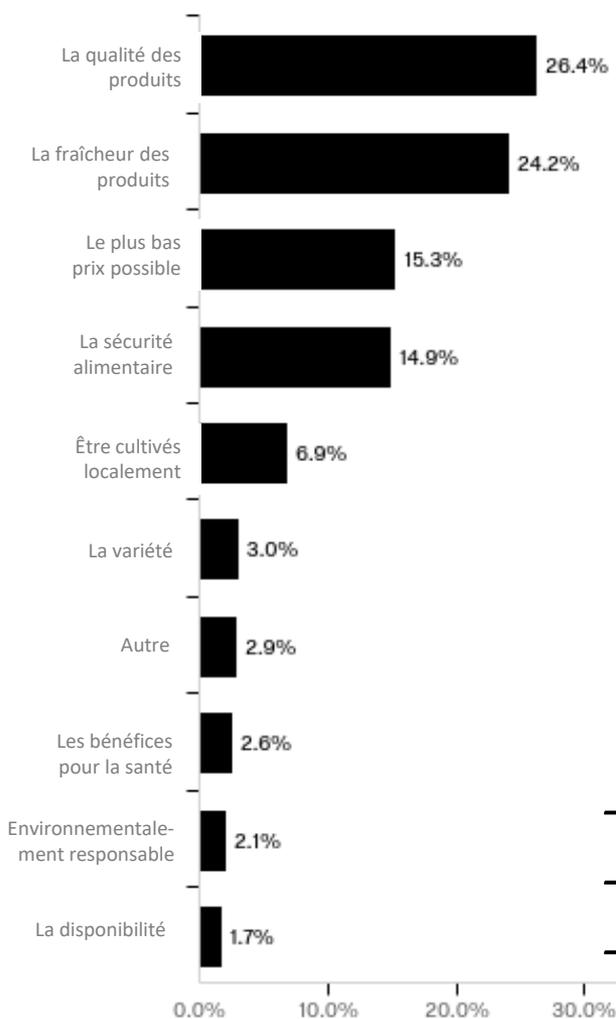
Non: 81,9%

# En général, quel facteur considérez-vous le plus important lorsque vous faites l'achat de produits alimentaires?



*Pour les répondants, la **qualité**, le **prix** et la **fraîcheur** sont les facteurs les plus importants.*

# Quel facteur considérez-vous le plus important lorsque vous achetez de la viande?



*Les facteurs les plus importants sont:*

- **la fraîcheur de la viande pour les gens du Québec;**
- **le prix pour ceux des Régions de l'Atlantique et**
- **la qualité pour ceux de la Colombie-Britannique.**

# Conclusions principales

- En moyenne, un Canadien visite 2,3 épicerie régulièrement;
- En moyenne, un Canadien visitera une épicerie 5,43 fois par mois, 1,29 fois par semaine et ce, pendant une moyenne de 32 minutes;
- 49,4% des Canadiens n'ont PAS l'intention d'acheter de la nourriture en ligne;
- 66% des Canadiens ont déjà utilisé un guichet libre-service;
- Les participants du **Québec** semblent plus curieux que les participants des autres régions;
- Les jeunes adultes canadiens préfèrent fréquenter les épicerie où ils connaissent des gens qui y travaillent;
- Les participants des centres urbains semblent préférer connaître les propriétaires des épicerie fréquentées;
- 81,7% des Canadiens croient qu'il est important de pouvoir demander de l'aide au besoin lorsqu'ils font leur épicerie.
- L'engagement envers la communauté est important en **Colombie-Britannique**.



HOUSIE 18  
VERSITY 20

# Synthèse des entrevues

## • Observations générales

- Résultats pertinents pour les centres urbains, pas pour les régions;
- Compétition en région: Costco, Costco, Costco;
- Petits marchands en ville;
- Complémentarité payante avec petits marchands;
- « Plastic Attack ».



## • Importance du service

- Programmes communautaires: Une priorité, difficile de mesurer l'impact;
- En région: Le nouveau « perron de l'église », personnes âgées;
- Assistance en magasin: Aucune surprise;
- Recrutement: Un problème majeur, sentiment d'appartenance;
- Grosse journée de la semaine: Grosse variation.



## • Importance de la gestion

- Connaissance du propriétaire: réactions variées;
- Présence sur le terrain: Une priorité;
- Rénovation: Redéfinition.

## • Importance des produits

- Gérer la décroissance démographique en région;
- Prix: Facteur le plus important, mais pas toujours;
- Provenance du produit, facteur « Montréalais »;
- Viandes: Ventes en déclin, véganisme en hausse.



# Constats

- Difficile de prescrire une solution collective
- Paradoxe: Propriété locale versus service personnalisé
- Rénovation: Repositionnement
- Point focal d'un réseau social
- Engagement communautaire: À mesurer régulièrement
- Peu de recherche régionalisée
- Réputation du secteur





# Expérience en épicerie

# Rapport d'une étude nationale

*Présenté au*

**63e Congrès annuel de L'ADA**



**DALHOUSIE** 1818  
**UNIVERSITY** 2018

**Sylvain Charlebois**

Faculté de Management  
Directeur scientifique (interim)  
Institut des sciences analytiques  
en agroalimentaire

[Sylvain.Charlebois@dal.ca](mailto:Sylvain.Charlebois@dal.ca)