

## **Moins de 30 % des Canadiens satisfaits de leurs expériences en restaurant malgré l'augmentation des prix des menus, révèle une nouvelle enquête**

HALIFAX, 7 novembre 2023 – L'industrie canadienne de la restauration, ayant survécu à la pandémie, se trouve maintenant à un moment critique alors que de nombreux établissements luttent contre l'augmentation des dépenses liées à la main-d'œuvre, au loyer et à la nourriture. Actuellement, un impressionnant 51 % des restaurants au Canada fonctionnent enregistrant des pertes, marquant une augmentation substantielle par rapport à l'ère pré-pandémique où ce chiffre n'était que de 12 %, comme récemment révélé par **Restaurants Canada**. Le défi persistant des coûts opérationnels et des dépenses alimentaires continue de peser sur le secteur.

À l'approche de la saison des fêtes, le **Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire** à l'Université Dalhousie, en collaboration avec **Caddle**, a mené une enquête auprès de 5 521 Canadiens cet automne pour évaluer leurs perspectives sur l'industrie de la restauration et l'impact de l'inflation alimentaire sur leurs opinions.

### **Conscience accrue des prix des menus**

Nous avons commencé par demander aux Canadiens s'ils avaient observé des changements dans les prix des menus au cours des 12 derniers mois. Une écrasante majorité de 81,0 % des Canadiens ont en effet remarqué des modifications dans les prix des menus, et 80,1 % des répondants ont reconnu que les prix plus élevés des menus ont influencé leurs choix de sorties au restaurant. 8,0 % supplémentaires ont déclaré qu'ils ne sortent plus du tout. De plus, un nombre significatif de 88,3 % des Canadiens ont déclaré qu'ils sortent moins en raison de la hausse générale des prix alimentaires par rapport à l'année précédente.

### **Critères de sélection des restaurants**

Un nombre substantiel de 84,2 % des Canadiens sont devenus beaucoup plus sélectifs dans le choix d'un restaurant, principalement en réponse à l'augmentation des prix des menus au cours des 12 derniers mois. Notamment, 77,1 % des Canadiens optent maintenant principalement pour des établissements de restauration plus abordables en raison de la hausse des prix. Les remises, les rabais et les programmes de fidélité deviennent de plus en plus populaires, avec 76,2 % des Canadiens montrant une préférence pour les établissements qui offrent de tels incitatifs.

De plus, un nombre significatif de 89,7 % des Canadiens sont devenus plus soucieux de leur budget lorsqu'ils choisissent un restaurant, par rapport à l'année précédente.

### **Rapport qualité-prix perçu**

Nous avons également interrogé les Canadiens sur leurs expériences en restaurant au cours de l'année écoulée. Seuls 29,5 % des répondants se sont dit très satisfaits ou satisfaits de leurs expériences en restaurant en fonction de l'argent dépensé, ce qui suscite des inquiétudes.



Un nombre substantiel de 68,2 % des Canadiens ont observé que les portions dans les restaurants ont sensiblement diminué par rapport à l'année précédente, un phénomène connu sous le nom de "réduflation" dans l'industrie de la restauration.

Bien que nous n'ayons pas interrogé les Canadiens sur la qualité du service, il est à noter que de nombreux Canadiens ont également constaté un déclin de la qualité du service dans les restaurants, probablement attribuable aux défis de recrutement de personnel.

<i>Province</i>	<i>Très satisfaits ou satisfaits de leurs expériences en restaurant en fonction de l'argent dépensé.</i>
<i>Québec</i>	42,0%
<i>Île du Prince Édouard</i>	41,2%
<i>Nouveau Brunswick</i>	32,8%
<i>Ontario</i>	28,5%
<i>Alberta</i>	25,8%
<i>Colombie Britannique</i>	23,5%
<i>Terre-Neuve et Labrador</i>	23,2%
<i>Nouvelle-Écosse</i>	19,2%
<i>Saskatchewan</i>	17,3%
<i>Manitoba</i>	15,0%

**Sylvain Charlebois**, directeur du Laboratoire, a commenté les résultats de l'enquête en déclarant: "*Le niveau actuel de satisfaction exprimé par les Canadiens qui fréquentent les restaurants est alarmant. Les attentes ont clairement changé. Cette enquête met en lumière l'impact profond que les hausses de prix des menus et l'inflation alimentaire ont sur les habitudes alimentaires des consommateurs canadiens. C'est un signal d'alarme pour l'ensemble de l'industrie de la restauration, indiquant la nécessité de développer des stratégies innovantes pour s'adapter à ces évolutions des préférences des consommateurs et des défis économiques.*"

**Janet Music**, responsable de la recherche au Laboratoire, a commenté les résultats de l'enquête en déclarant: "*Cette enquête fournit des informations précieuses sur la manière dont les Canadiens réévaluent leurs choix en matière de restauration en réponse aux défis posés par l'augmentation des prix des menus et l'inflation alimentaire. Elle met en évidence l'importance de s'adapter aux évolutions des comportements des consommateurs et de la dynamique économique dans l'industrie de la restauration.*"

Pour plus d'informations et pour accéder au rapport complet, veuillez visiter le site:

<https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>.

**Méthodologie de l'enquête** : Caddle est l'un des panels actifs les plus crédibles sur le marché canadien. Une enquête représentative a été menée auprès des consommateurs à l'automne 2023, en partenariat avec Caddle. 5 521 consommateurs ont participé à cette enquête. Marge d'erreur : +/- 2,1 %, 19 fois sur 20. Tous les écarts dans les totaux sont dus à l'arrondissement.

**Divulgateion** : Le financement de l'enquête a été fourni par Caddle et l'Université Dalhousie.

### **À propos du Laboratoire des sciences analytique en agroalimentaire**

Le Laboratoire des sciences analytique en agroalimentaire à Université Dalhousie est une unité de recherche dédiée à fournir des informations précieuses sur les secteurs de l'alimentation et de l'agriculture. L'équipe interdisciplinaire d'experts mène des recherches sur divers aspects de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, offrant des solutions basées sur les données pour informer les acteurs de l'industrie et les décideurs politiques.

### **À propos de Caddle**

Avec un accès à des informations rapides à chaque étape du parcours du consommateur, Caddle® est la plus grande plateforme d'analyse mobile d'abord qui récompense les Canadiens pour le partage de données et l'interaction avec les marques. Caddle est le plus grand panel d'enquêtes actif quotidiennement sur le marché canadien, avec plus de 10 000 utilisateurs actifs quotidiens et plus de 100 000 utilisateurs actifs mensuels.

### **Contacts**

Dr. Sylvain Charlebois, Directeur

Laboratoire d'analyse agroalimentaire, Université Dalhousie

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

Janet Music, Responsable de la recherche

Laboratoire d'analyse agroalimentaire, Université Dalhousie

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