



Sondage sur le magasinage de la rentrée au Canada en 2023 | Étude nationale de consommation – Caddle et le CCCD

Les deux tiers des Canadiens (66 %) se réservent une séance de magasinage spéciale pour effectuer leurs achats en vue de la rentrée.



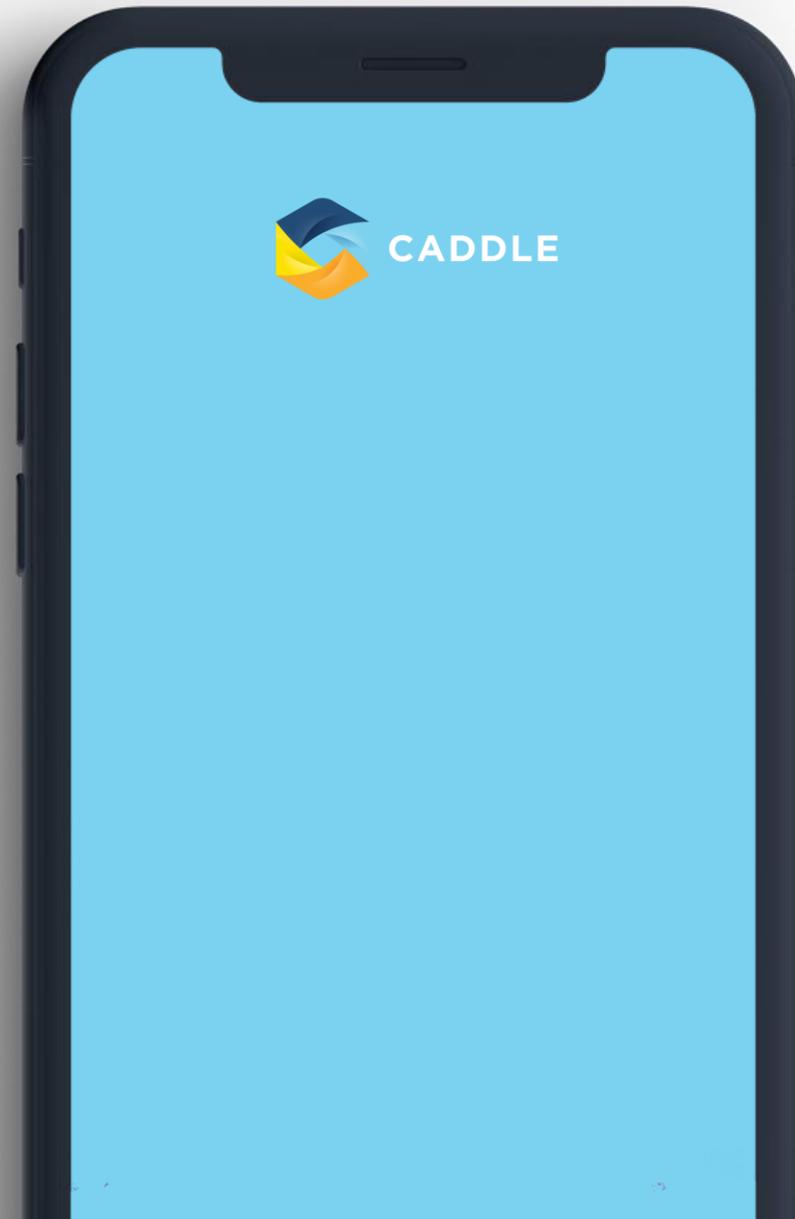
Prenez plus rapidement de meilleures décisions grâce à un aperçu rapide de chacune des étapes du processus d'achat des consommateurs.

Méthodologie

Caddle, en partenariat avec le Conseil canadien du commerce de détail (CCCD), a sondé les Canadiens d'un océan à l'autre afin de mieux comprendre les intentions d'achat des consommateurs en vue de la rentrée scolaire.

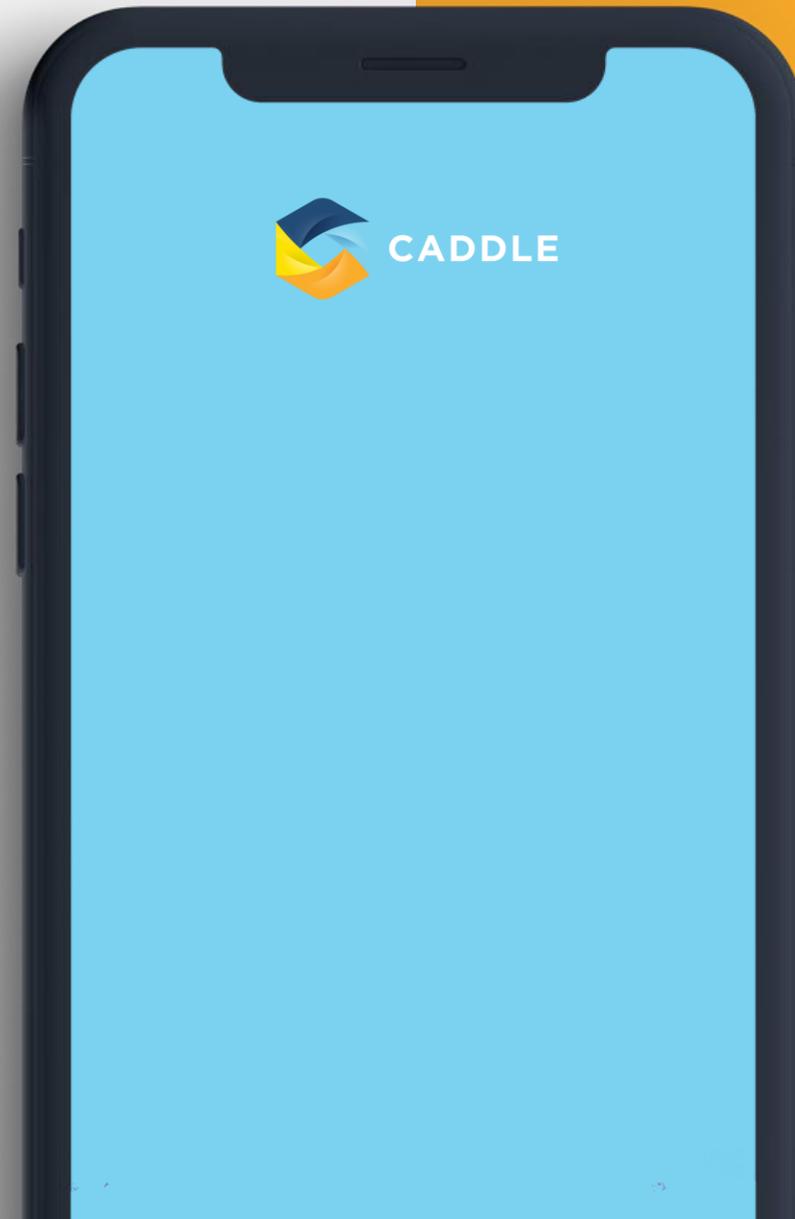
Ce sondage a été réalisé en juillet 2023 à l'aide de la plateforme mobile et du panel en ligne de Caddle auprès d'échantillons aléatoires représentatifs de 9 165 et de 9 848 adultes.

Toutes les données présentées sont la propriété de Caddle et comportent une marge d'erreur de 1 % ou moins. Ce sondage a été autocommandité et payé par Caddle, Inc.



Service AskCaddle®

Caddle est le panel quotidien et mensuel le plus important sur le marché canadien. Notre plateforme relationnelle, centrée sur l'environnement mobile, récompense les Canadiens qui partagent des données et s'engagent auprès de marques.



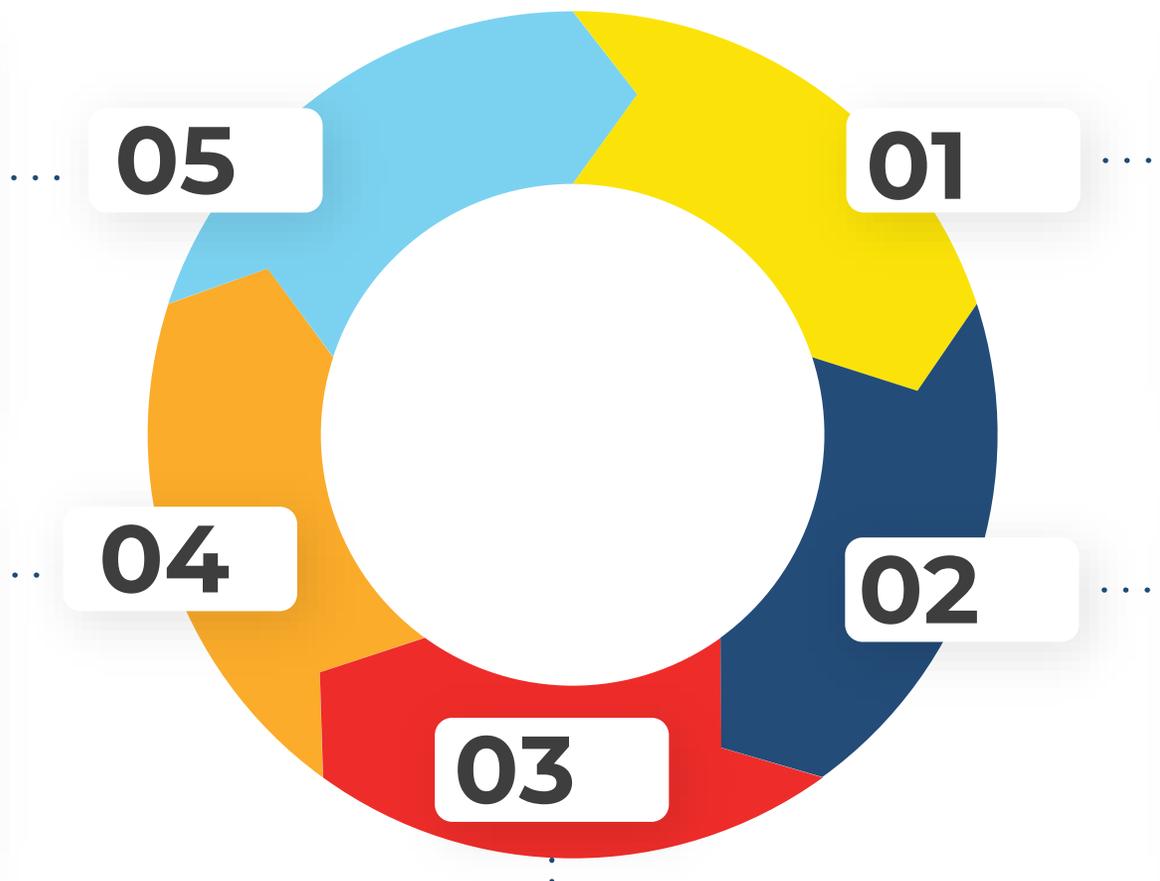
Données importantes sur le magasinage de la rentrée

Où les Canadiens font-ils leurs achats en vue de la rentrée ?

Les grandes surfaces (62,3 %) se partagent la plus grosse part des dépenses que font les Canadiens en vue de la rentrée.

Quels produits les Canadiens achètent-ils pour la rentrée ?

Les principales catégories de dépenses en vue de la rentrée sont celles de la papeterie (60,8 %) et les vêtements (54,2 %).



Qui effectuera des achats en vue de la rentrée ?

Les deux tiers des Canadiens (66 %) se réserveront une séance de magasinage pour effectuer leurs achats de la rentrée. Ils étaient 32,7 % dans cette situation en 2022,

Le magasinage local sera-t-il préféré aux achats en ligne cette année ?

81 % des Canadiens prévoient effectuer leurs achats de la rentrée dans des commerces locaux, plutôt que d'acheter leurs produits en ligne.

Combien les Canadiens dépensent-ils pour la rentrée ?

Près de 73 % des Canadiens qui effectueront des achats en vue de la rentrée prévoient dépenser plus de 50 \$.

Fait à retenir # 1 pour la rentrée

Les consommateurs dépensent avec prudence.

3,4 %

Le nombre de personnes qui prévoient dépenser moins de 50 \$ a augmenté de 3,4 % par rapport à 2022. Celles-ci comptent dépenser davantage sur des articles moins dispendieux – comme les fournitures scolaires et la papeterie – et reporter l'achat d'articles plus coûteux, comme les meubles.

Fait à retenir # 2 pour la rentrée

Les achats prévus (de 2 à 4 semaines à l'avance) sont souvent reportés.

29,5 %

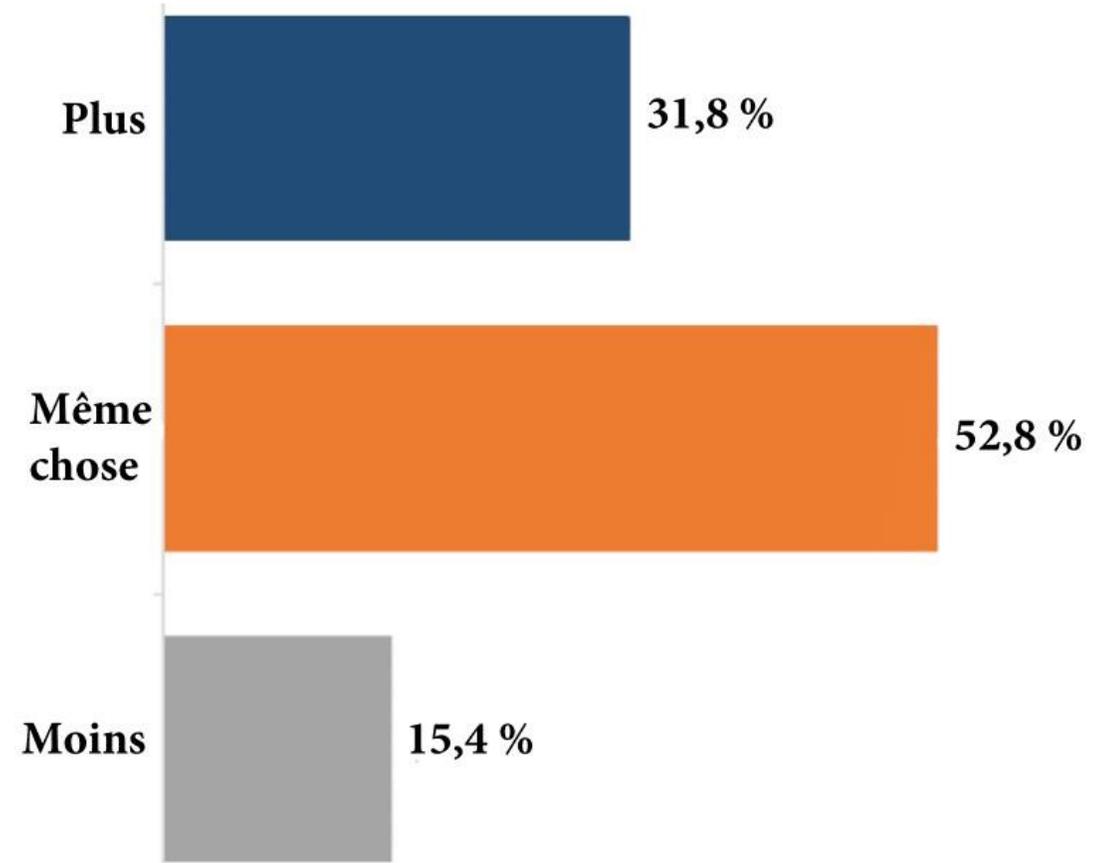
Si les consommateurs continuent à planifier leurs achats en vue de la rentrée en 2023, ils comptent cependant les effectuer à une date plus rapprochée de la rentrée, 29,5 % d'entre eux prévoyant faire ces achats de 2 à 4 semaines avant, alors qu'ils étaient 42,9 % dans cette situation en 2022.

L'incidence de la pandémie de COVID-19 sur les dépenses de la rentrée – qui se faisait encore sentir l'an dernier (plus de dépenses sur les vêtements, achats précoces pour éviter les pénuries causées par des ruptures de stock, préoccupations au sujet de l'affluence en magasin) – s'est estompée.

Près de 1 Canadien sur 2 prévoit effectuer des dépenses similaires à celles de l'an dernier pour la rentrée

- 84,6 % des Canadiens prévoient dépenser à peu près autant ou plus en vue de la rentrée cette année que l'an passé.
- Le pourcentage de consommateurs prêts à dépenser davantage (31,8 %) a diminué de 4,4 % par rapport à 2022 (36,2 %). De même, la proportion de gens prévoyant dépenser moins a augmenté de 1,7 % en 2023.

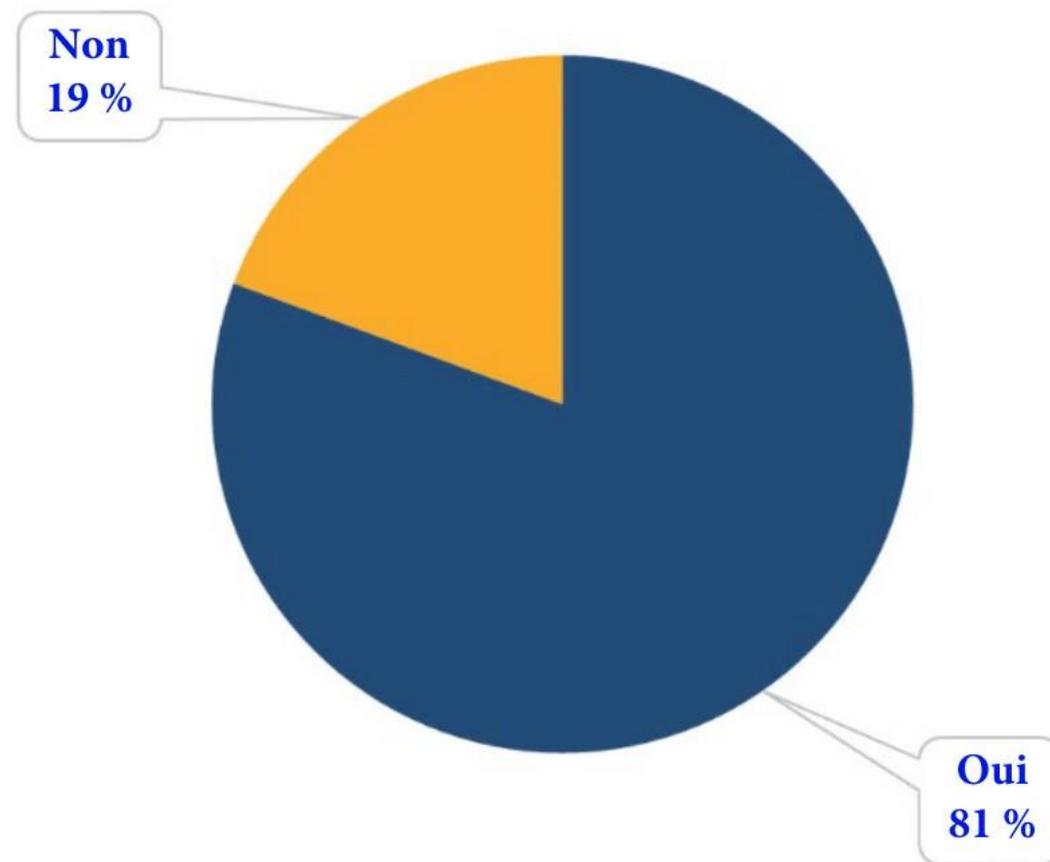
Prévoyez-vous dépenser plus ou moins que l'an dernier pour la rentrée ?



Une vaste majorité (81 %) de répondants disent préférer magasiner en personne dans des commerces traditionnels plutôt qu'en ligne pour faire leurs achats de la rentrée

- Cette année, seuls 19 % des Canadiens feront leurs achats de la rentrée en ligne.
- Les Canadiens ont davantage tendance à magasiner en personne depuis que la menace de la COVID-19 s'est estompée.
- Deux fois plus de Canadiens prévoient magasiner en personne dans les magasins cette année qu'en 2022 (à peine 41 %).

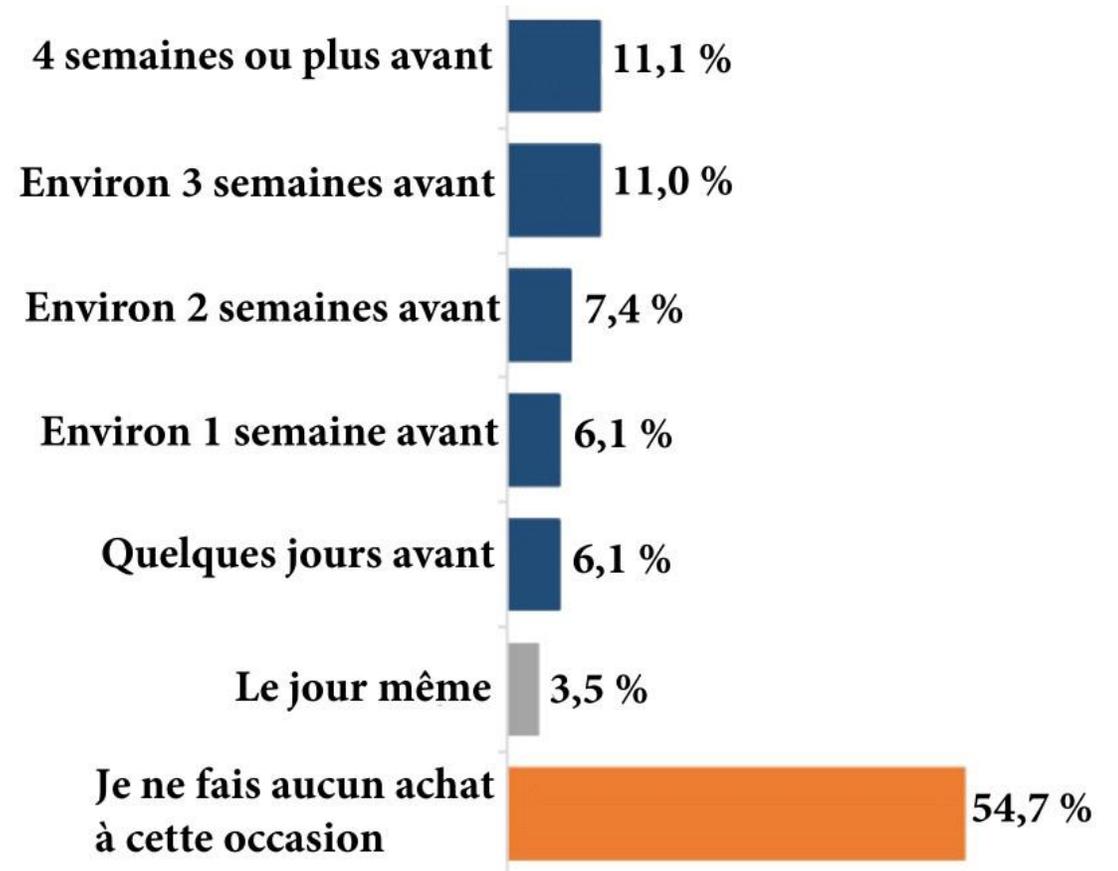
Comptez-vous magasiner localement et en personne plutôt qu'en ligne cette année pour la rentrée ?



Les achats de la rentrée sont des achats qui se planifient

- En 2023, 29,5 % des répondants – le groupe le plus important – prévoient effectuer leurs achats de 2 à 4 semaines avant le début des classes, alors qu'ils étaient 42,9 % dans cette situation en 2022. Cela est peut-être attribuable à certaines craintes liées aux ruptures de stock ou à des problèmes d'approvisionnement, qui ont été si importants l'an dernier, mais qui ne constituent plus un réel danger cette année.
- 15,7 % des Canadiens commenceront leurs achats en vue de la rentrée environ une semaine avant le début des classes.

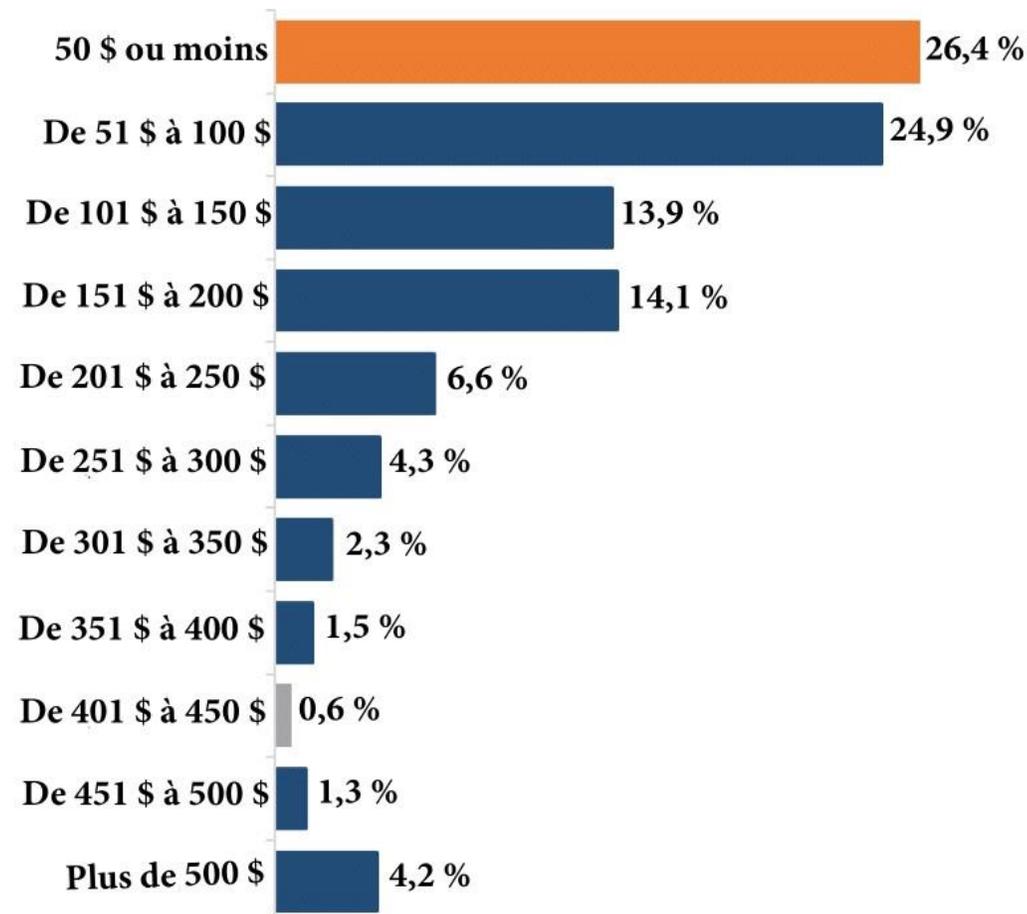
Combien de temps à l'avance commencez-vous à faire vos achats en vue de la rentrée ?



Près des trois quarts des Canadiens (73,6 %) prévoient dépenser plus de 50 \$ pour la rentrée

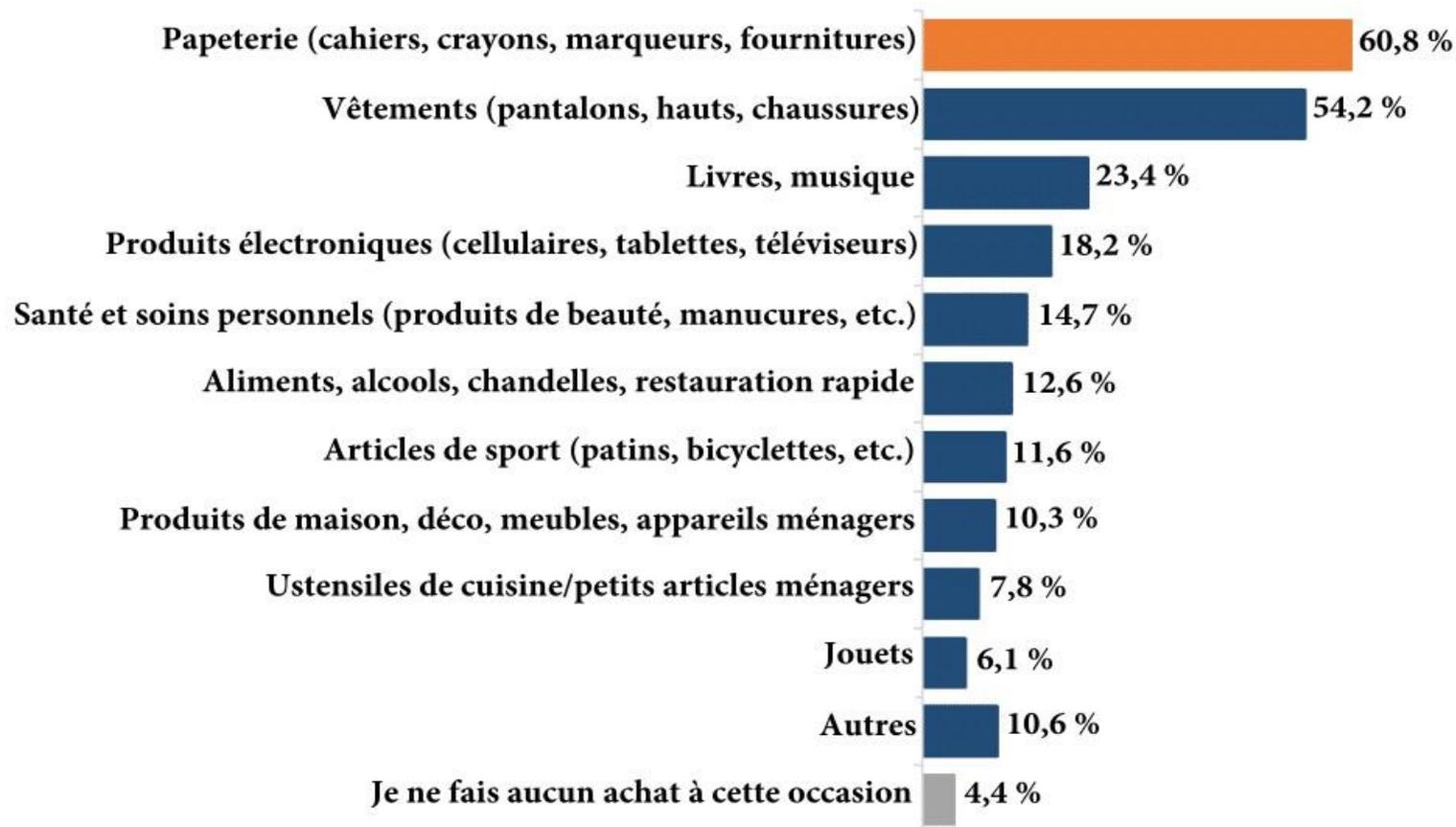
- 26,4 % des Canadiens prévoient dépenser 50 \$ ou moins pour la rentrée.
- Le nombre de personnes qui prévoient dépenser moins de 50 \$ a augmenté de 3,4 % par rapport à 2022. Cela indique que bien des gens ont décidé de resserrer les cordons de leur bourse en raison de la situation économique actuelle.

Combien dépensez-vous en général en vue de la rentrée ?



La principale catégorie de dépenses pour la rentrée est celle de la papeterie

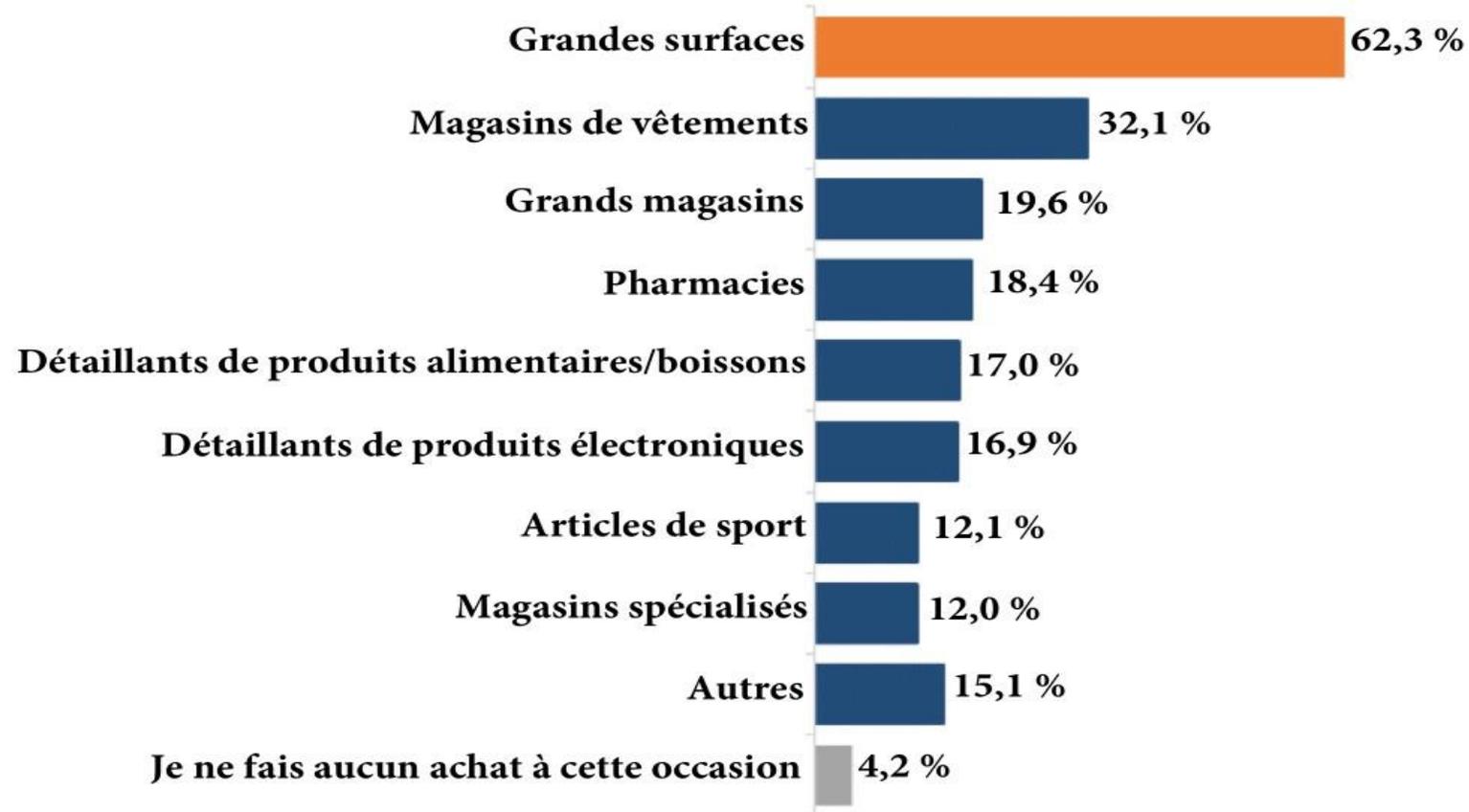
Lesquels des produits suivants font l'objet de vos achats (articles personnels et cadeaux) en vue de la rentrée ?



En vue de la rentrée 2023, la papeterie (cahiers, crayons, marqueurs, fournitures) est la principale catégorie de dépenses (60,8 %). Elle est suivie de celle des vêtements (54,2 %) et de celle des livres et de la musique (23,4 %). En 2022, les principales catégories étaient celles des vêtements, des livres et de la musique et des autres articles.

Les grandes surfaces et les détaillants de vêtements se partagent la plus grosse part des dépenses que font les Canadiens en vue de la rentrée

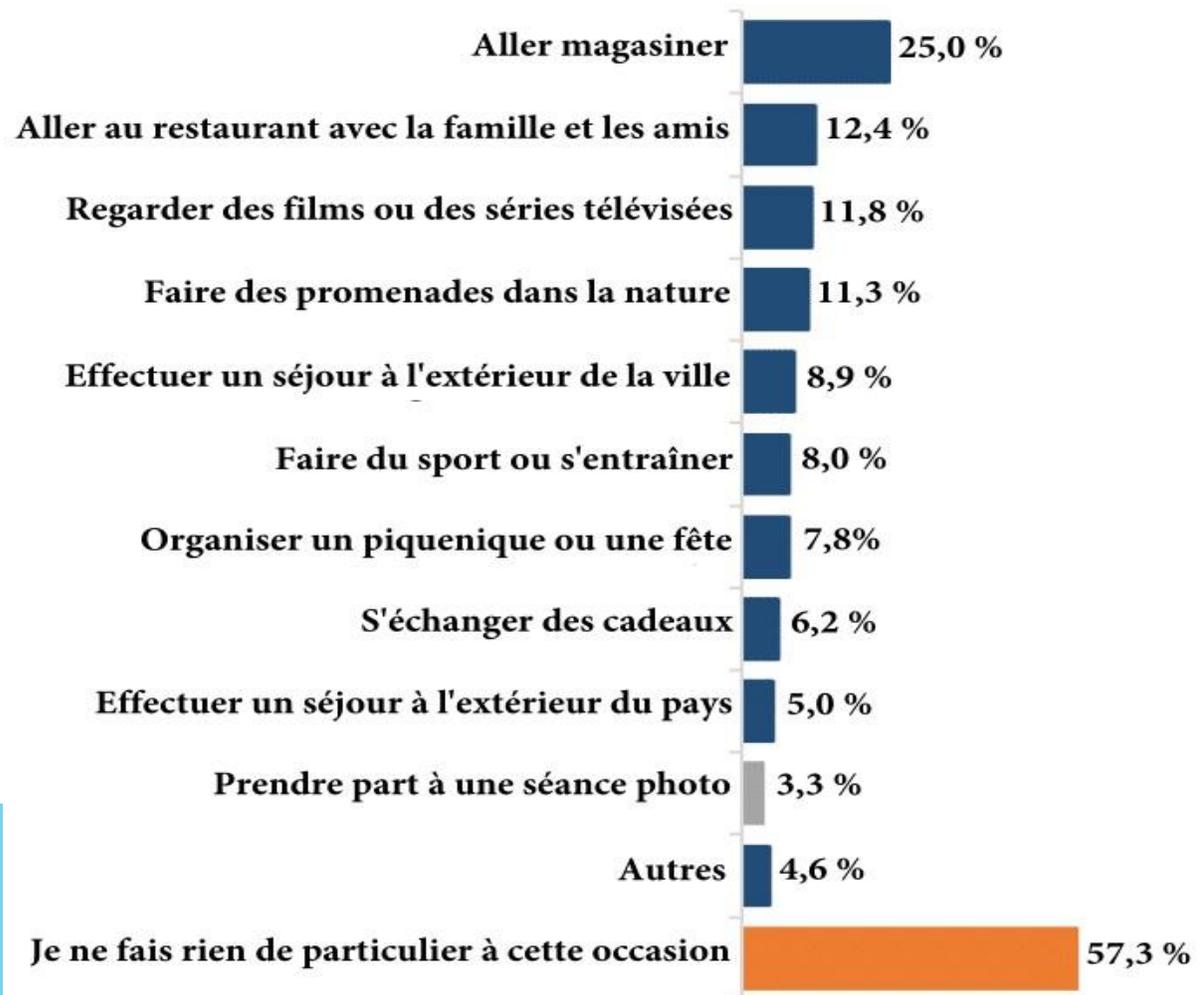
Dans lesquels des commerces suivants faites-vous généralement vos achats en vue de la rentrée ?



En vue de la rentrée, les trois grands types de commerces de détail où sont réalisés les achats des Canadiens sont les grandes surfaces (62,3 %), les boutiques de vêtements (32,1 %) et les grands magasins (19,6 %). Ce classement était le même en 2022.

Cette année, un Canadien sur 4 magasinera en vue de la rentrée

Auxquelles des activités suivantes vous adonnez-vous à la rentrée ?

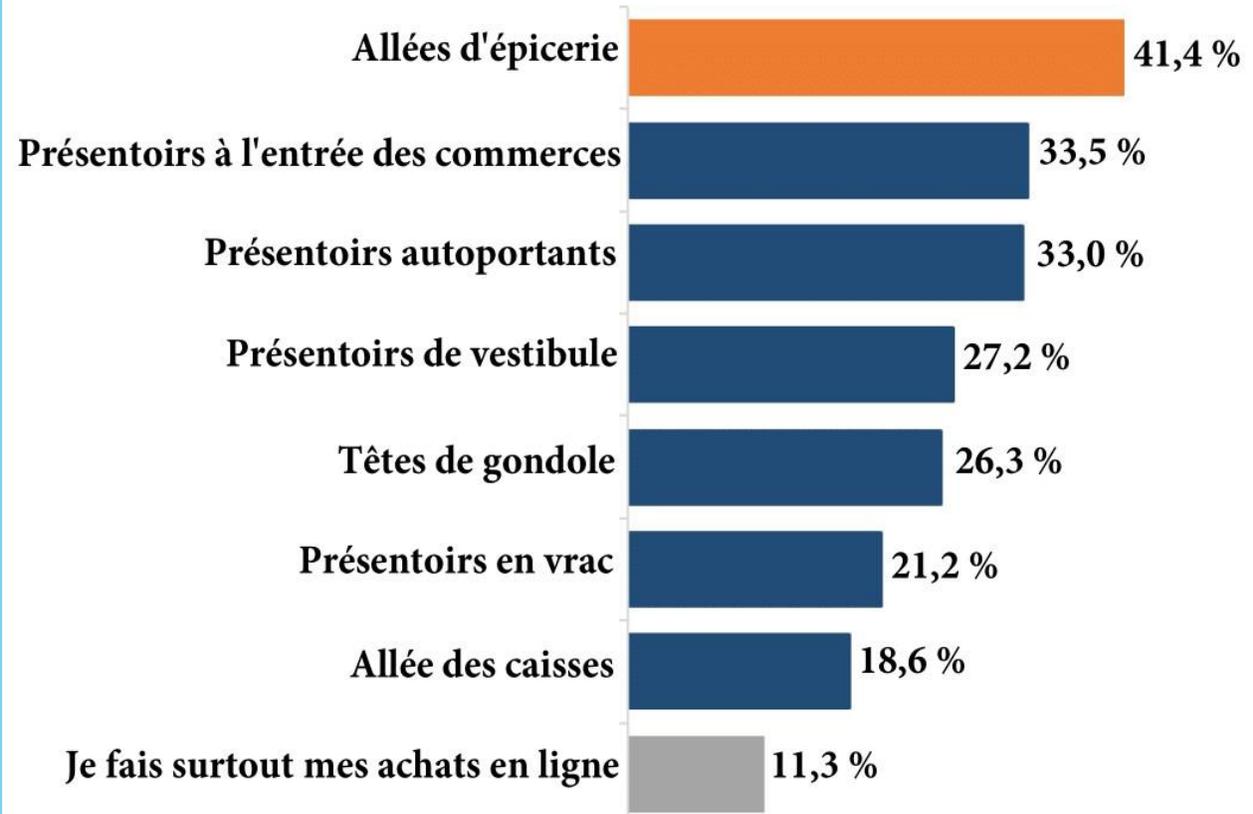


Les trois principales activités auxquelles s'adonnent habituellement les Canadiens à la rentrée sont le magasinage, les sorties au restaurant et le visionnement de films ou de séries.

Près de la moitié des Canadiens cherchent des articles pour la rentrée dans les allées des épicereries

- 41,4 % des Canadiens achètent des articles pour la rentrée dans les épicereries, alors qu'ils étaient 19,9 % dans cette situation en 2022.
- Ils sont suivis par ceux qui trouvent ces articles dans les présentoirs à l'entrée des commerces (33,5 %).
- 33 % des Canadiens achètent à cette occasion des articles dénichés dans les présentoirs autoportants.

Dans quelle partie d'un commerce faites-vous en général vos achats en vue de la rentrée ?





Examinons les données.



Anuj Punni

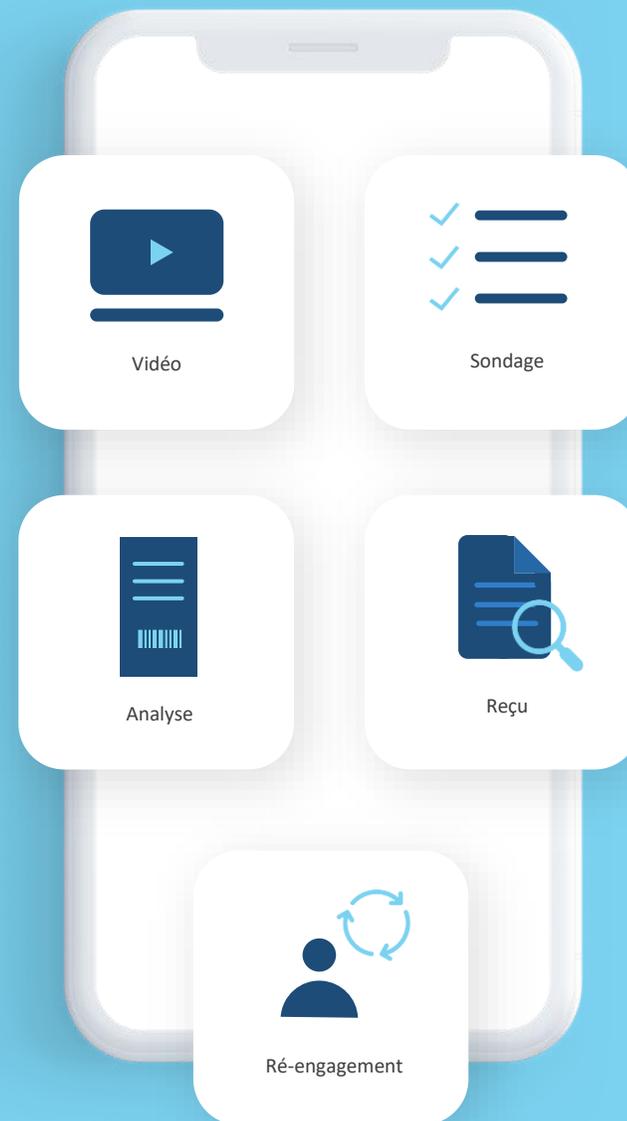
Directeur principal, Partenariats avec les marques

anuj.punni@caddle.ca

Comment ça fonctionne

Recueillez de précieuses informations sur certains défis ou occasions. Assurez-vous une relation fluide avec vos clients à chaque étape du processus d'achat en profitant de la suite d'outils de Caddle.

Caddle récompense les membres de ses panels pour diverses initiatives (vidéos, sondages, captures de reçus, analyses et bien plus).





**Possède et exploite
entièrement ses panels**



**Plus important panel quotidien
au Canada**



Diversité de panel sans égale



**Larges échantillons
canadiens représentatifs**



**Accès à des publics de
microniche**



**Achat et déclaration de
données de panel**