



## Les canadiens font leurs devoirs pour se préparer à la rentrée des classes

*Une étude de Staples/Bureau en Gros révèle que les acheteurs de fournitures scolaires accorde la priorité au « bon rapport qualité-prix »*

TORONTO, le 18 août 2014 - Selon l'étude annuelle de Staples/Bureau en Gros sur la rentrée des classes, le rapport qualité-prix est prioritaire pour les acheteurs de fournitures scolaires : en fait, 81 pour cent des Canadiens disent chercher le détaillant qui offre le meilleur rapport qualité-prix. Ce sondage met en relief les habitudes et les préoccupations de 11 millions de Canadiens qui achèteront des fournitures scolaires cette année. Parmi les points saillants de ce sondage annuel, les faits suivants méritent attention :

- 81 % des consommateurs qui achètent en prévision de la rentrée des classes cherchent un détaillant qui offre un bon rapport qualité-prix;
- Presque les trois quarts (74 %) des consommateurs canadiens qui achètent en prévision de la rentrée des classes préparent leurs propres listes;
- Presque autant (71 %) dressent leur propre budget;
- Bien que la fin août et le début septembre soient les périodes les plus achalandées, plus de la moitié des consommateurs qui achètent en prévision de la rentrée des classes (54 %) envisagent de magasiner au mois de juillet. Un bon pourcentage (36 %) songe à magasiner dès le mois de juin;
- La moitié des consommateurs qui achètent en prévision de la rentrée des classes (49 %) trouvent la période stressante : les parents (51 %) plus que les étudiants (46 %);
- Trente-trois pour cent des Canadiens, plus de 11 millions, magasineront pour les fournitures scolaires cette année, tout comme en 2013.

Le détaillant a fait ses devoirs, lui aussi : il propose un bon rapport qualité-prix sur les fournitures essentielles à la rentrée, en offrant des produits tels que le paquet de 150 feuilles mobiles à 10 cents, la colle d'école Elmer's à 89 cents, le paquet de 10 crayons de marque Staples à 20 cents et les protège-documents à 5 cents.

« L'étude révèle combien la période de la rentrée des classes est importante pour les familles canadiennes, dit Steve Matyas, président de Staples Canada/Bureau en Gros. Chez Staples/Bureau en Gros, nous sommes conscients de l'importance de cette saison, c'est pourquoi nous assurons aux clients un excellent rapport qualité-prix, un service hors pair et une offre de magasinage pratique .»

Le sondage a également examiné certains des éléments stressants de cette période. Pour les acheteurs de fournitures scolaires qui trouvent la période stressante, les principales sources de stress étaient la pression financière (85 %) et trouver tous les articles sur la liste scolaire de leur enfant (84 %).

Le magasinage en ligne pour la rentrée des classes tend également à devenir plus populaire. Cinquante pour cent des acheteurs de fournitures scolaires disent qu'ils aimeraient qu'il y ait plus de ressources en ligne pour leur faciliter la tâche. Ce pourcentage n'était que de quarante pour cent en 2013.

« Que ce soit en magasin, en ligne ou par technologie mobile, les acheteurs cherchent une expérience de magasinage facile et sans stress, ajoute Steve Matyas. C'est pourquoi nous avons lancé un exhaustif *Centre de rentrée des classes* sur notre site Web [bureauengros.com](http://bureauengros.com) qui offre plus de produits, de contenu et de ressources, soit tout ce dont les étudiants, les parents et les enseignants ont besoin pour entamer leur année du bon pied ».

Autres faits saillants du sondage :

- Quatre-vingt-deux pour cent des élèves adultes qui trouvent la période de la rentrée des classes stressante, considèrent l'expérience en magasin stressante, bien plus que les parents à 69 %;
- Soixante-sept pour cent des élèves adultes qui trouvent la période de la rentrée des classes stressante, affirment que la pression de suivre les tendances et la mode est stressante (tandis que c'est le cas de 61 % des parents);
- Soixante-seize pour cent des parents préfèrent magasiner avec leurs enfants (comme en 2013);
- Quarante-sept pour cent préfèrent le magasinage centralisé où tout ce dont ils ont besoin est offert dans un même magasin.

### **Magasinage avec un but social**

Le sondage confirme également ce que de nombreux adultes savent déjà, c'est-à-dire que les élèves tiennent à redonner à la société, peut-être même davantage que les adultes. Cinquante-quatre pour cent des élèves interrogés étaient plutôt favorables ou très favorables au nouveau partenariat de Staples/Bureau en Gros avec « Me to We », mouvement fondé par Marc et Craig Kielburger visant à financer Enfants Entraide et ses projets communautaires améliorant la qualité de vie dans les pays en voie de développement.

« Les élèves ont tendance à être idéalistes et sont déterminés à faire une différence, dit Matyas. Leur soutien à notre partenariat avec « Me to We » est l'une des raisons qui ont confirmé le bien-fondé de notre démarche ».

En juin, Staples/Bureau en Gros a annoncé un partenariat avec « Acco » et « Me to We » pour créer une gamme de fournitures scolaires socialement responsables et écologiques. Avec

l'achat d'un produit « Me to We » chez Staples/Bureau en Gros, les consommateurs canadiens contribuent par le versement d'un pourcentage des revenus à une famille ou à un enfant de la communauté Enfants Entraide en Amérique Latine, en Afrique ou en Asie. Pour la première fois, les élèves et les parents ont la possibilité d'avoir un impact réel sur les enfants dans le besoin grâce à leurs achats pour la rentrée scolaire.

Par ailleurs, Staples/Bureau en Gros espère aussi que la collecte annuelle de fournitures scolaires, initiative lancée en 2006, atteindra les 10 millions \$ en contributions monétaires et en produits pour les organismes de bienfaisance locaux. La collecte de fournitures scolaires, ainsi que le partenariat avec le Club des petits déjeuners du Québec, est au cœur du programme de la rentrée des classes de Staples/Bureau en Gros. Articulé sur le thème « En faire plus pour les enfants », le programme de cette année a l'appui de la chanteuse Katy Perry. Grâce à ces initiatives, Staples/Bureau en Gros et ses clients peuvent fournir un soutien tangible à plus de 240 groupes communautaires locaux axés sur les élèves canadiens et leurs familles. Pour plus de renseignements, visitez [www.bureauengros.com/collectedefournitures](http://www.bureauengros.com/collectedefournitures).

### **À propos de l'étude**

Le 18 juillet 2014, « Vision Critical » a mené un sondage en ligne auprès de 2 019 élèves adultes canadiens choisis au hasard, qui sont les panélistes du Forum Angus Reid, y compris 618 consommateurs qui achètent en prévision de la rentrée des classes. Les résultats ont été statistiquement pondérés selon l'éducation, l'âge, le sexe et les données du recensement régional les plus récents pour obtenir un échantillon représentatif de toute la population adulte du Canada.

### **À propos de Staples Canada/Bureau en Gros**

Staples/Bureau en Gros en fait plus avec davantage de produits et de façons de magasiner. Grâce à ses capacités de détail, en ligne et de livraison de niveau international, Staples/Bureau en Gros permet aux clients de magasiner comme ils le veulent et quand ils le veulent, que ce soit en magasin, en ligne ou sur leurs appareils mobiles. Staples/Bureau en Gros offre plus de produits que jamais, comme les produits de technologie, les fournitures d'entretien et de salle de pause, les meubles, les fournitures de sécurité, les fournitures médicales et des services de copies et d'impression. Avec sa maison-mère à l'extérieur de Boston, aux États-Unis, et des bureaux à Toronto, au Canada, Staples exerce ses activités partout en Amérique du Nord et du Sud, en Europe, en Asie, en Australie et en Nouvelle-Zélande. De plus amples renseignements au sujet de Staples (Nasdaq : SPLS) sont disponibles à [www.staples.com](http://www.staples.com) et [www.staples.ca/www.bureauengros.com](http://www.staples.ca/www.bureauengros.com).