



Canadian Food  
Inspection Agency

Agence canadienne  
d'inspection des aliments

# Recherche sur l'opinion publique auprès des entreprises du secteur alimentaire pour appuyer la conformité au *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* : 2018-2019

## Agence canadienne d'inspection des aliments

Mars 2019

### Document préparé pour :

L'Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 7 août 2018

Date de livraison : mars 2019

Valeur du contrat (avec TVH) : 112 926,55 \$

Numéro du contrat : 39903-190299/001/CY

Numéro de ROP : 029-18

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

[cfia.enquiries-demandederenseignements.acia@canada.ca](mailto:cfia.enquiries-demandederenseignements.acia@canada.ca)

*This report is also available in English.*

## **Recherche sur l'opinion publique auprès d'entreprises du secteur alimentaire 2018-2019**

### **Rapport final**

Préparé pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : le groupe-conseil Quorus Inc.

Mars 2019

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique contient les résultats de deux vagues d'enquêtes téléphoniques réalisées par le groupe-conseil Quorus Inc. au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Une première série d'enquêtes a été réalisée auprès de 670 entreprises canadiennes en octobre et novembre 2018. Des enquêtes de suivi ont été menées en février et mars 2019 auprès de 700 entreprises canadiennes. Le questionnaire de suivi était en grande partie identique à celui utilisé durant la première vague.

This document is also available in English, under Public Opinion Research with Food Businesses 2018-2019.

Le présent document peut être reproduit pour des fins non commerciales uniquement, avec l'autorisation par écrit au préalable de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments à [cfia.enquiries-demandedenseignements.acia@canada.ca](mailto:cfia.enquiries-demandedenseignements.acia@canada.ca) ou à l'adresse suivante :

Agence canadienne d'inspection des aliments  
1400, chemin Merivale  
Ottawa, Ontario  
K1A 0Y9

### **Numéro de catalogue :**

A104-150/2019E -PDF

### **Numérotation internationale normalisée du livre (ISBN) :**

ISBN 978-0-660-28227-5

### **Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 029-18) :**

Numéro de catalogue : A104-150/2019F-PDF (rapport final, version française)

ISBN 978-0-660-28228-2

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre de la Santé, 2019



## **Attestation de neutralité politique**

J'atteste, par les présentes, à titre de cadre dirigeant du groupe-conseil Quorus Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et la [Directive sur la gestion des communications – Annexe C](#).

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rick Nadeau', is centered within a rectangular area that has a light gray, dotted background. The signature is fluid and cursive.

Rick Nadeau, président  
Le groupe-conseil Quorus Inc.

## Table des matières

<b>Sommaire exécutif</b> .....	<b>5</b>
But et objectifs de la recherche .....	6
Sommaire des résultats .....	6
<b>Résultats détaillés</b> .....	<b>12</b>
<b>But et objectifs de la recherche</b> .....	<b>13</b>
<b>Sommaire des résultats</b> .....	<b>14</b>
Connaissance de l'ACIA et du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada.....	15
Certitude quant au respect de la réglementation sur la salubrité des aliments.....	25
Activités courantes liées à la salubrité des aliments .....	30
Contact avec l'ACIA.....	41
Impressions générales de l'ACIA .....	58
Mon ACIA .....	65
Fardeau de conformité .....	75
Satisfaction générale à l'égard de l'ACIA .....	83
Information sur la salubrité des aliments .....	89
Profil des participants .....	97
<b>Méthodologie</b> .....	<b>108</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>114</b>

# Sommaire exécutif

## But et objectifs de la recherche

Dans un effort de modernisation du cadre réglementaire, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a regroupé 14 règlements dans son nouveau *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC). Publié en juin 2018, le Règlement est entré en vigueur le 15 janvier 2019.

L'ACIA a commandé une recherche sur l'opinion publique en vue de recueillir les opinions d'entreprises du secteur alimentaire sur la salubrité de leurs aliments et les règlements en vigueur au Canada. La recherche visait plus particulièrement les petites entreprises alimentaires, ainsi que les importateurs et les exportateurs de produits alimentaires. Deux enquêtes ont été menées; la première (vague 1) avant l'entrée en vigueur du RSAC et la deuxième (vague 2), après. Plus précisément, l'ACIA souhaitait découvrir le niveau de connaissance, les motivations, les perceptions et les attitudes des entreprises à l'égard de ce qui suit :

- Le degré de connaissance à l'égard des produits d'information de l'ACIA et de la publicité,
- La compréhension des divers rôles et responsabilités à l'intérieur du système de salubrité des aliments et la confiance à l'égard de ce système,
- Les besoins en ressources et les obstacles qui empêchent les entreprises de se conformer aux exigences réglementaires afin d'identifier les domaines dans lesquels on peut leur offrir de l'aide, que ce soit par la promotion, les communications ou les services de soutien,
- La notoriété de Mon ACIA et le degré de satisfaction à son égard,
- La satisfaction à l'égard des services offerts, et
- Les attentes envers les services et programmes futurs.

## Sommaire des résultats

Les résultats contenus dans le présent rapport sont généralement fondés sur l'un ou l'autre de ces deux segments :

- Certaines questions s'adressaient uniquement aux « détaillants uniquement » du secteur alimentaire – c'est-à-dire des entreprises qui vendent des produits uniquement aux consommateurs et qui n'exercent aucune activité d'importation ou de préparation de produits alimentaires aux fins d'exportation ou de distribution dans d'autres provinces. Ces entreprises sont soumises aux exigences en matière de traçabilité du RSAC.
- D'autres résultats concernent exclusivement les entreprises du secteur alimentaire qui exercent plusieurs activités régies par le RSAC, outre la vente au détail – pour les fins du présent rapport, il s'agit « d'entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ».

### *Connaissance de l'ACIA et du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*

Plus des trois quarts des entreprises connaissent au moins un peu l'ACIA. Sur une échelle de 7 points, 51 % évaluent leur connaissance à 6 ou 7 (1 signifiant qu'elles ne la connaissent pas du tout et 7, qu'elles la connaissent très bien). Quelque 32 % affirment la connaître plutôt bien (note de 4 ou 5) et 16 % estiment ne pas très bien la connaître (note de 1 à 3). Le degré de connaissance a légèrement diminué entre la première et la deuxième vague (de 87 % à 83 % avec une note de 4 à 7). Cet écart n'est toutefois pas significatif sur le plan statistique.

Nous avons demandé aux répondants s'ils avaient entendu, vu ou lu de la publicité sur l'ACIA au cours des trois ou quatre semaines précédant leur participation à l'enquête. La moitié des répondants se rappellent avoir vu, lu ou entendu de la publicité de l'ACIA. De ce nombre, 5 % se sont souvenus spontanément du RSAC (sans aide), 39 % s'en sont souvenus lorsqu'interrogés à ce sujet, et 6 % se rappelaient avoir vu les annonces de l'ACIA, mais pas du RSAC en particulier.

Parmi les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont entendu, vu ou lu quelque chose au sujet du RSAC (59 % des répondants), les sources les plus populaires sont le courriel (27 %), les collègues et les événements de l'industrie (25 %), le site Web de l'ACIA (21 %) et les autres sources en ligne (18 %). Durant la première vague, parmi les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont entendu, vu ou lu quelque chose au sujet du RSAC (50 % des répondants), les sources les plus populaires sont les collègues et les événements de l'industrie (30 %), un employé ou un inspecteur de l'ACIA (21 %), le site Web de l'ACIA (20 %) et d'autres sources en ligne (18 %).

### *Certitude quant au respect des règlements en matière de salubrité des aliments*

La majorité (91 %) des entreprises étaient très convaincues qu'elles respecteraient les exigences et la réglementation en matière de salubrité des aliments si elles faisaient l'objet d'une inspection. Parmi les autres répondants, 8 % étaient plutôt convaincus alors que seulement 1 % n'étaient pas très convaincus. Il s'agit d'une augmentation significative sur le plan statistique comparativement à la première vague, alors que 86 % des entreprises interrogées se disaient très convaincues qu'elles respecteraient les exigences et la réglementation en matière de salubrité des aliments.

### *Activités courantes liées à la salubrité des aliments*

Une liste de mesures et d'activités liées à la salubrité des aliments a été présentée aux répondants durant les deux vagues d'enquêtes et ceux-ci devaient indiquer celles qui s'appliquent à leur entreprise. Parmi les activités les plus souvent citées, notons la documentation des procédures d'exploitation normalisées, l'établissement d'un programme de traçabilité et des programmes de formation interne en matière de salubrité des aliments. Ces activités ont été mentionnées par plus des trois quarts des entreprises durant les deux vagues d'enquêtes. De plus, 60 % des entreprises ont mis en place des contrôles préventifs inclus dans un plan écrit.

Plus des deux tiers (68 %) des entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail comprennent très bien les règlements sur la salubrité qui s'appliquent à leurs produits. Ces résultats sont inférieurs à ceux obtenus durant la première vague (78 %).

Nous avons présenté aux répondants trois défis auxquels les entreprises alimentaires pouvaient être confrontées et leur avons demandé de choisir celui qui, de leur point de vue, était le plus important. Un peu plus de deux entreprises sur cinq (45 %) ont choisi la traçabilité des produits alimentaires comme principal défi. Les autres mentionnés étaient les contrôles préventifs (30 %) et l'octroi de licence (16 %).

### *Contact avec l'ACIA*

Plus de 7 entreprises sur 10 (73 %) qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ont eu des contacts avec l'ACIA, d'une manière ou d'une autre, dans les 12 mois précédant l'enquête. Les raisons les plus souvent invoquées étaient la recherche d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'Agence (57 %), une inspection de la part de l'ACIA (42 %), la recherche d'information ou de conseils techniques sur les règlements sur la salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements (34 %) ou une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'Agence. Trente-trois pour cent ont contacté l'ACIA pour obtenir de l'information (et non faire une demande) sur une permission, une licence ou un certificat.

La plupart des entreprises (63 %) qui ont contacté l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête l'ont fait sur le site Web de l'Agence, au téléphone (48 %) ou par courriel (48 %). Un plus faible pourcentage (21 %) a contacté l'ACIA en personne et seulement 1 %, via les réseaux sociaux. Ces résultats suggèrent que dans l'ensemble, les entreprises utilisent plusieurs moyens pour contacter l'ACIA.

Les entreprises étaient invitées à évaluer l'utilité du site Web pour contacter l'ACIA en vue d'obtenir de l'information. La moitié d'entre elles estiment que le site est très utile.

Nous avons demandé aux utilisateurs du site Web de l'ACIA de suggérer des améliorations. Plusieurs ont suggéré de le rendre plus convivial ou plus facile à naviguer (21 %), et d'offrir des informations plus précises (17 %).

Les répondants devaient également évaluer l'utilité du service reçu par courriel, au téléphone ou en personne lorsqu'ils avaient contacté l'ACIA pour obtenir de l'information. Les trois quarts (75 %) de ceux qui ont contacté l'ACIA au téléphone ont qualifié le service de très utile et 20 %, de plutôt utile. Près des deux tiers (64 %) de ceux qui ont utilisé le courriel ont trouvé le service très utile et 28 %, plutôt utile. Parmi ceux qui ont contacté l'ACIA en personne, 54 % ont qualifié le service de très utile et 15 %, de plutôt utile. Cependant, 30 % des répondants ne savaient pas quelle note attribuer au service qu'ils ont reçu.

Nous avons demandé aux entreprises d'indiquer la méthode qu'ils préféreraient utiliser pour demander et recevoir des renseignements sur la réglementation de l'ACIA. La majorité a choisi le courriel (78 %), suivi du téléphone (47 %). Un peu plus du tiers des répondants (35 %) préfère une discussion en direct avec un représentant du service à la clientèle sur le site Web de l'ACI, alors qu'un peu plus du quart (27 %) préfère

un agent conversationnel ou chatbot (27 %). Moins d'un répondant sur cinq a choisi les réseaux sociaux (15 %), la poste (7 %) et le service en personne (4 %).

Interrogées sur la méthode qu'elles préféraient utiliser pour recevoir les services de l'ACIA, 74 % des entreprises ont répondu le courriel, 52 % ont choisi le site Web de l'ACIA, 25 % ont opté pour se rendre en personne dans un bureau de l'ACIA. Moins d'un cinquième a choisi le télécopieur (17 %), la poste (10 %), les réseaux sociaux (8 %) ou le téléphone (6 %).

### *Impressions générales de l'ACIA*

Près de la moitié des entreprises s'accordent pour dire que l'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires (54 %), que l'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre (52 %) et que l'ACIA fournit suffisamment d'information pour les aider à remplir leurs obligations réglementaires (48 %). Le degré d'accord diminue légèrement à 40 % lorsqu'il s'agit de l'efficacité des activités de l'ACIA. De 8 à 15 % des entreprises estiment qu'elles ne connaissent pas assez bien l'ACIA pour l'évaluer sur ces cinq dimensions. Environ un répondant sur dix semble être en désaccord avec chacun des critères d'évaluation.

### *Mon ACIA*

L'un des objectifs de l'enquête consistait à évaluer la notoriété du nouveau service numérique Mon ACIA, conçu pour améliorer la prestation de services, et la probabilité qu'il soit utilisé par les entreprises.

Près de la moitié des répondants (44 %) connaissent le portail Mon ACIA. De ce nombre, 32 % l'ont utilisé. La notoriété et l'utilisation sont beaucoup plus élevées dans la deuxième vague comparativement à la première. La notoriété a fait un bond de 26 à 44 % et l'utilisation a plus que doublé, passant de 14 à 32 %.

Des 32 % des entreprises qui ont utilisé Mon ACIA, 68 % l'ont fait pour faire une nouvelle demande de licence, 44 % pour s'enregistrer, 32 % pour renouveler une licence, 28 % pour demander un permis, 15 % pour obtenir un certificat d'exportation et seulement 10 % l'ont fait pour s'inscrire, sans utiliser aucune autre fonction sur le portail.

Dans l'ensemble, le niveau de satisfaction à l'égard du portail est positif : près de la moitié des utilisateurs (46 %) sont très satisfaits et 38 % sont plutôt satisfaits. Les résultats de la première vague étaient très inférieurs, probablement en raison du nombre élevé de répondants qui s'étaient uniquement inscrits et qui n'avaient pas eu l'occasion d'utiliser les services qui sont maintenant offerts.

Plusieurs ont invoqué le manque de convivialité pour justifier le faible taux de satisfaction à l'égard de Mon ACIA.

L'enquête avait également pour but d'évaluer la probabilité d'utilisation de Mon ACIA dans les années à venir. Un peu plus de la moitié des entreprises (53 %), et pas seulement les détaillants, ont répondu qu'il est très probable qu'elles utilisent Mon ACIA à l'avenir, et 26 % ont répondu que c'était assez probable.

### *Fardeau de la conformité*

Les résultats révèlent qu'un peu plus du quart des entreprises (28 %) sont d'avis que les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire sont très contraignantes, alors que 25 % estiment qu'elles ne sont pas très contraignantes.

Près d'un répondant sur trois (29 %) est fortement en accord pour dire que l'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information. Une proportion similaire (26 %) est fortement en accord pour dire que dans les 12 mois précédant l'enquête, elle a consacré moins de temps à chercher des renseignements sur la salubrité alimentaire.

### *Satisfaction globale envers l'ACIA*

Plus d'un répondant sur cinq (45 %) s'est dit satisfait du service qu'il avait reçu de l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête, alors que 33 % étaient plutôt satisfaits et environ 1 sur 10 n'était pas très satisfait. Un pourcentage important (13 %) n'a donné aucune note, sans doute en raison de l'absence de contact avec l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête, ou au-delà de cette période.

### *Recherche d'information sur la salubrité alimentaire*

Près d'un répondant sur trois (34 %) a affirmé n'avoir aucun problème pour obtenir de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments. Pour les autres, les plus grands défis sont le manque d'information précise (15 %), trop d'information (11 %) et le manque de convivialité du site Web de l'ACIA (11 %). Parmi les autres défis mentionnés, on retrouve le temps nécessaire pour trouver l'information et les avis ou les mises à jour qui sont insuffisants.

Interrogés sur les sujets pour lesquels il est difficile d'obtenir des renseignements, près de la moitié des répondants (48 %) n'en ont trouvé aucun. Parmi les autres réponses, notons les nouveaux règlements ou les modifications aux règles établies (16 %), l'étiquetage (9 %) et les produits alimentaires (6 %).

### *Méthodologie*

Tous les travaux de recherche ont été menés selon les normes d'enquêtes sur l'opinion publique établies par le gouvernement du Canada.

- L'enquête comportait deux sondages téléphoniques à l'échelle nationale avec des entreprises du secteur alimentaire au Canada, selon une liste sélectionnée de codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) fournie par l'ACIA. Les bases d'échantillonnage ont été sélectionnées à partir d'une liste d'entreprises fournie par InfoCanada, un fournisseur de listes réputé dans l'industrie.

- Quorus a conçu les instruments d'enquête en anglais, en collaboration avec les responsables de projet de l'ACIA. Quorus a traduit la version anglaise approuvée par le client, en français. Les répondants avaient le choix de faire l'entrevue soit en anglais ou en français.
- L'enquête a été réalisée selon les *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques*. Quorus a informé les répondants des droits que leur confèrent la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et la *Loi sur l'accès à l'information* et elle s'est assurée de protéger ces droits tout au long de la recherche.
- Les versions finales et approuvées des questionnaires ont été programmées aux fins de la collecte de données assistée par ordinateur. Au total, 670 et 700 entreprises ont respectivement participé aux vagues 1 et 2 de la recherche, dont 300 (vague 1) et 200 (vague 2) étaient des « détaillants uniquement ». La plupart des résultats de ce document sont fondés sur des entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail (n=500, vague 2 et n=370, vague 1), étant donné que nous ciblons les entreprises alimentaires qui importent ou qui préparent des produits alimentaires aux fins d'exportation ou de distribution dans d'autres provinces ou territoires.
- Les collectes de données ont eu lieu du 4 février au 1<sup>er</sup> mars 2019 (vague 2) et du 24 octobre au 9 novembre 2018 (vague 1).
- La marge d'erreur pour un échantillon de cette taille est de +/- 3,8 %, 19 fois sur 20. Les données ont été pondérées en fonction des chiffres de population par secteur vertical et par province selon les renseignements d'InfoCanada.
- Pour cette étude et pour l'ensemble de l'échantillon, nous avons atteint des taux de réponse de 14 % (vague 1) et de 17 % (vague 2).

**Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.**

**Numéro du contrat : 39903-190299/001/CY**

**Date d'octroi du contrat : 7 août 2018**

**Valeur du contrat (TVH incluse) : 112 926,55 \$**

**Pour de plus amples renseignements, communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments à :**

[cfia.enquiries-demandedereenseignements.acia@canada.ca](mailto:cfia.enquiries-demandedereenseignements.acia@canada.ca)

## Résultats détaillés

## But et objectifs de la recherche

Dans un effort de modernisation du cadre réglementaire, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a regroupé 14 règlements dans son nouveau *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC). Publié en juin 2018, le Règlement est entré en vigueur le 15 janvier 2019.

Les résultats de l'enquête sur l'opinion publique de 2017-2018 révèlent que dans l'ensemble, les entreprises alimentaires connaissent l'ACIA et sont convaincues d'être en mesure de satisfaire ses exigences réglementaires. Les participants qui ont récemment interagi avec l'Agence sont satisfaits et la considèrent comme un organisme de réglementation plutôt raisonnable et utile. Le service Mon ACIA est moins connu, mais les participants ont démontré de l'intérêt pour un moyen plus rapide de traiter avec l'ACIA, la plupart étant préoccupés de ne pas pouvoir trouver de l'information pertinente. Le nom du règlement – RSAC était peu connu. Les participants étaient plus susceptibles de connaître les exigences que le règlement lui-même, sans doute parce que bon nombre d'entreprises alimentaires participent déjà à certains programmes (comme l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire) qui ont des exigences similaires à celles du RSAC. Cependant, le besoin d'obtenir des réponses plus rapidement et des informations précises sur la salubrité alimentaire et les exigences réglementaires demeurent une préoccupation.

Le nouveau règlement touche de nombreuses entreprises qui jusqu'ici, n'étaient pas régies par l'ACIA. Ces entreprises devront être informées au sujet des outils et des services offerts par l'ACIA pour pouvoir se soumettre aux exigences réglementaires.

L'ACIA a commandé une recherche sur l'opinion publique en vue de recueillir les opinions des entreprises du secteur alimentaire sur la salubrité de leurs aliments et les règlements en vigueur au Canada. La recherche visait plus particulièrement les petites entreprises alimentaires, ainsi que les importateurs et les exportateurs de produits alimentaires. Une première enquête a été menée auprès d'entreprises avant l'entrée en vigueur du RSAC (vague 1) et une autre, après son entrée en vigueur (vague 2). Plus précisément, l'ACIA souhaitait connaître le niveau de connaissance, les motivations, les perceptions et les attitudes à l'égard de ce qui suit :

- Le degré de connaissance à l'égard des produits d'information de l'ACIA, et de la publicité,
- La compréhension des divers rôles et responsabilités à l'intérieur du système de salubrité des aliments et la confiance à l'égard de ce système,
- Les besoins en ressources et les obstacles qui empêchent les entreprises de se conformer aux exigences réglementaires, afin d'identifier les domaines dans lesquels on peut leur offrir de l'aide, que ce soit par la promotion, les communications ou les services de soutien,
- La notoriété de Mon ACIA et le degré de satisfaction à son égard,
- La satisfaction à l'égard des services actuellement offerts, et
- Les attentes envers les services et programmes de l'avenir.

## Sommaire des résultats

Les résultats contenus dans le présent rapport sont généralement fondés sur l'un ou l'autre de ces deux segments :

- Certaines questions s'adressaient uniquement aux « détaillants uniquement » du secteur alimentaire – c'est-à-dire des entreprises qui vendent des produits uniquement aux consommateurs et qui n'exercent aucune activité d'importation ou de préparation de produits alimentaires aux fins d'exportation ou de distribution dans d'autres provinces. Ces entreprises doivent respecter les exigences en matière de traçabilité du RSAC.
- D'autres résultats concernent exclusivement les entreprises du secteur alimentaire qui exercent plusieurs activités soumises aux exigences du RSAC, outre la vente au détail – pour les fins du présent rapport, il s'agit « d'entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ».

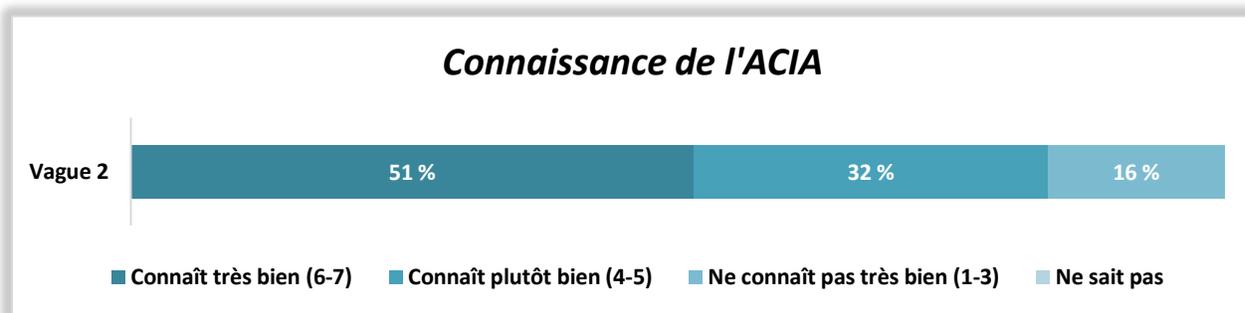
En raison de la diversité des répondants et de la nécessité de recueillir une multitude de points de vue, certaines questions ne s'adressaient pas à tous. Les renseignements relatifs aux répondants pour une question donnée sont présentés directement sous les graphiques et les tableaux.

Il se peut que certains résultats ne totalisent pas 100 %. Certains résultats ont été arrondis, lorsque des réponses multiples étaient permises, ou, dans de très rares cas, lorsque nous avons dû dissimuler certaines réponses, de manière à faciliter la lecture de certains graphiques ou tableaux de données.

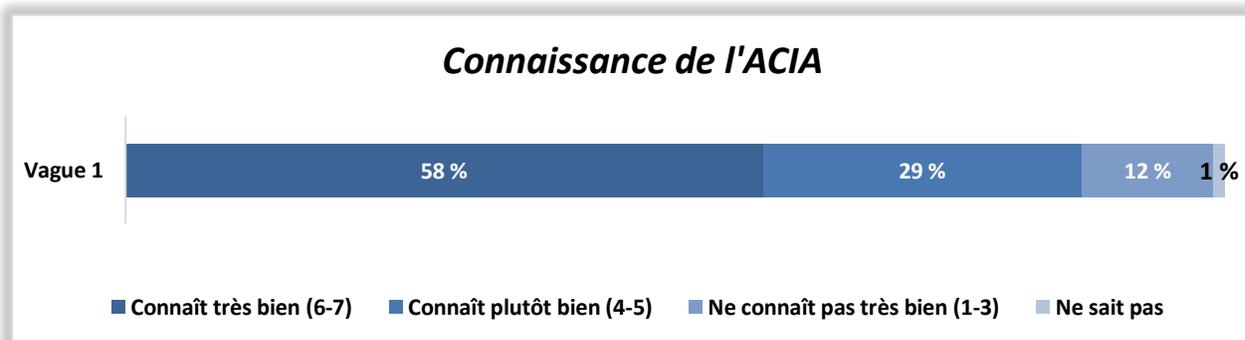
Lorsque des tableaux de données sont présentés, les sections en vert indiquent que le résultat est statistiquement différent des autres colonnes.

## Connaissance de l'ACIA et du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada

Plus des trois quarts des entreprises connaissent au moins un peu l'ACIA. Plus précisément, 51 % ont donné une note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points (où 1 signifie « ne connaît pas du tout » et 7, « connaît très bien » l'ACIA). Un autre 32 % estime la connaître plutôt bien (note de 4 ou 5) et 16 % ont répondu qu'ils ne la connaissent pas très bien (note de 1 à 3). Le niveau de connaissance semble légèrement inférieur pour la vague 2, comparativement à la vague 1 (83 % et 87 % respectivement qui ont donné une note de 4 à 7). Il convient cependant de noter que cet écart n'est pas statistiquement significatif.



B1. Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail; n=500.



B1 : Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=370.

Les résultats de la dernière vague d'enquêtes révèlent que les entreprises de transformation et de fabrication, les grossistes et les distributeurs sont ceux qui connaissent le mieux l'ACIA (65 % et 63 % respectivement), suivies des entreprises agricoles (52 %) et des détaillants, où le quart (32 %) affiche les résultats les plus faibles en termes de connaissance de l'ACIA (note de 1 à 3). On constate également que la connaissance de l'ACIA augmente avec la taille de l'entreprise, passant de 36 % pour les microentreprises (note de 6 ou 7) à 73 % pour les grandes entreprises.

Ces résultats sont similaires dans les deux vagues d'enquêtes.

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/fabrication (n=198)	Grossistes/distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Très bien (6-7)</b>	51 %	52 %	65 %	63 %	32 %	36 %	44 %	55 %	73 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	32 %	31 %	23 %	23 %	46 %	43 %	33 %	30 %	23 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	16 %	16 %	12 %	13 %	22 %	21 %	21 %	15 %	4 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	-	2 %	-	-	2 %	-	-

B1 : Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail; vague 2, n=500.

VAGUE 1 – CONNAISSANCE DE L'ACIA									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/fabrication (n=170)	Grossistes/distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Très bien (6-7)</b>	58 %	53 %	69 %	64 %	40 %	38 %	56 %	65 %	78 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	29 %	32 %	24 %	29 %	34 %	41 %	26 %	26 %	22 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	12 %	13 %	7 %	6 %	25 %	16 %	18 %	9 %	-
<b>Ne sait pas</b>	1 %	2 %	-	1 %	1 %	4 %	-	-	-

B1 : Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail; vague 1, n=370.

Sur le plan régional, et d'après les résultats de la vague 1, la connaissance est plus élevée dans les provinces de l'Atlantique (73 %) et la plus faible au Québec (39 %). Les résultats pour l'Ontario et l'Ouest du Canada sont très semblables.

VAGUE 2 – CONNAISSANCE DE L'ACIA					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Très bien (6-7)</b>	51 %	73 %	39 %	53 %	52 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	32 %	21 %	39 %	33 %	29 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	16 %	6 %	21 %	13 %	19 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	1 %	1 %	-

B1 : Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail; n=500.

VAGUE 1 – CONNAISSANCE DE L'ACIA					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Très bien (6-7)</b>	58 %	82 %	36 %	65 %	56 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	29 %	16 %	46 %	24 %	29 %

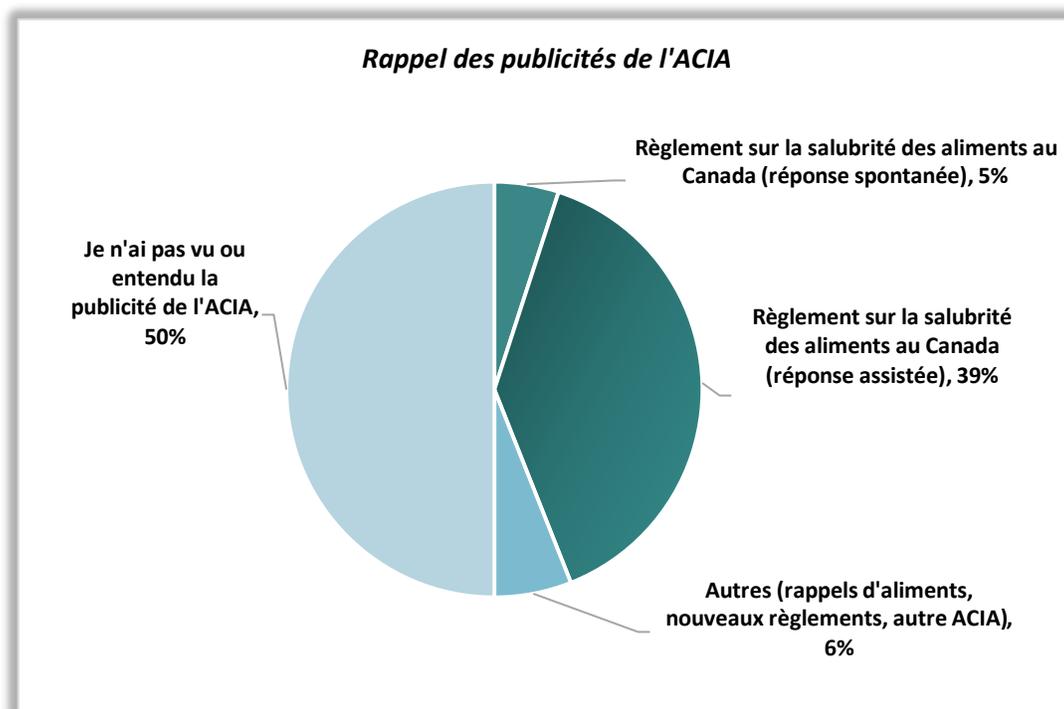
VAGUE 1 – CONNAISSANCE DE L'ACIA					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Pas très bien (1-3)</b>	12 %	2 %	16 %	11 %	14 %
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	2 %	-	2 %

B1 : Sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas très bien » et 7 « Très bien », veuillez indiquer dans quelle mesure vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail; n=370.

### Rappel des publicités de l'ACIA

Nous avons demandé aux répondants s'ils avaient entendu, vu ou lu de la publicité de l'ACIA dans les trois ou quatre semaines précédant l'enquête. Pour savoir s'ils se rappelaient avoir entendu parler du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* dans la publicité, ceux qui avaient vu ou entendu la publicité de l'ACIA devaient décrire ce qu'ils avaient retenu. À ceux qui n'ont pas mentionné spontanément le RSAC ou qui n'étaient pas au courant de la publicité, on a demandé s'ils avaient entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du nouveau règlement.

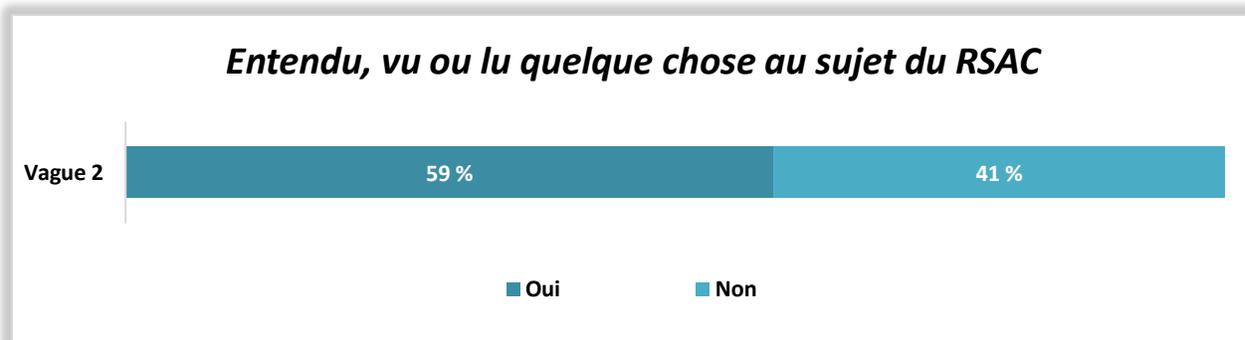
De toutes les entreprises interrogées durant la deuxième vague, la moitié (50 %) se souvient d'avoir entendu, vu ou lu de la publicité de l'ACIA. De ce nombre, 5 % se sont souvenus spontanément du RSAC (sans aide), 39 % s'en sont souvenus lorsqu'interrogés à ce sujet, et 6 % se souvenaient avoir vu ou entendu de la publicité de l'ACIA, mais pas du RSAC en particulier. Le graphique ci-dessous illustre la distribution relative à la connaissance de la publicité de l'ACIA parmi tous les répondants.



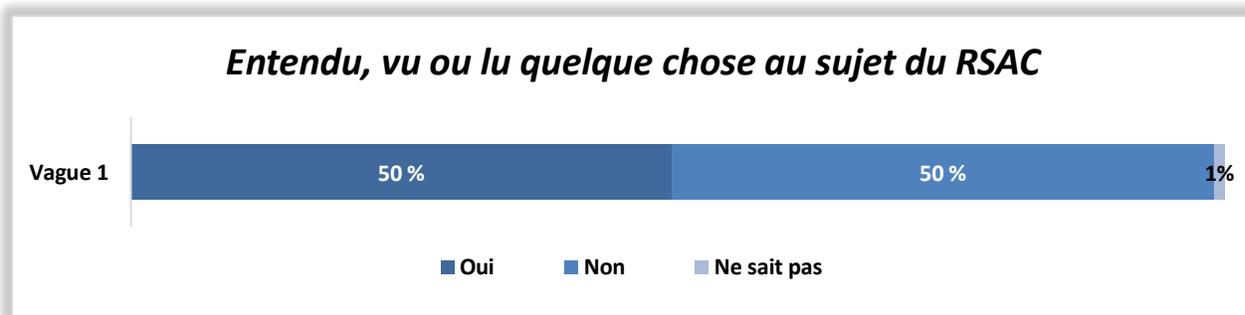
B1a : Au cours des trois ou quatre dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu de la publicité de l'Agence canadienne d'inspection des aliments?  
 B1b. En pensant spécifiquement à l'annonce ou aux annonces qui vous viennent à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous de ces publicités? Base : répondants ayant vu ou entendu de la publicité de l'ACIA. B2. Avez-vous entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, qui introduit de nouvelles exigences en matière de salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019, ou en avez-vous pris connaissance? Base : répondants n'ayant pas mentionné le RSAC à la question précédente. Base : tous les répondants; vague 2 : n = 700.

Parmi ceux qui se souviennent avoir vu ou entendu la publicité de l'ACIA, certains ont mentionné les règlements sur la salubrité des aliments en général, les rappels ou autres programmes de l'ACIA.

Durant la première vague, on a demandé aux entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail si elles avaient entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du RSAC. Comparativement aux résultats obtenus durant la deuxième vague, on constate une augmentation de 50 à 59 %.



*B1b. En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=500.*



*B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=370.*

Dans les sous-groupes, les tendances concernant la connaissance assistée du RSAC sont semblables à celles de la connaissance de l'ACIA en général. Les résultats démontrent une connaissance relativement plus élevée parmi les entreprises de transformation et de fabrication (77 %), suivies des entreprises agricoles (47 %), des grossistes et distributeurs (47 %) et des détaillants (40 %).

La connaissance du RSAC est généralement plus élevée parmi les grandes entreprises (44 %). Il n'y a aucun écart significatif d'une région à l'autre.

VAGUE 2 – VU, LU OU ENTENDU UNE PUBLICITÉ SUR LE RSAC									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Oui</b>	59 %	61 %	80 %	60 %	43 %	41 %	53 %	68 %	73 %
<b>Non</b>	41 %	39 %	20 %	40 %	57 %	59 %	47 %	32 %	27 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	<1 %	-	-	-	-	<1 %	-

B1b. En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=500.

VAGUE 2 – VU, LU OU ENTENDU UNE PUBLICITÉ SUR LE RSAC					
	Région				
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Oui</b>	59 %	66 %	54 %	60 %	60 %
<b>Non</b>	41 %	34 %	46 %	40 %	49 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	-	-	<1 %

B1b. En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=500.

VAGUE 1 – CONNAISSANCE DU RÈGLEMENT SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS AU CANADA									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Oui</b>	50 %	43 %	73 %	49 %	26 %	40 %	36 %	57 %	82 %
<b>Non</b>	50 %	57 %	26 %	51 %	73 %	58 %	63 %	43 %	18 %
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	1 %	-	1 %	1 %	1 %	-	-

B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=370.

VAGUE 1 - CONNAISSANCE DU RÈGLEMENT SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS AU CANADA					
	Région				
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Oui</b>	50 %	57 %	36 %	56 %	47 %
<b>Non</b>	50 %	43 %	64 %	43 %	52 %
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	-	1 %	1 %

B2 : Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, n=370.

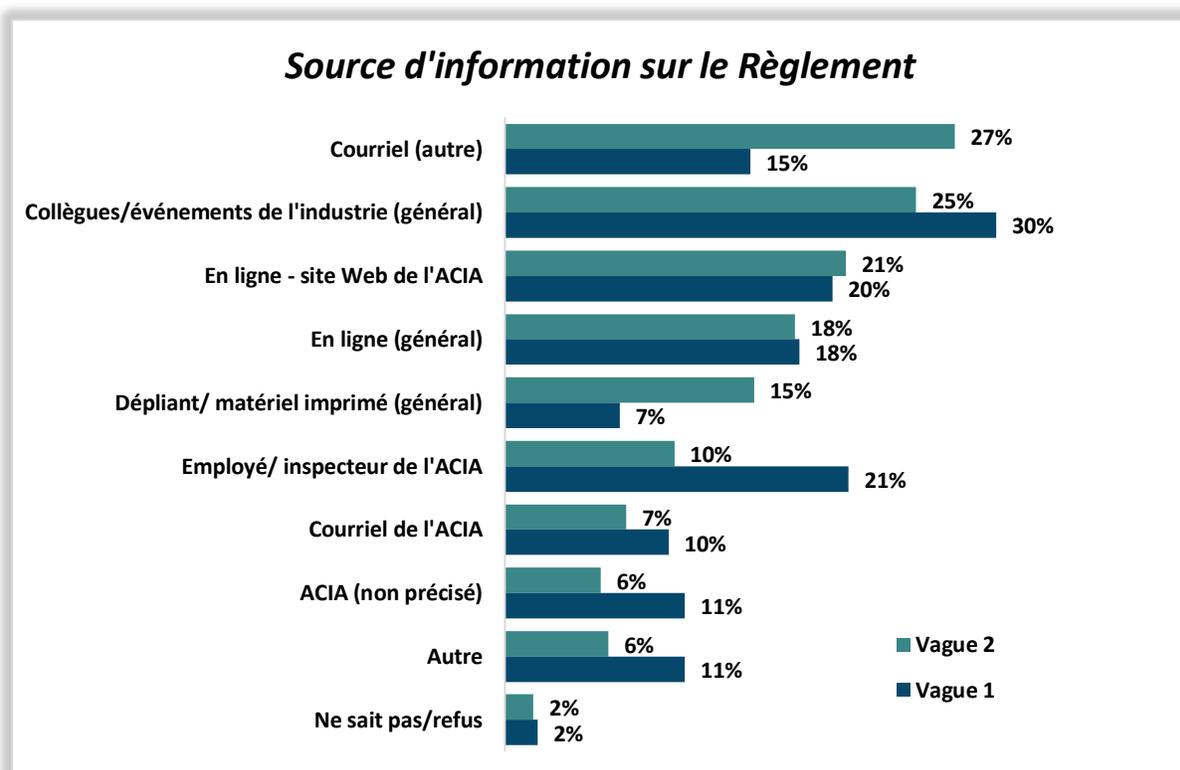
VAGUE 2 – CE DONT VOUS VOUS SOUVENEZ AU SUJET DES ANNONCES PUBLICITAIRES									
		Segment vertical				Taille de l'entreprise			
	Total (n=215)	Entreprises agricoles (n=38)	Entreprises de transformation / fabrication (n=96)	Grossistes/ distributeurs (n=42)	Détaillants (n=39)	Micro (n=43)	Petite (n=36)	Moyenne (n=98)	Grande (n=37)
Mention d'aliments salubres ou d'un nouveau règlement/la mention de règlements en général	24 %	30 %	30 %	33 %	15 %	27 %	18 %	27 %	19 %
Mention spécifique du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)	21 %	21 %	30 %	20 %	15 %	19 %	12 %	21 %	37 %
Information sur un rappel	14 %	14 %	12 %	17 %	13 %	10 %	18 %	13 %	16 %
Autre programme de l'ACIA	6 %	6 %	8 %	10 %	3 %	5 %	6 %	5 %	7 %
Autre	13 %	6 %	10 %	13 %	17 %	17 %	7 %	16 %	5 %
Ne sait pas/ne se souvient pas	22 %	23 %	9 %	6 %	38 %	22 %	39 %	18 %	15 %

B1b : En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? Base : répondants qui ont vu, lu ou entendu de la publicité de l'ACIA, vague 2, n=215.

VAGUE 2 – CE DONT VOUS VOUS SOUVENEZ AU SUJET DES ANNONCES PUBLICITAIRES					
		Région			
	Total (n=215)	Atlantique (n=23)	Québec (n=66)	Ontario (n=46)	Ouest (n=80)
Mention d'aliments salubres ou d'un nouveau règlement/la mention de règlements en général	24 %	12 %	26 %	29 %	22 %
Mention spécifique du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)	21 %	22 %	18 %	23 %	21 %
Information sur un rappel	14 %	40 %	12 %	13 %	9 %
Autre programme de l'ACIA	6 %	5 %	3 %	7 %	7 %
Autre	13 %	14 %	10 %	4 %	22 %
Ne sait pas/ne se souvient pas	22 %	7 %	32 %	23 %	20 %

B1b : En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? Base : répondants qui ont vu, lu ou entendu de la publicité de l'ACIA, vague 2, n=215.

Parmi ceux qui ont entendu, vu ou lu quelque chose sur le RSAC et qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail (59 % des répondants), les sources les plus populaires sont le courriel (27 %), les collègues et les événements de l'industrie (25 %), le site Web de l'ACIA (21 %) et d'autres sources en ligne non précisées (18 %). Le souvenir de ce type d'information étant souvent vague, il n'est pas rare de voir des réponses de nature plus générale comme « en ligne (en général) », le courriel, un dépliant, etc. Durant la première vague, parmi ceux qui avaient entendu, vu ou lu quelque chose au sujet du RSAC et qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail (50 % des répondants), les réponses les plus souvent mentionnées étaient les collègues et les événements de l'industrie (30 %), un employé ou un inspecteur de l'ACIA (21 %), le site Web de l'ACIA (20 %) et d'autres sources en ligne non précisées (18 %).



*B2A : Où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail qui ont entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, vague 2, n= 324, vague 1, n=204.*

Peu importe qu'elles aient vu, lu ou entendu de l'information sur le nouveau règlement, les entreprises de la première vague devaient préciser si elles croyaient que celui-ci s'appliquerait à elles. La majorité (63 %) a répondu par l'affirmative, ce qui suggère que plusieurs ont tenu pour acquis que le nouveau règlement s'appliquerait à elles, même si elles n'en avaient jamais entendu parler. Un répondant sur dix a cru que le nouveau règlement ne s'appliquerait pas à son entreprise, alors que 26 % n'en savaient rien.

## Perception de la pertinence du nouveau règlement



B3 : Croyez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada s'appliquera à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Parmi les divers sous-groupes, les résultats de la première vague révèlent que la perception de la pertinence est plus élevée parmi les entreprises de transformation et de fabrication (74 %) et plus faible parmi les entreprises agricoles (51 %) et les détaillants (55 %). Cette perception augmente également avec la taille de l'entreprise, allant de 49 % pour les microentreprises à 83 % pour les grandes entreprises. Les petites entreprises étaient moins nombreuses à croire que le nouveau règlement ne s'appliquerait pas à elles (comparativement à celles qui ont répondu ne pas le savoir). À l'échelle régionale, la perception de pertinence était plus élevée dans les provinces de l'Atlantique (77 %) et plus faible au Québec (56 %). En Ontario et dans l'Ouest du Canada, les résultats sont similaires. Au Québec, 22 % des entreprises ne croyaient pas que le nouveau règlement s'appliquerait à elles.

VAGUE 1 – PERCEPTION DE LA PERTINENCE DU NOUVEAU RÈGLEMENT									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Oui</b>	63 %	51 %	74 %	63 %	55 %	49 %	62 %	65 %	83 %
<b>Non</b>	11 %	16 %	6 %	11 %	14 %	24 %	10 %	7 %	2 %
<b>Ne sait pas</b>	26 %	33 %	20 %	26 %	31 %	27 %	28 %	27 %	15 %

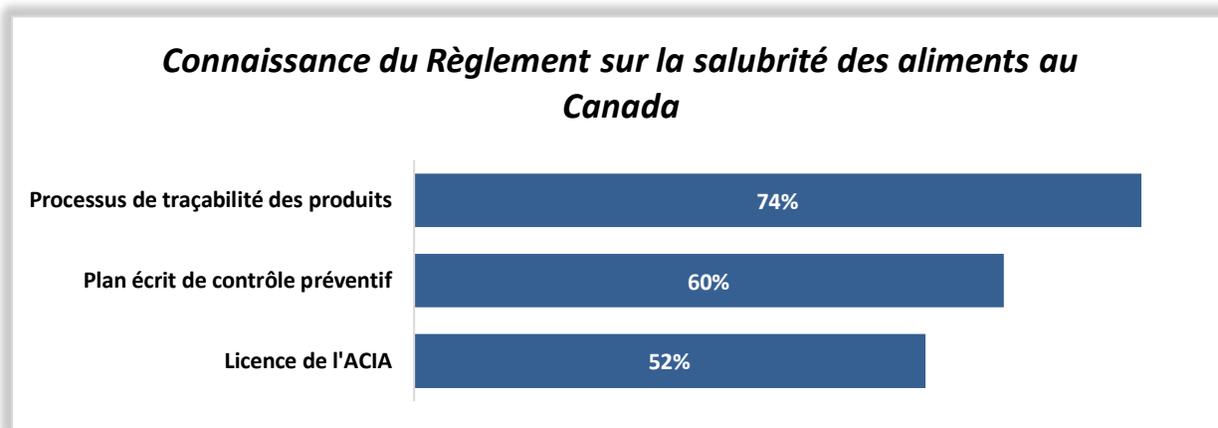
B3 : Croyez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada s'appliquera à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – PERCEPTION DE LA PERTINENCE DU NOUVEAU RÈGLEMENT					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Oui</b>	63 %	77 %	56 %	65 %	60 %
<b>Non</b>	11 %	-	22 %	7 %	12 %
<b>Ne sait pas</b>	26 %	23 %	22 %	28 %	27 %

B3 : Croyez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada s'appliquera à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Lorsqu'on a demandé aux participants de la première vague de citer trois exigences du nouveau règlement, près des trois quarts (74 %) ont mentionné que les entreprises réglementées par l'ACIA doivent avoir en

place un processus de traçabilité des produits; 60 % ont mentionné qu'elles doivent avoir un plan écrit de contrôle préventif, et 52 % savaient qu'elles doivent détenir une licence de l'ACIA.



B4 : Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada exige ce qui suit des entreprises réglementées par l'ACIA : Avoir une licence de l'ACIA. / B5 : Avoir un plan écrit de contrôle préventif. / B6 : Avoir un processus de traçabilité des produits. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

La connaissance de ces trois exigences était beaucoup moins élevée parmi les détaillants, et diminuait progressivement avec la taille de l'entreprise. De plus, l'obligation pour les entreprises réglementées d'avoir une licence de l'ACIA était moins connue des entreprises agricoles (46 %), et moins des détaillants (33 %).

VAGUE 1 – CONNAISSANCE DU RÈGLEMENT SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS AU CANADA									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Avoir une licence de l'ACIA</b>									
Oui	52 %	46 %	69 %	55 %	33 %	29 %	46 %	62 %	78 %
Non	43 %	46 %	27 %	37 %	64 %	68 %	45 %	34 %	19 %
Ne sait pas	5 %	7 %	4 %	8 %	3 %	3 %	10 %	4 %	3 %
<b>Avoir un plan écrit de contrôle préventif</b>									
Oui	60 %	63 %	76 %	64 %	36 %	34 %	49 %	74 %	90 %
Non	35 %	33 %	21 %	31 %	56 %	63 %	39 %	24 %	8 %
Ne sait pas	5 %	3 %	3 %	4 %	9 %	3 %	12 %	2 %	1 %
<b>Avoir un processus de traçabilité des produits</b>									
Oui	74 %	81 %	87 %	75 %	50 %	67 %	63 %	79 %	94 %
Non	25 %	19 %	12 %	24 %	45 %	32 %	33 %	20 %	6 %
Ne sait pas	2 %	-	1 %	1 %	4 %	1 %	4 %	1 %	-

B4 : Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada exige ce qui suit des entreprises réglementées par l'ACIA : Avoir une licence de l'ACIA. / B5 : Avoir un plan écrit de contrôle préventif. / B6 : Avoir un processus de traçabilité des produits. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Sur le plan régional, la connaissance de chacune de ces trois exigences était plus élevée dans les provinces de l'Atlantique, sauf en ce qui concerne le processus de traçabilité des produits. La connaissance était la moins élevée au Québec.

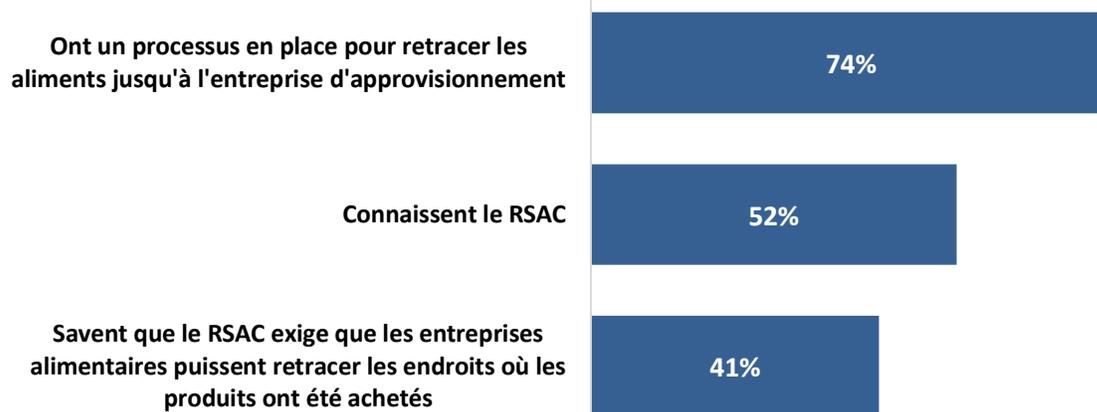
VAGUE 1 – CONNAISSANCE DU RÈGLEMENT SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS AU CANADA					
	Région				
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Avoir une licence de l'ACIA</b>					
Oui	52 %	71 %	44 %	55 %	49 %
Non	43 %	27 %	50 %	40 %	44 %
Ne sait pas	5 %	2 %	7 %	4 %	6 %
<b>Avoir un plan écrit de contrôle préventif</b>					
Oui	60 %	80 %	51 %	63 %	59 %
Non	35 %	19 %	42 %	33 %	36 %
Ne sait pas	5 %	1 %	7 %	4 %	6 %
<b>Avoir un processus de traçabilité des produits</b>					
Oui	74 %	84 %	77 %	76 %	67 %
Non	25 %	16 %	19 %	24 %	30 %
Ne sait pas	2 %	-	4 %	-	3 %

B4 : Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada exige ce qui suit des entreprises réglementées par l'ACIA : Avoir une licence de l'ACIA. / B5 : Avoir un plan écrit de contrôle préventif. / B6 : Avoir un processus de traçabilité des produits. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Durant la première vague, des questions distinctes sur la traçabilité des produits alimentaires et du RSAC étaient destinées aux entreprises qui œuvrent exclusivement dans le commerce de détail. Les résultats révèlent ce qui suit :

- Les trois quarts (74 %) des détaillants ont un processus en place pour retracer les produits jusqu'au fournisseur.
- Un peu plus de la moitié (52 %) sont au courant du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*.
- Environ 4 entreprises sur 10 (41 %) prétendent connaître les exigences du nouveau règlement concernant la traçabilité des produits alimentaires jusqu'au fournisseur.

### **Connaissance du processus de traçabilité et du RSAC parmi les entreprises oeuvrant exclusivement dans le commerce de détail**



*S4 : Avez-vous mis en place un mécanisme qui vous permet de retracer vos fournisseurs de produits alimentaires? S4a : Avez-vous entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada? S4b : Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui entrera en vigueur le 15 janvier 2019 exige de la plupart des entreprises alimentaires qu'elles puissent retracer leurs fournisseurs de produits? Base : entreprises qui œuvrent exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=300.*

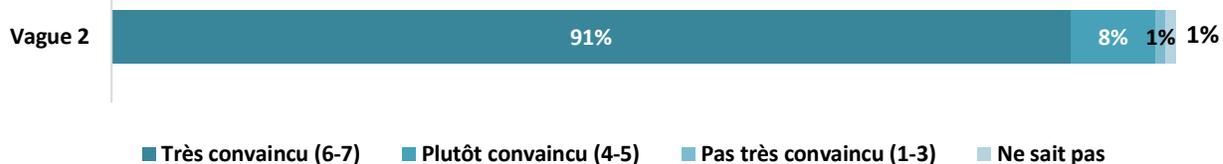
VAGUE 1	A UN PROCESSUS POUR RETRACER LES PRODUITS ALIMENTAIRES	A ENTENDU PARLER DU RSAC	COMPREND LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ EN VERTU DU NOUVEAU RSAC
<b>Oui</b>	74 %	52 %	41 %
<b>Non</b>	24 %	42 %	58 %
<b>Incertain</b>	1 %	6 %	-
<b>Ne sait pas/refuse</b>	1 %	-	1 %

*S4 : Avez-vous mis en place un mécanisme qui vous permet de retracer vos fournisseurs de produits alimentaires? S4a : Avez-vous entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada? S4b : Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui entrera en vigueur le 15 janvier 2019 exige de la plupart des entreprises alimentaires qu'elles puissent retracer leurs fournisseurs de produits? Base : entreprises qui œuvrent exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=300.*

### **Certitude quant au respect de la réglementation sur la salubrité des aliments**

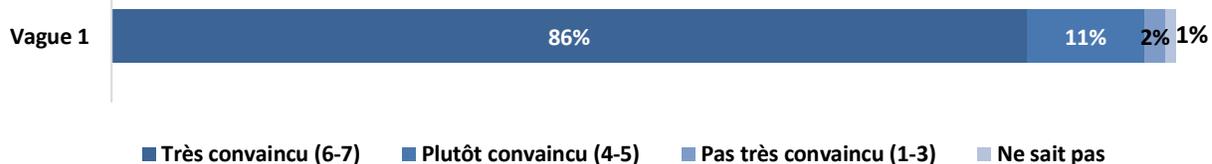
La majorité (91 %) des entreprises sont très convaincues qu'elles respecteraient les exigences et les réglementations en matière de salubrité des aliments si elles faisaient l'objet d'une inspection. Parmi les autres, 8 % étaient plutôt convaincues (note de 4 ou 5 sur une échelle de 7 points) et seulement 1 % n'était pas très convaincue (note de 1 à 3). Il s'agit d'une augmentation statistiquement significative par rapport à la première vague, alors que 86 % des entreprises avaient affirmé être très convaincues qu'elles respecteraient les exigences et les réglementations en matière de salubrité alimentaire. Essentiellement, toutes les grandes entreprises (99 %) sont très convaincues, comparativement aux moyennes entreprises qui sont plutôt convaincues (10 %). C'est au Québec que les entreprises sont les plus convaincues. Aucun écart statistiquement significatif n'a été relevé parmi les segments verticaux.

### **Certitude quant au respect de la réglementation en matière de salubrité alimentaire**



A1 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, dans quelle mesure êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et la réglementation en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 2, n=500.

### **Certitude quant au respect de la réglementation en matière de salubrité alimentaire**



G5 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, à quel point êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et les réglementations en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 1, n=370.

VAGUE 2 – CERTITUDE QUANT AU RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/fabrication (n=198)	Grossistes/distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Très convaincu (6-7)</b>	91 %	89 %	93 %	90 %	90 %	90 %	91 %	89 %	99 %
<b>Plutôt convaincu (4-5)</b>	8 %	10 %	7 %	5 %	10 %	8 %	7 %	10 %	1 %
<b>Pas très convaincu (1-3)</b>	1 %	-	<1 %	2 %	-	1 %	<1 %	1 %	-
<b>Ne sait pas</b>	1 %	2 %	<1 %	3 %	-	1 %	2 %	<1 %	-

A1 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, dans quelle mesure êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et la réglementation en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 2, n=500.

VAGUE 2 – CERTITUDE QUANT AU RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE					
	Région				
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Très convaincu (6-7)</b>	91 %	96 %	97 %	86 %	91 %
<b>Plutôt convaincu (4-5)</b>	8 %	4 %	3 %	11 %	8 %
<b>Pas très convaincu (1-3)</b>	1 %	-	<1 %	1 %	-
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	-	2 %	1 %

A1 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, dans quelle mesure êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et la réglementation en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – CERTITUDE QUANT AU RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/fabrication (n=170)	Grossistes/distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Très convaincu (6-7)</b>	86 %	84 %	90 %	83 %	84 %	86 %	76 %	90 %	94 %
<b>Plutôt convaincu (4-5)</b>	11 %	10 %	7 %	14 %	13 %	6 %	22 %	7 %	6 %
<b>Pas très convaincu (1-3)</b>	2 %	6 %	1 %	3 %	1 %	6 %	1 %	2 %	-
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	2 %	-	1 %	2 %	1 %	1 %	-

G5 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, à quel point êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et les réglementations en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – CERTITUDE QUANT AU RESPECT DE LA RÉGLEMENTATION EN MATIÈRE DE SALUBRITÉ ALIMENTAIRE					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Très convaincu (6-7)</b>	86 %	93 %	85 %	84 %	87 %
<b>Plutôt convaincu (4-5)</b>	11 %	7 %	13 %	11 %	10 %
<b>Pas très convaincu (1-3)</b>	2 %	-	2 %	3 %	2 %
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	-	1 %	1 %

G5 : Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, à quel point êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et les réglementations en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce du détail, vague 1, n=370.

Les entreprises qui sont très convaincues qu'elles respecteraient les exigences et la réglementation si elles faisaient l'objet d'une inspection affirment respecter les règles et les règlements (33 %). Vingt-huit pour cent s'estiment conformes parce qu'elles sont inspectées régulièrement ou qu'elles ont reçu des commentaires positifs, et 11 % estiment qu'elles font un effort et essaient de respecter la réglementation sur la salubrité des aliments. Les réponses sont assez semblables lorsqu'on tient compte des facteurs de confiance chez ceux qui ont donné des notes plus faibles.

VAGUE 2 – RAISONS POUR L'ÉVALUATION			
ENTREPRISES TRÈS CONVAINCUES (NOTE DE 6 OU 7)		ENTREPRISES PLUTÔT CONVAINCUES OU PAS TRÈS CONVAINCUES (NOTE DE 1 À 5)	
			<b>n=37</b>
<b>Nous respectons les règles et les règlements</b>	33 %	<b>Nous faisons un effort et essayons de respecter la réglementation sur la salubrité des aliments</b>	28 %
<b>Nous sommes inspectés régulièrement/nous avons reçu des commentaires positifs</b>	28 %	<b>Nous sommes inspectés régulièrement/nous avons reçu des commentaires positifs</b>	19 %
<b>Nous faisons un effort et essayons de respecter la réglementation sur la salubrité des aliments</b>	11 %	<b>Nous respectons les règles et les règlements</b>	11 %
<b>Nous avons mis en place un programme complet de salubrité des aliments</b>	9 %	<b>Nous n'avons que des produits à faible risque</b>	8 %
<b>Nous avons récemment fait l'objet d'une vérification</b>	5 %	<b>Nous gardons tout propre/en ordre</b>	4 %
<b>Nous gardons tout propre/en ordre</b>	4 %	<b>Nous avons mis en place un programme complet de salubrité des aliments</b>	4 %
<b>Nous n'avons jamais eu de problème</b>	2 %	<b>Autre</b>	5 %
<b>Nous n'avons que des produits à faible risque</b>	2 %	<b>Ne sait pas/refuse</b>	19 %
<b>Nous conservons nos documents</b>	2 %		
<b>Autre</b>	1 %		
<b>Ne sait pas/refuse</b>	2 %		

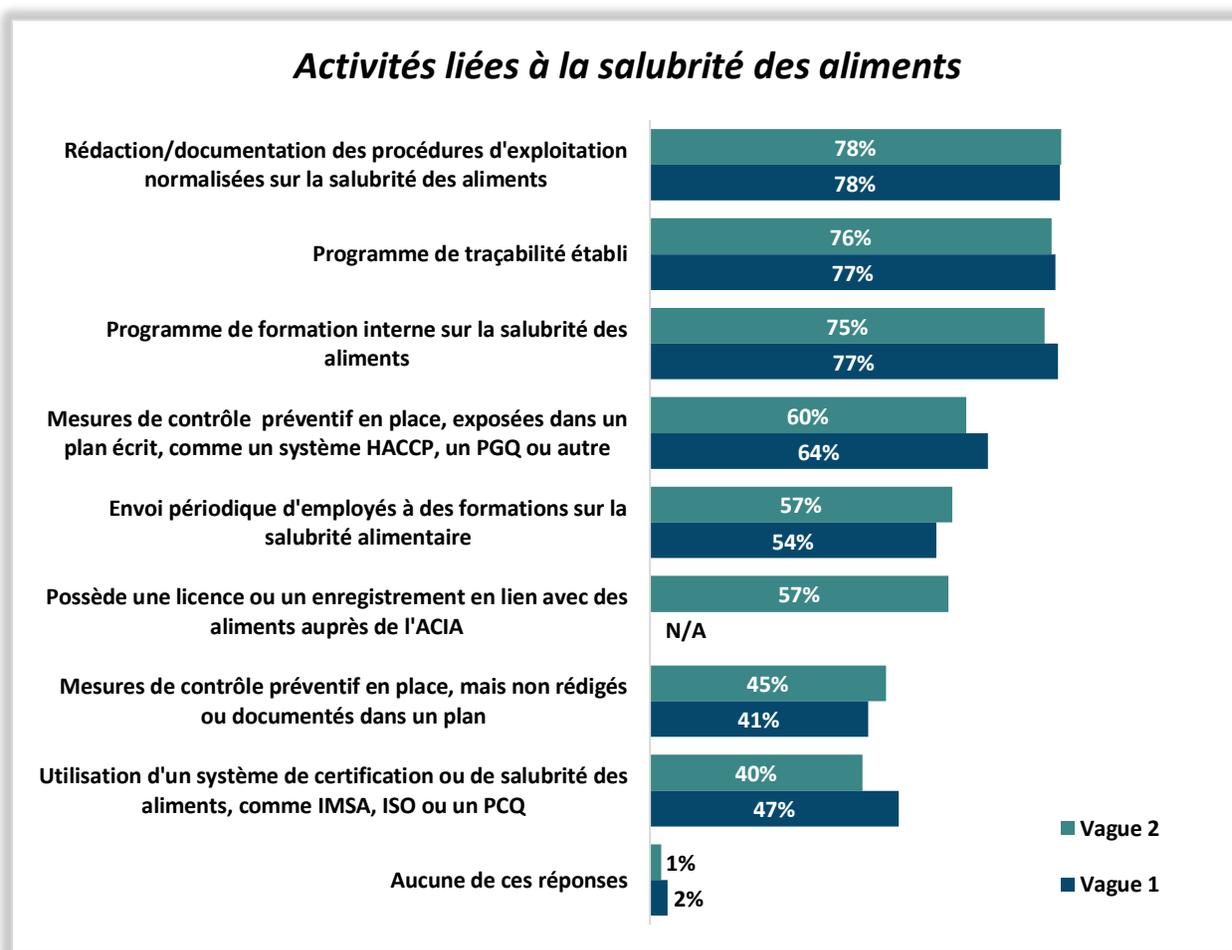
A2 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette réponse. Base : les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont fourni une cote de confiance valide (1 à 7), vague 2, n=495.

<b>VAGUE 1 – RAISONS POUR L'ÉVALUATION</b>			
<b>ENTREPRISES TRÈS CONVAINCUES</b> (NOTE DE 6 OU 7)		<b>ENTREPRISES PLUTÔT CONVAINCUES OU PAS TRÈS CONVAINCUES</b> (NOTE DE 1 À 5)	
	<b>n=324</b>		<b>n=43</b>
<b>Nous respectons les règles et les règlements</b>	55 %	<b>Nous respectons les règles et les règlements</b>	62 %
<b>Nous gardons tout propre/en ordre</b>	27 %	<b>Nous gardons tout propre/en ordre</b>	19 %
<b>Nous sommes inspectés régulièrement/nous avons reçu des commentaires positifs</b>	16 %	<b>Nous avons mis en place un programme complet de salubrité des aliments</b>	7 %
<b>Nous avons mis en place un programme complet de salubrité des aliments</b>	12 %	<b>Nous conservons nos documents</b>	5 %
<b>Nous avons récemment fait l'objet d'une vérification</b>	11 %	<b>Nous sommes inspectés régulièrement/nous avons reçu des commentaires positifs</b>	5 %
<b>Nous n'avons jamais eu de problème</b>	9 %	<b>Nous avons récemment fait l'objet d'une vérification</b>	4 %
<b>Nous conservons nos documents</b>	6 %	<b>Nous n'avons que des produits à faible risque</b>	2 %
<b>Nous n'avons que des produits à faible risque</b>	4 %	<b>Autre</b>	4 %
<b>Autre</b>	1 %	<b>Ne sait pas/refusé</b>	16 %
<b>Ne sait pas/refusé</b>	4 %		

G6 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette réponse. Base : les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont fourni une cote de confiance à G2, vague 1, n=367.

## Activités courantes liées à la salubrité des aliments

Une liste de plusieurs mesures et activités liées à la salubrité des aliments a été présentée aux répondants des deux vagues d'enquêtes et ceux-ci devaient indiquer celles qui s'appliquent à leur entreprise. Les résultats ont révélé que les activités les plus populaires étaient la documentation de procédures opérationnelles normalisées sur la salubrité des aliments, l'établissement d'un programme de traçabilité et de programmes de formation internes sur la salubrité des aliments. Chacun de ces aspects a été évalué par plus des trois quarts des entreprises durant les deux vagues d'enquêtes. De plus, 60 % des entreprises ont déclaré avoir des mesures de contrôle préventif en place, documentés dans un plan écrit. Plus de la moitié (57 %) envoient leur personnel en formation sur la salubrité alimentaire, détiennent une licence ou sont enregistrées auprès de l'ACIA. D'autres ont des mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan (45 %), ou utilisent un système de certification ou de salubrité des aliments (40 %). Les résultats sont essentiellement les mêmes pour les deux vagues.



A3 : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.

Les résultats varient selon le secteur d'activité et la taille de l'entreprise.

En ce qui concerne le segment vertical, les entreprises dont la principale activité est le commerce de détail ou le commerce de gros et la distribution sont les moins susceptibles d'avoir des mesures de salubrité des aliments en place. Pour les détaillants, les exceptions incluent un programme de formation interne sur la salubrité des aliments, l'envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire et des mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan. Les détaillants se distinguent des autres secteurs pour ce qui est de l'envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire. Il convient également de noter que l'incidence de chacune de ces mesures est plus marquée parmi les entreprises de transformation et de fabrication. Ces entreprises sont plus susceptibles d'avoir un programme de formation interne sur la salubrité des aliments (91 %); d'avoir des mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit comme un système HACCP, un PCQ ou un autre programme (80 %); d'envoyer périodiquement des employés à des formations sur la salubrité alimentaire (63 %) et d'utiliser un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ (59 %).

En ce qui concerne la taille de l'entreprise, plus celle-ci est grande, plus elle est susceptible d'avoir mis en place la majorité de ces mesures. Comme il est illustré ci-dessous, l'incidence de six de ces mesures dépasse les 80 % parmi les grandes entreprises. D'autre part, plus l'entreprise est petite, plus elle est susceptible d'avoir des mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan. Cette mesure atteint 56 % parmi les microentreprises, alors que 6 % de celles-ci n'ont aucune mesure en place.

Les résultats par secteur d'activité et par région sont essentiellement les mêmes pour les deux vagues d'enquêtes.

VAGUE 2 – ACTIVITÉS LIÉES À LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
Rédaction/ documentation des procédures d'exploitation normalisée sur la salubrité des aliments	78 %	86 %	84 %	73 %	74 %	60 %	72 %	87 %	92 %
Programme de traçabilité établi	76 %	89 %	87 %	82 %	60 %	64 %	81 %	77 %	85 %
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	75 %	77 %	91 %	64 %	69 %	58 %	65 %	86 %	85 %
Mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou autre programme	60 %	66 %	80 %	62 %	41 %	42 %	45 %	67 %	91 %
Envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	57 %	55 %	63 %	45 %	62 %	43 %	47 %	64 %	76 %
Licence pour les aliments ou un enregistrement délivré par l'ACIA	57 %	57 %	62 %	59 %	51 %	30 %	54 %	65 %	80 %
Mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan	45 %	40 %	37 %	45 %	51 %	56 %	47 %	46 %	20 %
Utilisation d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ	40 %	58 %	59 %	36 %	23 %	18 %	22 %	50 %	79 %
Aucune de ces réponses	2 %	2 %	1 %	4 %	2 %	6 %	2 %	<1 %	-

A3 : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – ACTIVITÉS LIÉES À LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation /fabrication (n=170)	Grossistes/distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
Rédaction/ documentation des procédures d'exploitation normalisée sur la salubrité des aliments	78 %	82 %	88 %	80 %	61 %	56 %	67 %	91 %	96 %
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	77 %	69 %	90 %	68 %	76 %	53 %	74 %	87 %	92 %
Programme de traçabilité établi	77 %	85 %	88 %	84 %	50 %	64 %	63 %	87 %	96 %
Mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou autre programme	64 %	72 %	77 %	63 %	43 %	38 %	48 %	82 %	83 %
Envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	54 %	45 %	70 %	45 %	50 %	29 %	46 %	65 %	86 %
Utilisation d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ	47 %	54 %	60 %	45 %	29 %	29 %	34 %	57 %	83 %
Mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan	41 %	34 %	39 %	40 %	50 %	48 %	45 %	38 %	33 %
Méthode de contrôle de la qualité Six Sigma	25 %	25 %	26 %	25 %	23 %	16 %	22 %	29 %	30 %
Aucune de ces réponses	3 %	5 %	2 %	3 %	4 %	14 %	-	1 %	4 %

A3 : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Sur le plan régional, les résultats suggèrent un taux plus bas d'adoption de ces mesures au Québec. Le tableau de la page précédente démontre qu'il y a en fait deux segments où l'adoption des différentes mesures est relativement basse.

Plus des trois quarts des entreprises dans les provinces de l'Atlantique ont adopté de nombreuses mesures parmi celles mentionnées. Ces résultats sont plus élevés que dans les autres régions. Le taux d'adoption des diverses mesures est essentiellement le même en Ontario et dans l'Ouest.

Les résultats obtenus pour les deux vagues d'enquêtes sont également similaires.

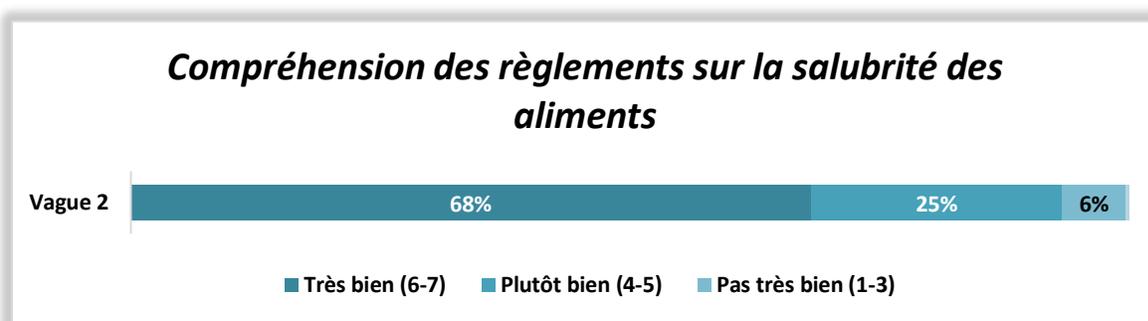
VAGUE 2 – ACTIVITÉS LIÉES À LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
		Région			
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
Rédaction/documentation des procédures d'exploitation normalisée sur la salubrité des aliments	78 %	93 %	49 %	89 %	80 %
Programme de traçabilité établi	76 %	94 %	65 %	80 %	75 %
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	75 %	75 %	73 %	76 %	74 %
Mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou autre programme	60 %	78 %	47 %	62 %	62 %
Envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	57 %	55 %	45 %	68 %	50 %
Licence pour les aliments ou un enregistrement délivré par l'ACIA	57 %	81 %	42 %	54 %	65 %
Mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan	45 %	41 %	50 %	45 %	42 %
Utilisation d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ	40 %	68 %	33 %	39 %	42 %
Aucune de ces réponses	2 %	1 %	7 %	1 %	1 %

A3 : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

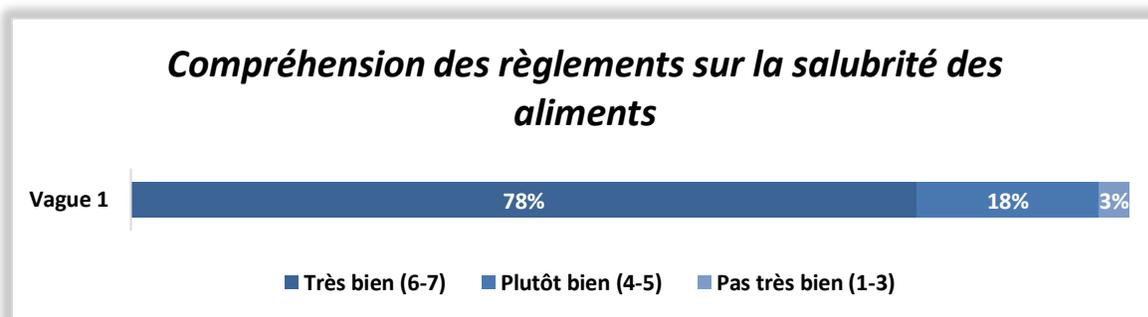
VAGUE 1 – ACTIVITÉS LIÉES À LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
		Région			
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
Rédaction/documentation des procédures d'exploitation normalisée sur la salubrité des aliments	78 %	88 %	46 %	84 %	83 %
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	77 %	88 %	72 %	78 %	77 %
Programme de traçabilité établi	77 %	93 %	60 %	83 %	75 %
Mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou autre programme	64 %	89 %	39 %	67 %	67 %
Envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	54 %	78 %	39 %	51 %	60 %
Utilisation d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ	47 %	77 %	19 %	50 %	51 %
Mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan	41 %	46 %	53 %	39 %	38 %
Méthode de contrôle de la qualité Six Sigma	25 %	39 %	14 %	29 %	23 %
Aucune de ces réponses	3 %	2 %	8 %	2 %	3 %

A3 : Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail devaient évaluer leur niveau de compréhension de la réglementation qui s'applique à leurs produits alimentaires. Une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » a été utilisée et les résultats démontrent que dans la deuxième vague d'enquêtes, 68 % des entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ont donné une note de 6 ou 7 pour décrire leur niveau de compréhension de la réglementation sur la salubrité des aliments qui s'applique à leurs produits. Ces résultats sont inférieurs à ceux observés durant la première vague (78 %). Toutefois, la plupart des autres entreprises (25 % pour la vague 2 et 18 % pour la vague 1) ont donné une note de 4 ou 5, ce qui représente une diminution de la proportion de ceux qui comprennent « très bien » et une augmentation de la proportion de ceux qui comprennent « plutôt bien » entre la vague 1 et la vague 2 – en combinant les meilleurs résultats obtenus, nous constatons que les répondants des deux vagues comprennent bien la réglementation (93 % pour la vague 2 et 96 % pour la vague 1).



*B3 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.*



*A2 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.*

La compréhension des règlements sur la salubrité des aliments qui s'appliquent à leurs produits est plus élevée parmi les entreprises de transformation et de fabrication (74 % ont donné une note de 6 ou 7), mais elle semble décliner avec la taille de l'entreprise (vague 1). Comme l'indiquent les tableaux ci-dessous, 90 % des grandes entreprises se sont attribués une note de 6 ou 7 (vague 1). Les résultats sont inférieurs pour les microentreprises (69 %). Sur le plan régional, les entreprises dans les provinces de l'Atlantique sont plus

nombreuses à dire qu'elles comprennent bien les règlements sur la salubrité des aliments qui s'appliquent à leurs produits.

VAGUE 2 – COMPRÉHENSION DES RÈGLEMENTS SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Très bien (6-7)</b>	68 %	72 %	74 %	60 %	68 %	68 %	69 %	67 %	71 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	25 %	17 %	20 %	33 %	26 %	25 %	26 %	28 %	18 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	6 %	10 %	6 %	6 %	6 %	7 %	4 %	5 %	11 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	<1 %	1 %	-	-	1 %	<1 %	-

B3 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – COMPRÉHENSION DES RÈGLEMENTS SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Très bien (6-7)</b>	78 %	84 %	82 %	79 %	70 %	69 %	72 %	85 %	90 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	18 %	9 %	16 %	20 %	25 %	21 %	26 %	14 %	10 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	3 %	7 %	2 %	2 %	3 %	9 %	2 %	1 %	-
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	-	-	1 %	2 %	-	-	-

A2 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

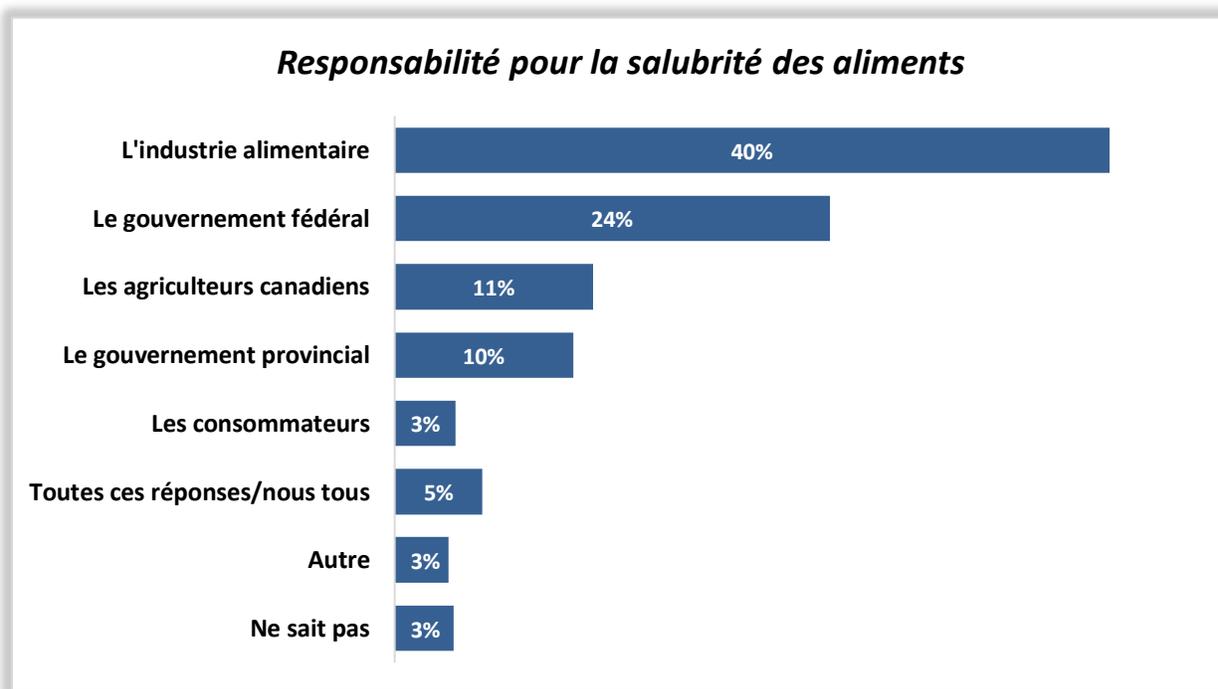
VAGUE 2 – COMPRÉHENSION DES RÈGLEMENTS SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Très bien (6-7)</b>	68 %	77 %	70 %	65 %	69 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	25 %	17 %	25 %	26 %	25 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	6 %	6 %	4 %	8 %	6 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	<1 %	1 %	-

B3 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – COMPRÉHENSION DES RÈGLEMENTS SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Très bien (6-7)</b>	78 %	90 %	75 %	82 %	74 %
<b>Plutôt bien (4-5)</b>	18 %	10 %	23 %	16 %	20 %
<b>Pas très bien (1-3)</b>	3 %	-	3 %	2 %	4 %
<b>Ne sait pas</b>	<1 %	-	-	-	1 %

A2 : Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Durant la première vague, les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail devaient indiquer qui était responsable de la salubrité des aliments au Canada, selon eux. Environ deux entreprises sur cinq sont d'avis que c'est l'industrie alimentaire qui est la principale responsable de s'assurer que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires. Un autre 24 % croient que c'est le gouvernement fédéral, 11 % estiment que ce sont les agriculteurs canadiens et 10 %, les gouvernements provinciaux.



A1 : En ce qui concerne la salubrité des aliments en général, qui est en premier lieu responsable de s'assurer que les aliments vendus au Canada sont salubres? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

L'attribution de la responsabilité varie d'un segment vertical à l'autre. Ainsi, la majorité des entreprises de transformation et de fabrication tendent à croire que la plus grande responsabilité repose sur l'industrie alimentaire elle-même (57 %).

La perception des entreprises agricoles est différente, alors que 40 % estiment que ce sont les agriculteurs canadiens qui ont la plus grande responsabilité, 30 % disent que c'est l'industrie alimentaire et 20 % pointent le gouvernement fédéral.

Les résultats sont différents parmi les détaillants qui sont plus susceptibles d'attribuer la responsabilité aux gouvernements provinciaux (20 %). Un quart des détaillants croient que la responsabilité revient au gouvernement fédéral (27 %) ou à l'industrie alimentaire (24 %).

La plupart des grossistes et des distributeurs ont mentionné l'industrie alimentaire (40 %) ou le gouvernement fédéral (35 %).

En ce qui concerne la taille de l'entreprise, plus celle-ci est grande, plus elle tend à dire que l'industrie alimentaire a la plus grande part de responsabilité.

Sur le plan régional, les résultats ne sont pas très différents d'un endroit à l'autre – cependant, les entreprises des provinces de l'Atlantique sont beaucoup plus nombreuses à affirmer que l'industrie alimentaire est la principale responsable.

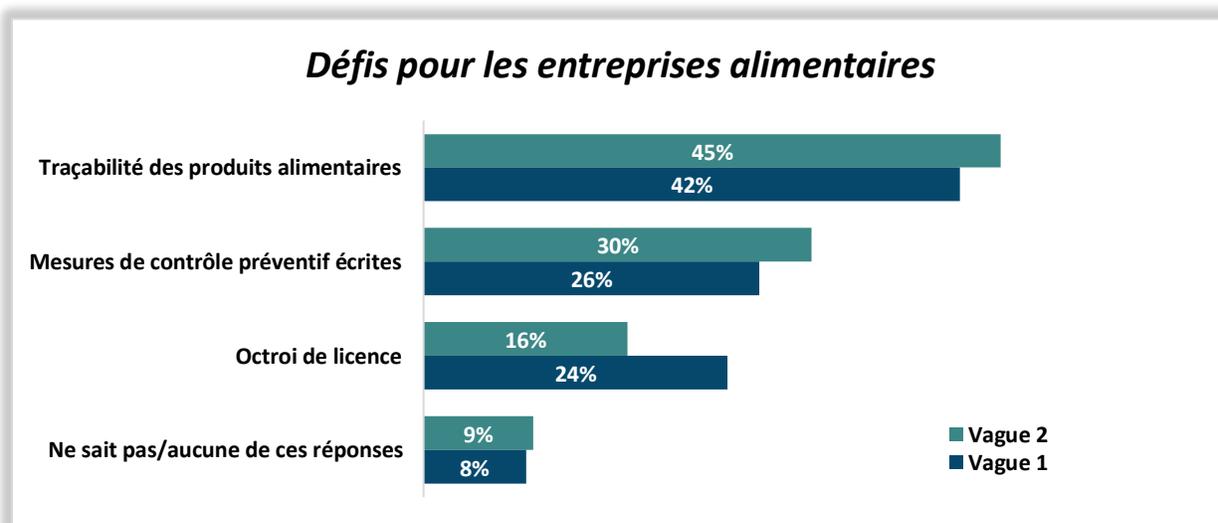
VAGUE 1 – RESPONSABILITÉ POUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
L'industrie alimentaire	40 %	30 %	57 %	40 %	24 %	27 %	34 %	47 %	55 %
Le gouvernement fédéral	24 %	20 %	16 %	35 %	27 %	31 %	23 %	22 %	26 %
Les agriculteurs canadiens	11 %	40 %	3 %	8 %	6 %	13 %	10 %	12 %	7 %
Les gouvernements provinciaux	10 %	1 %	7 %	8 %	20 %	10 %	16 %	7 %	-
Les consommateurs	3 %	1 %	2 %	3 %	7 %	4 %	7 %	2 %	-
Toutes ces réponses/nous tous	5 %	9 %	6 %	1 %	6 %	6 %	4 %	5 %	5 %
Autre	3 %	-	5 %	2 %	5 %	5 %	4 %	2 %	3 %
Ne sait pas	3 %	-	3 %	4 %	5 %	4 %	3 %	3 %	3 %

A1 : En ce qui concerne la salubrité des aliments en général, qui est en premier lieu responsable de s'assurer que les aliments vendus au Canada sont salubres? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – RESPONSABILITÉ POUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>L'industrie alimentaire</b>	39 %	67 %	33 %	41 %	38 %
<b>Le gouvernement fédéral</b>	24 %	15 %	24 %	23 %	28 %
<b>Les agriculteurs canadiens</b>	11 %	-	14 %	14 %	8 %
<b>Les gouvernements provinciaux</b>	10 %	10 %	17 %	7 %	9 %
<b>Les consommateurs</b>	3 %	3 %	6 %	2 %	4 %
<b>Toutes ces réponses/nous tous</b>	5 %	4 %	1 %	5 %	7 %
<b>Autre</b>	3 %	-	4 %	4 %	2 %
<b>Ne sait pas</b>	3 %	-	2 %	4 %	4 %

A1 : En ce qui concerne la salubrité des aliments en général, qui est en premier lieu responsable de s'assurer que les aliments vendus au Canada sont sains? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Durant les deux vagues d'enquêtes, les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail devaient examiner trois défis auxquels doivent faire face les entreprises alimentaires et choisir celui qui, à leur avis, était le plus important. Un peu plus de deux entreprises sur cinq (45 %) ont sélectionné la traçabilité des produits alimentaires comme étant le plus grand défi en matière de salubrité alimentaire, suivi des mesures de contrôle préventif (30 %) et l'octroi de licence (16 %). Durant la deuxième vague, près d'un répondant sur 10 ne savait pas quoi répondre.



B7 : Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.

Durant la plus récente vague d'enquêtes, la traçabilité était toujours considérée comme étant le plus grand défi pour les détaillants. Parmi les entreprises de transformation et de fabrication, les avis étaient partagés entre la traçabilité (37 %) et les mesures de contrôle préventif écrites (38 %). Plus la taille de l'entreprise augmente, plus le pourcentage de ceux qui estiment que les mesures de contrôle préventif écrites

représentent un défi augmente (seulement 22 % pour les microentreprises, comparativement à 41 % pour les grandes entreprises). Ces résultats sont sensiblement les mêmes que ceux obtenus durant la première vague.

VAGUE 2 – DÉFIS POUR LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/fabrication (n=198)	Grossistes/distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Traçabilité des produits alimentaires</b>	45 %	47 %	37 %	36 %	56 %	53 %	47 %	41 %	42 %
<b>Mesures de contrôle préventif écrites</b>	30 %	30 %	38 %	36 %	21 %	22 %	23 %	36 %	41 %
<b>Octroi de licence</b>	16 %	16 %	19 %	18 %	12 %	15 %	15 %	18 %	14 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	7 %	6 %	10 %	11 %	10 %	15 %	6 %	3 %

B7 : Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – DÉFIS POUR LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/fabrication (n=170)	Grossistes/distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Traçabilité des produits alimentaires</b>	42 %	24 %	36 %	50 %	52 %	35 %	42 %	44 %	45 %
<b>Mesures de contrôle préventif écrites</b>	26 %	25 %	34 %	24 %	20 %	24 %	26 %	26 %	34 %
<b>Octroi de licence</b>	24 %	41 %	18 %	19 %	24 %	28 %	26 %	22 %	15 %
<b>Aucune de ces réponses</b>	8 %	9 %	12 %	7 %	4 %	14 %	5 %	8 %	7 %

B7 : Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Dans toutes les régions, la traçabilité des produits alimentaires représente le plus grand défi, particulièrement au Québec (54 %) et en Ontario (49 %). Les mesures de contrôle préventif écrites s'avèrent un plus grand défi pour les entreprises des provinces de l'Atlantique qu'ailleurs au pays. Durant la première vague, la traçabilité était également le plus grand défi dans toutes les régions, mais particulièrement au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.

VAGUE 2 – DÉFIS POUR LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES					
		Région			
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Traçabilité des produits alimentaires</b>	45 %	26 %	54 %	49 %	38 %
<b>Mesures de contrôle préventif écrites</b>	30 %	51 %	27 %	26 %	35 %
<b>Octroi de licence</b>	16 %	16 %	10 %	16 %	19 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	6 %	9 %	9 %	9 %

B7 : Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – DÉFIS POUR LES ENTREPRISES ALIMENTAIRES					
		Région			
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Traçabilité des produits alimentaires</b>	42 %	52 %	49 %	43 %	36 %
<b>Mesures de contrôle préventif écrites</b>	26 %	26 %	33 %	22 %	28 %
<b>Octroi de licence</b>	24 %	13 %	13 %	29 %	25 %
<b>Aucune de ces réponses</b>	8 %	9 %	6 %	7 %	11 %

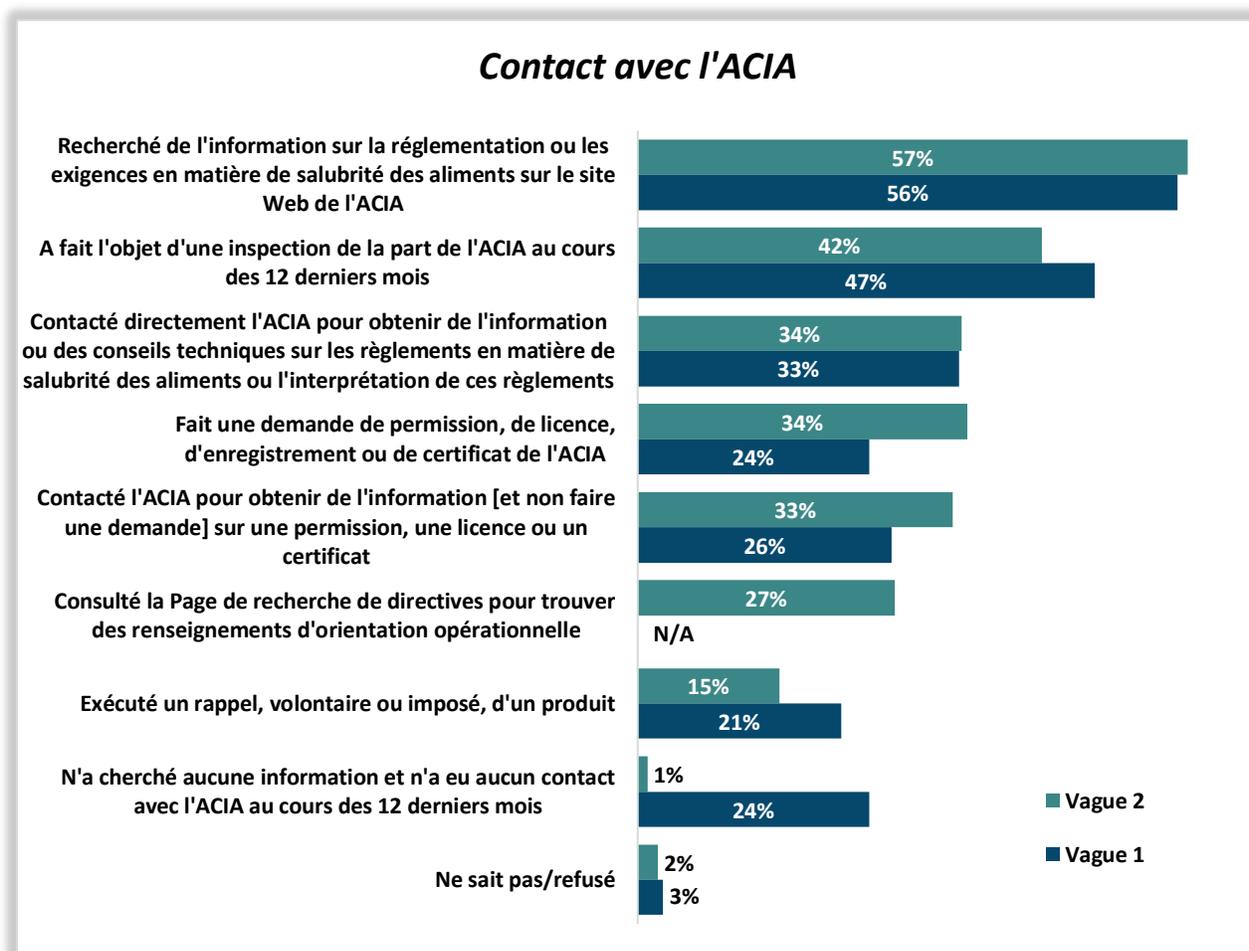
B7 : Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

## Contact avec l'ACIA

Les résultats de la deuxième vague d'enquêtes révèlent qu'environ 7 entreprises sur 10 (73 %) qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ont contacté l'ACIA, d'une façon ou d'une autre, dans les 12 mois précédant l'enquête. L'interaction la plus courante avec l'ACIA durant cette période est la recherche d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA (57 %), alors que 42 % des entreprises ont fait l'objet d'une inspection, 34 % ont contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements, ou ont présenté une demande une permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA. Trente-trois pour cent ont contacté l'ACIA pour obtenir de l'information (et non faire une demande) sur une permission, une licence ou un certificat. Les autres résultats obtenus sont les suivants :

- 27 % ont consulté la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle (ce choix n'était pas offert durant la première vague);
- 15 % ont exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit.

Ces résultats sont semblables à ceux de la première vague, mis à part une diminution considérable des entreprises qui ont affirmé n'avoir cherché aucune information et n'avoir eu aucun contact personnel avec l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête.



*C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.*

Les résultats de la plus récente enquête démontrent que la plupart de ces activités ou de ces contacts avec l'ACIA sont plus répandus parmi les entreprises de transformation et de fabrication alors que d'autres le sont davantage parmi les grossistes et les distributeurs. Les détaillants sont les moins enclins à contacter l'ACIA, sauf lorsqu'il s'agit de consulter la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle (34 %). Les résultats démontrent également que les rappels de produits sont plus courants parmi les grossistes et les distributeurs (24 %).

On constate également que plus l'entreprise est grande, plus elle est susceptible de contacter l'ACIA, sauf consulter la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle, activité qui semble être plus répandue parmi les petites entreprises.

VAGUE 2 – CONTACT AVEC L'ACIA									
		Segment vertical				Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
Recherché de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA	57 %	59 %	77 %	63 %	38 %	41 %	51 %	61 %	79 %
A fait l'objet d'une inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	42 %	44 %	53 %	42 %	33 %	28 %	30 %	49 %	63 %
Fait une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	34 %	44 %	50 %	40 %	15 %	12 %	29 %	40 %	61 %
Contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements	34 %	34 %	51 %	36 %	19 %	27 %	26 %	37 %	47 %
Contacté l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	33 %	33 %	49 %	35 %	19 %	19 %	23 %	42 %	46 %
Consulté la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle	27 %	29 %	18 %	24 %	34 %	32 %	34 %	23 %	14 %
N'a cherché aucune information et n'a eu aucun contact avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	1 %	-	1 %	2 %	-	2 %	-	1 %	-
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	15 %	8 %	8 %	24 %	16 %	11 %	12 %	15 %	23 %
Ne sait pas/refusé	2 %	2 %	1 %	2 %	4 %		3 %	1 %	6 %

C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – CONTACT AVEC L'ACIA									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
Recherché de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA	56 %	45 %	74 %	61 %	35 %	40 %	48 %	61 %	91 %
A fait l'objet d'une inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	47 %	33 %	59 %	50 %	40 %	22 %	46 %	55 %	70 %
Contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements	33 %	26 %	53 %	28 %	19 %	18 %	26 %	38 %	71 %
Contacté l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	26 %	21 %	39 %	28 %	12 %	8 %	24 %	32 %	47 %
Fait une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	24 %	23 %	36 %	19 %	14 %	9 %	18 %	29 %	54 %
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	21 %	13 %	12 %	33 %	25 %	14 %	26 %	22 %	19 %
N'a cherché aucune information et n'a eu aucun contact avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	24 %	40 %	16 %	18 %	31 %	48 %	21 %	19 %	7 %
Ne sait pas/refusé	3 %	2 %	-	2 %	7 %	4 %	4 %	2 %	-

C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

D'un point de vue régional, le contact avec l'ACIA est particulièrement élevé dans les provinces de l'Atlantique. Les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail en Ontario et

dans l'Ouest du Canada sont plus enclines à chercher de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA.

Il convient également de noter que dans les provinces de l'Atlantique, l'incidence pour toutes les formes de contact, à l'exception des rappels et de la consultation de la Page de recherche de directives, est beaucoup plus élevée. C'est le cas des inspections, qui ont été mentionnées par 73 % des entreprises.

Ces résultats sont conformes à ceux observés durant la première vague.

VAGUE 2 – CONTACT AVEC L'ACIA					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
Recherché de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA	57 %	70 %	43 %	61 %	58 %
A fait l'objet d'une inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	42 %	73 %	36 %	43 %	38 %
Fait une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	34 %	45 %	25 %	38 %	33 %
Contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements	34 %	57 %	33 %	33 %	30 %
Contacté l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	33 %	56 %	29 %	35 %	27 %
Consulté la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle	27 %	11 %	39 %	23 %	26 %
N'a cherché aucune information et n'a eu aucun contact avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	1 %	-	-	1 %	1 %
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	15 %	19 %	10 %	17 %	14 %
Ne sait pas/refusé	2 %	7 %	2 %	-	4 %

C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – CONTACT AVEC L'ACIA					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
Recherché de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA	56 %	68 %	43 %	64 %	51 %
A fait l'objet d'une inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	47 %	87 %	39 %	48 %	43 %
Contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements	33 %	59 %	24 %	33 %	34 %
Contacté l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	26 %	43 %	17 %	27 %	27 %
Fait une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	24 %	63 %	22 %	21 %	22 %
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	21 %	19 %	14 %	24 %	21 %
N'a cherché aucune information et n'a eu aucun contact avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	24 %	2 %	38 %	20 %	27 %
Ne sait pas/refusé	3 %	-	3 %	2 %	3 %

C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Une analyse approfondie révèle que les entreprises ayant fait l'objet d'une inspection dans les 12 mois précédant l'enquête sont beaucoup plus susceptibles de mener d'autres activités, comme l'indique le tableau ci-dessous. Ces résultats suggèrent que la probabilité de contact avec l'ACIA varie considérablement selon que l'entreprise ait fait l'objet d'une inspection ou non.

VAGUE 2 – CONTACT AVEC L'ACIA		
	A fait l'objet d'une inspection de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	
	Oui (n=219)	Non (n=281)
Recherché de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l'ACIA	74 %	45 %
A fait l'objet d'une inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	100 %	-
Fait une demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	56 %	19 %
Contacté directement l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements	54 %	19 %
Contacté l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	55 %	17 %
Consulté la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle	4 %	43 %
N'a cherché aucune information et n'a eu aucun contact avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	-	1 %
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	17 %	13 %
Ne sait pas	-	4 %

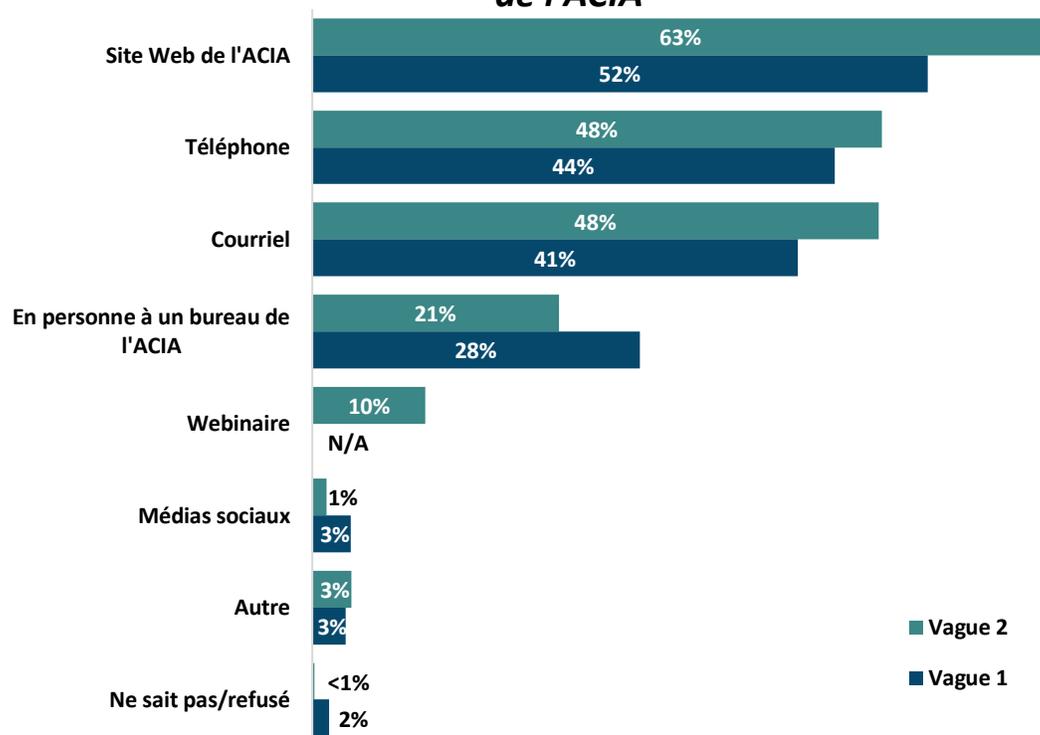
C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – CONTACT AVEC L’ACIA		
	A fait l’objet d’une inspection de l’ACIA au cours des 12 derniers mois	
	Oui (n=189)	Non (n=181)
Recherché de l’information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le site Web de l’ACIA	74 %	40 %
A fait l’objet d’une inspection de la part de l’ACIA au cours des 12 derniers mois	100 %	-
Contacté directement l’ACIA pour obtenir de l’information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l’interprétation de ces règlements	53 %	15 %
Contacté l’ACIA pour obtenir de l’information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	44 %	11 %
Fait une demande de permission, de licence, d’enregistrement ou de certificat de l’ACIA	43 %	7 %
Exécuté un rappel, volontaire ou imposé, d’un produit	27 %	15 %
N’a cherché aucune information et n’a eu aucun contact avec l’ACIA au cours des 12 derniers mois	-	46 %
Ne sait pas/refusé	-	5 %

C1a : Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. Base : entreprises qui n’œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les entreprises qui n’œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont contacté l’ACIA dans les 12 mois précédant l’enquête l’ont fait sur le site Web de l’ACIA (63 %), au téléphone (48 %) ou par courriel (48 %). Un nombre moins élevé a contacté l’ACIA en personne (21 %) et quelques-uns seulement ont utilisé les réseaux sociaux (1 %). Ces résultats suggèrent que l’ensemble des entreprises utilisent plusieurs moyens pour joindre l’ACIA. Les préférences quant à l’ordre dans lequel les entreprises communiquent avec l’ACIA sont semblables d’une vague à l’autre, bien que le pourcentage de ceux qui utilisent le site Web, le téléphone et le courriel soit sensiblement plus élevé pour la deuxième vague. Les contacts en personne étaient cependant moins nombreux durant la deuxième vague. L’option des webinaires n’a été proposée qu’aux participants de la deuxième vague d’enquêtes.

### Moyens utilisés pour demander et recevoir de l'information de l'ACIA



C1 : Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont eu des contacts avec l'ACIA, vague 2, n=348, vague 1, n=248.

Les détaillants sont plus enclins à contacter l'ACIA par le biais de son site Web, alors que les entreprises de transformation et de fabrication utilisent surtout le téléphone, le contact en personne ou les webinaires. Les petites entreprises ont davantage tendance à contacter l'ACIA par le biais de son site Web, alors que les moyennes entreprises utilisent le courriel, le contact en personne ou les webinaires. Les grandes entreprises privilégient les contacts au téléphone et les webinaires.

**VAGUE 2 – MOYENS UTILISÉS POUR DEMANDER ET RECEVOIR DE L'INFORMATION DE L'ACIA**

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=348)	Entreprises agricoles (n=64)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=157)	Grossistes/ distributeurs (n=95)	Détaillants (n=32)	Micro (n=53)	Petite (n=61)	Moyenne (n=168)	Grande (n=64)
Site Web de l'ACIA	63 %	57 %	57 %	56 %	79 %	62 %	77 %	56 %	64 %
Téléphone	48 %	45 %	58 %	49 %	37 %	39 %	38 %	48 %	70 %
Courriel	48 %	48 %	55 %	47 %	41 %	30 %	51 %	53 %	51 %
En personne	21 %	20 %	29 %	14 %	17 %	11 %	15 %	28 %	20 %
Webinaire	10 %	8 %	18 %	8 %	2 %	3 %	1 %	13 %	18 %
Médias sociaux	1 %	4 %	1 %	2 %	-	-	2 %	2 %	-
Autre	3 %	4 %	4 %	5 %	-	4 %	1 %	2 %	9 %
Ne sait pas/refusé	<1 %	-	-	1 %	-	-	-	<1 %	-

C1 : Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont eu des contacts avec l'ACIA, vague 2, n=348.

**VAGUE 1 – MOYENS UTILISÉS POUR DEMANDER ET RECEVOIR DE L'INFORMATION DE L'ACIA**

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=248)	Entreprises agricoles (n=26)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=140)	Grossistes/ distributeurs (n=57)	Détaillants (n=25)	Micro (n=25)	Petite (n=54)	Moyenne (n=133)	Grande (n=35)
Site Web de l'ACIA	52 %	55 %	41 %	64 %	58 %	55 %	54 %	48 %	59 %
Téléphone	44 %	61 %	44 %	45 %	31 %	39 %	46 %	43 %	52 %
Courriel	41 %	33 %	48 %	40 %	34 %	23 %	38 %	46 %	50 %
En personne	28 %	43 %	33 %	14 %	26 %	21 %	24 %	28 %	45 %
Médias sociaux	3 %	-	1 %	4 %	10 %	7 %	3 %	3 %	2 %
Autre	3 %	3 %	4 %	2 %	-	3 %	3 %	3 %	-
Ne sait pas/refusé	1 %	-	1 %	4 %	-	-	-	3 %	-

C1 : Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont eu des contacts avec l'ACIA, vague 1, n=248.

Sur le plan régional, le téléphone et le courriel sont plus couramment utilisés dans les provinces de l'Atlantique qu'ailleurs au pays. D'autres résultats démontrent que les entreprises du Québec sont plus nombreuses à utiliser le site Web de l'ACIA ou à se rendre dans un bureau de l'ACIA.

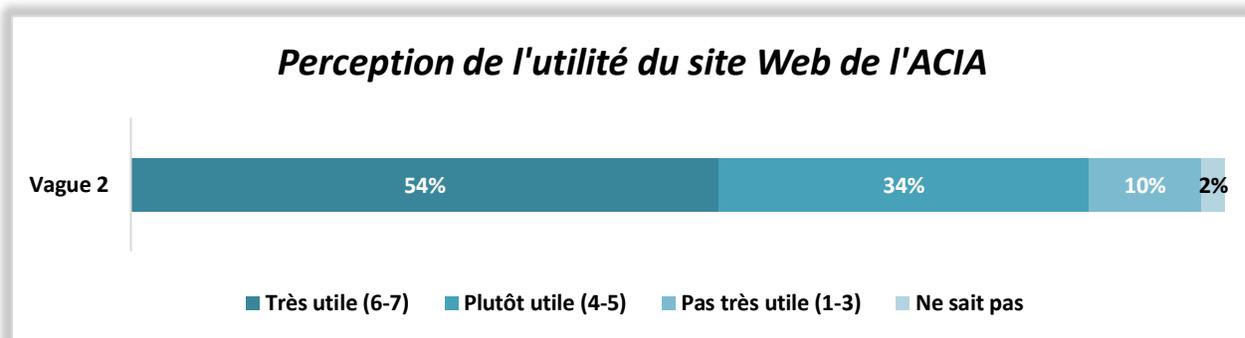
VAGUE 2 – MOYENS UTILISÉS POUR DEMANDER ET RECEVOIR DE L'INFORMATION DE L'ACIA					
	Total (n=348)	Région			
		Atlantique (n=37)	Québec (n=84)	Ontario (n=99)	Ouest (n=128)
Site Web de l'ACIA	63 %	45 %	68 %	63 %	62 %
Téléphone	48 %	68 %	41 %	47 %	50 %
Courriel	48 %	71 %	50 %	43 %	48 %
En personne à un bureau de l'ACIA	21 %	24 %	31 %	19 %	17 %
Webinaire	10 %	8 %	13 %	11 %	7 %
Médias sociaux	1 %	-	-	2 %	1 %
Autre	3 %	-	8 %	2 %	3 %
Ne sait pas/refusé	<1 %	-	-	-	1 %

C1 : Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont eu des contacts avec l'ACIA, vague 2, n=348.

VAGUE 1 – MOYENS UTILISÉS POUR DEMANDER ET RECEVOIR DE L'INFORMATION DE L'ACIA					
	Total (n=248)	Région			
		Atlantique (n=34)	Québec (n=30)	Ontario (n=78)	Ouest (n=106)
Site Web de l'ACIA	52 %	46 %	34 %	62 %	47 %
Téléphone	44 %	51 %	37 %	41 %	50 %
Courriel	41 %	46 %	46 %	32 %	51 %
En personne	28 %	54 %	19 %	25 %	28 %
Médias sociaux	3 %	9 %	4 %	3 %	2 %
Autre	3 %	4 %	2 %	3 %	2 %
Ne sait pas/refusé	1 %	-	-	2 %	1 %

C1 : Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont eu des contacts avec l'ACIA, vague 1, n=248.

Les répondants de la deuxième vague devaient évaluer l'utilité du site Web de l'ACIA. La moitié lui ont attribué une note de 6 ou 7. Un autre 34 % ont répondu qu'il était plutôt utile (note de 4 ou 5), et 10 % ne l'ont pas trouvé utile.



QC1a : À quel point l'information du site Web de l'ACIA vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : entreprises qui ont utilisé le site Web de l'ACIA, vague 2, n=239.

Les plus grands utilisateurs du site Web, c'est-à-dire les détaillants, ont davantage tendance à le trouver utile, alors que les entreprises agricoles, de la transformation et de la fabrication, ainsi que les grossistes et les distributeurs le trouvent plutôt utile. Les grandes entreprises le trouvent plutôt utile. Les microentreprises sont plus nombreuses à dire qu'il n'est pas utile. Sur le plan régional, c'est surtout au Québec et en Ontario qu'on trouve le site utile.

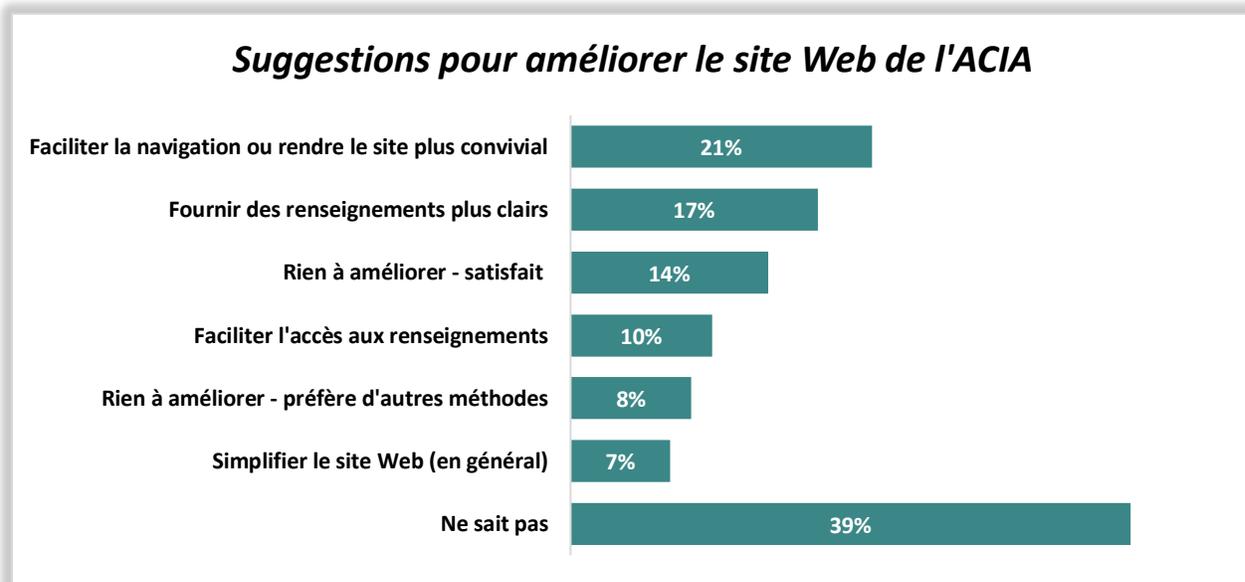
VAGUE 2 – UTILITÉ DU SITE WEB DE L'ACIA									
	Total (n=239)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=40)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=102)	Grossistes/ distributeurs (n=57)	Détaillants (n=40)	Micro (n=38)	Petite (n=31)	Moyenne (n=109)	Grande (n=39)
<b>Site Web de l'ACIA</b>									
Très utile (6-7)	54 %	40 %	52 %	43 %	63 %	51 %	51 %	59 %	49 %
Plutôt utile (4-5)	34 %	53 %	40 %	43 %	21 %	19 %	39 %	32 %	49 %
Pas très utile (1-3)	10 %	7 %	7 %	14 %	12 %	21 %	10 %	8 %	2 %
Ne sait pas	2 %	-	1 %	-	4 %	9 %	-	1 %	-

QC1B : À quel point l'information du site Web de l'ACIA vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : entreprises qui ont utilisé le site Web de l'ACIA, vague 2, n=239.

VAGUE 2 – UTILITÉ DU SITE WEB DE L'ACIA					
	Total (n=239)	Région			
		Atlantique (n=17)	Québec (n=71)	Ontario (n=69)	Ouest (n=82)
<b>Site Web de l'ACIA</b>					
Très utile (6-7)	54 %	27 %	60 %	64 %	38 %
Plutôt utile (4-5)	34 %	54 %	27 %	30 %	42 %
Pas très utile (1-3)	10 %	18 %	9 %	7 %	16 %
Ne sait pas	2 %	-	4 %	-	4 %

QC1B : À quel point l'information du site Web de l'ACIA vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : entreprises qui ont utilisé le site Web de l'ACIA, vague 2, n=239.

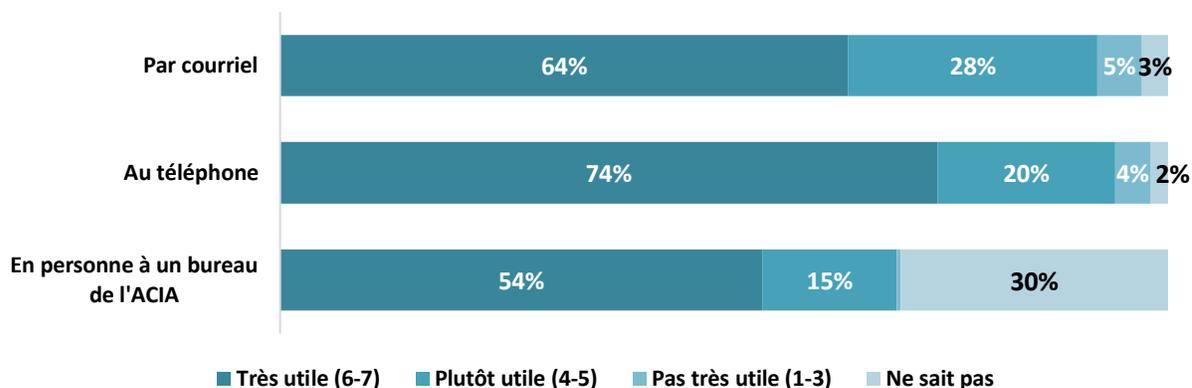
On a demandé aux utilisateurs du site Web (inspection.gc.ca) de suggérer des améliorations. Deux suggestions se sont démarquées : rendre le site plus convivial (21 %) et fournir des renseignements plus clairs (17 %). Parmi les autres suggestions concernant la navigation et la convivialité, il y a la facilitation d'accès aux renseignements (10 %) et la simplification du site Web (7 %). Près de deux répondants sur cinq (39 %) n'ont fait aucune suggestion, alors que 14 % ont indiqué qu'ils étaient satisfaits du site dans sa forme actuelle.



*C1c. Comment l'ACIA pourrait-elle améliorer son site Web? Base : entreprises qui ont utilisé le site Web de l'ACIA, vague 2, n=239.*

Les répondants devaient également évaluer l'utilité du service d'information par courriel, par téléphone et en personne de l'ACIA. Les trois quarts (75 %) de ceux qui ont contacté l'ACIA au téléphone ont trouvé l'information très utile et un autre 20 % l'ont trouvée plutôt utile. Près des deux tiers (64 %) qui ont utilisé le courriel pour contacter l'ACIA ont trouvé l'information très utile et 28 %, plutôt utile. Parmi ceux qui ont contacté l'ACIA en personne, 54 % estiment que l'information était très utile et 15 % l'ont trouvée plutôt utile. Cependant, 30 % des répondants n'ont pas su comment évaluer le service reçu.

### Perception de l'utilité de l'information reçue de l'ACIA par courriel, au téléphone et en personne



C1D. Dans quelle mesure l'information acheminée dans un courriel vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA par courriel, vague 2 : n=194. C1E. Dans quelle mesure l'information donnée au téléphone vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA au téléphone, vague 2 : n=201. C1F. Dans quelle mesure l'information obtenue en personne vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA en personne, vague 2 : n=88.

L'analyse suggère que la perception de l'utilité de l'information reçue par courriel est la même pour tous les segments et toutes les tailles d'entreprises. Les résultats sont présentés ci-dessous. Ils doivent cependant être interprétés avec prudence puisque plusieurs sont basés sur de petits échantillons.

VAGUE 2 – UTILITÉ DE L'INFORMATION REÇUE PAR COURRIEL									
	Total (n=194)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=35)	Entreprises de transformation/fabrication (n=89)	Grossistes/distributeurs (n=45)	Détaillants (n=25)	Micro (n=20)	Petite (n=37)	Moyenne (n=98)	Grande (n=37)
<b>Courriel de l'ACIA</b>									
Très utile (6-7)	64 %	75 %	70 %	70 %	51 %	74 %	56 %	66 %	65 %
Plutôt utile (4-5)	28 %	18 %	24 %	25 %	39 %	15 %	32 %	28 %	35 %
Pas très utile (1-3)	5 %	7 %	4 %	5 %	4 %	4 %	7 %	5 %	-
Ne sait pas	3 %	-	2 %	-	6 %	8 %	5 %	1 %	-

C1D. Dans quelle mesure l'information acheminée dans un courriel vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA par courriel, vague 2 : n=194.

VAGUE 2 – UTILITÉ DE L'INFORMATION REÇUE PAR COURRIEL					
	Région				
	Total (n=194)	Atlantique (n=25)	Québec (n=49)	Ontario (n=47)	Ouest (n=73)
<b>Courriel de l'ACIA</b>					
Très utile (6-7)	64 %	87 %	53 %	71 %	58 %
Plutôt utile (4-5)	28 %	2 %	34 %	24 %	37 %
Pas très utile (1-3)	5 %	10 %	1 %	5 %	5 %
Ne sait pas	3 %	-	11 %	-	1 %

C1D. Dans quelle mesure l'information acheminée dans un courriel vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA par courriel, vague 2 : n=194.

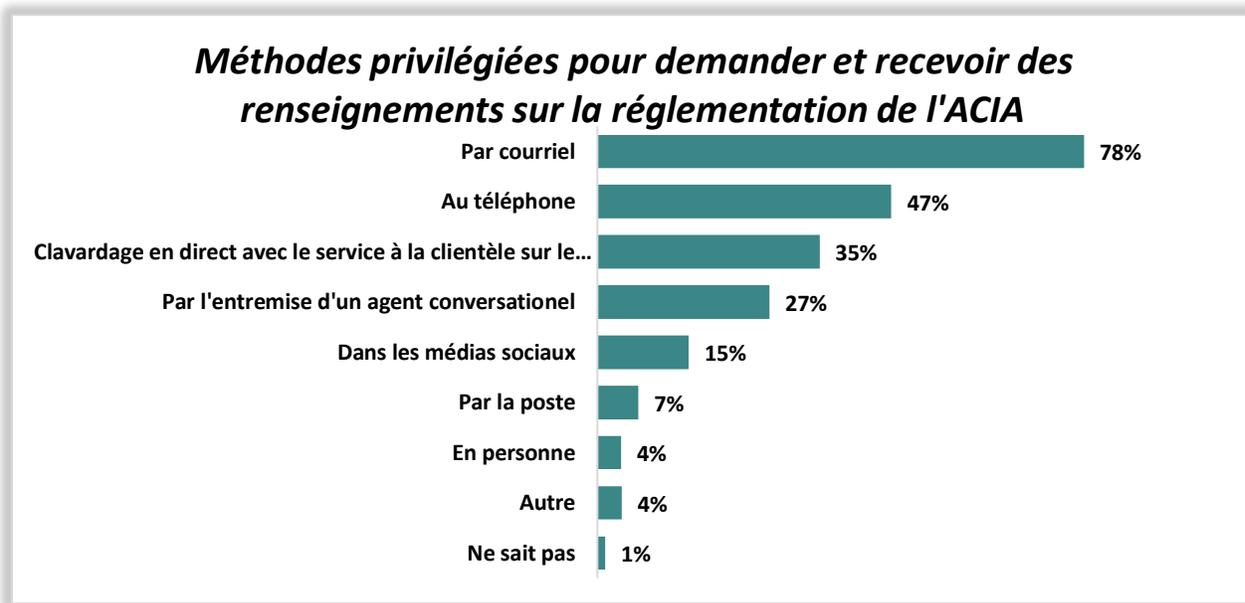
VAGUE 2 – UTILITÉ DE L'INFORMATION REÇUE AU TÉLÉPHONE									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=201)	Entreprises agricoles (n=30)	Entreprises de transformation /fabrication (n=95)	Grossistes/ distributeurs (n=46)	Détaillants (n=30)	Micro (n=30)	Petite (n=33)	Moyenne (n=94)	Grande (n=43)
<b>Soutien téléphonique de l'ACIA</b>									
Très utile (6-7)	74 %	63 %	81 %	68 %	73 %	93 %	62 %	72 %	67 %
Plutôt utile (4-5)	20 %	21 %	12 %	24 %	24 %	1 %	34 %	23 %	23 %
Pas très utile (1-3)	4 %	10 %	7 %	7 %	-	1 %	5 %	4 %	8 %
Ne sait pas	2 %	5 %	-	2 %	3 %	4 %	-	1 %	3 %

C1E. Dans quelle mesure l'information donnée au téléphone vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA au téléphone, vague 2 : n=201

VAGUE 2 – UTILITÉ DE L'INFORMATION REÇUE AU TÉLÉPHONE					
	Région				
	Total (n=201)	Atlantique (n=28)	Québec (n=48)	Ontario (n=54)	Ouest (n=71)
<b>Soutien téléphonique de l'ACIA</b>					
Très utile (6-7)	74 %	90 %	83 %	68 %	71 %
Plutôt utile (4-5)	20 %	4 %	11 %	23 %	26 %
Pas très utile (1-3)	4 %	6 %	2 %	7 %	2 %
Ne sait pas	2 %	-	5 %	1 %	1 %

C1E. Dans quelle mesure l'information donnée au téléphone vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Base : répondants qui ont contacté l'ACIA au téléphone, vague 2 : n=201.

On a demandé aux entreprises de quelle manière elles préféreraient demander et recevoir des renseignements sur la réglementation de la part de l'ACIA. La vaste majorité a choisi le courriel (78 %), suivi du téléphone (47 %) et d'un clavardage en direct avec un représentant du service à la clientèle sur le site Web de l'ACIA (35 %). Un peu plus du quart (27 %) préfèrent l'agent conversationnel ou chatbot (27 %), alors que 15 % privilégient les médias sociaux. Certains ont sélectionné la poste (7 %). Quelques-uns seulement ont opté pour les contacts en personne (4 %).



C1G : Comment préférez-vous demander et recevoir des renseignements réglementaires de l'ACIA? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.

Les entreprises de transformation ou de fabrication sont plus nombreuses à privilégier l'agent conversationnel sur le site de l'ACIA pour obtenir des renseignements sur la réglementation, ou en personne, comparativement aux autres secteurs (même si le courriel semble être la méthode privilégiée par l'ensemble des segments). Comparativement aux autres secteurs, les détaillants sont plus nombreux à choisir la poste. Les moyennes et grandes entreprises préfèrent recevoir l'information par courriel, alors que les microentreprises privilégient la poste ordinaire.

VAGUE 2 – MÉTHODES PRIVILÉGIÉES POUR DEMANDER ET RECEVOIR DES RENSEIGNEMENTS SUR LA RÉGLEMENTATION DE L'ACIA									
	Total (n=700)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
Courriel	78 %	84 %	83 %	78 %	75 %	66 %	75 %	85 %	93 %
Téléphone	47 %	51 %	49 %	52 %	44 %	46 %	46 %	48 %	52 %
Clavardage en direct avec le service à la clientèle sur le site Web de l'ACIA	35 %	38 %	48 %	35 %	32 %	33 %	30 %	38 %	46 %
Agent conversationnel ou chatbot	27 %	27 %	30 %	22 %	28 %	26 %	29 %	26 %	35 %
Médias sociaux	15 %	11 %	10 %	11 %	17 %	18 %	14 %	15 %	7 %
Poste	7 %	7 %	6 %	3 %	8 %	13 %	5 %	4 %	3 %
En personne	4 %	3 %	7 %	1 %	3 %	2 %	6 %	3 %	5 %
Autre	4 %	3 %	2 %	2 %	5 %	5 %	4 %	4 %	3 %
Ne sait pas	1 %			2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	

C1G : Comment préférez-vous demander et recevoir des renseignements réglementaires de l'ACIA? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.

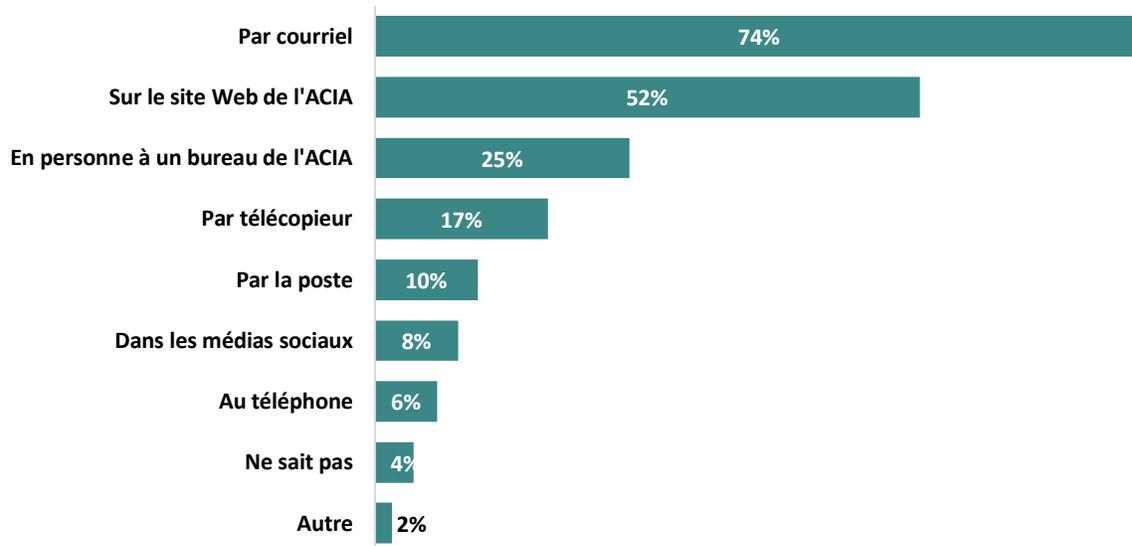
D'un point de vue régional, les entreprises dans les provinces de l'Atlantique sont plus nombreuses à préférer recevoir des renseignements sur la réglementation au téléphone, alors qu'au Québec, on privilégie l'agent conversationnel ou les médias sociaux. Ces derniers sont plus populaires en Ontario que dans d'autres régions.

VAGUE 2 – MÉTHODES PRIVILÉGIÉES POUR DEMANDER ET RECEVOIR DES RENSEIGNEMENTS SUR LA RÉGLEMENTATION DE L'ACIA					
	Total (n=700)	Région			
		Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
Courriel	78 %	84 %	76 %	79 %	76 %
Téléphone	47 %	62 %	50 %	42 %	46 %
Clavardage en direct avec le service à la clientèle sur le site Web de l'ACIA	35 %	31 %	38 %	37 %	33 %
Agent conversationnel ou chatbot	27 %	15 %	36 %	27 %	25 %
Médias sociaux	15 %	5 %	19 %	17 %	12 %
Poste	7 %	4 %	5 %	7 %	8 %
En personne	4 %	1 %	3 %	5 %	3 %
Autre	4 %	2 %	5 %	4 %	4 %
Ne sait pas	1 %	3 %	1 %	<1 %	2 %

C1G : Comment préférez-vous demander et recevoir des renseignements réglementaires de l'ACIA? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.

À la question sur la manière dont elles préfèrent recevoir les services de l'ACIA, 74 % des entreprises ont choisi le courriel, 52 % préfèrent le site Web de l'ACIA, 25 % visiteraient un bureau de l'ACIA pour recevoir le service en personne. Moins d'une entreprise sur cinq préfère utiliser le télécopieur (17 %), la poste (10 %), les médias sociaux (8 %) ou le téléphone (6 %).

### **Méthodes privilégiées pour demander et recevoir les services de l'ACIA**



*C1H : Comment préférez-vous demander et recevoir les services de l'ACIA, par exemple les licences pour les aliments ou les certificats d'exportation? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.*

Les entreprises de transformation ou de fabrication sont les plus susceptibles de choisir le courriel, le site Web de l'ACIA ou de se rendre en personne dans un bureau de l'ACIA pour recevoir des services, alors que les détaillants sont plus nombreux à préférer la poste. Les grandes entreprises privilégient le courriel et le site Web de l'ACIA. Les moyennes entreprises sont plus enclines à choisir le courriel, alors que la poste est plus populaire auprès des microentreprises.

VAGUE 2 – MÉTHODES PRIVILÉGIÉES POUR DEMANDER ET RECEVOIR LES SERVICES DE L'ACIA

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=700)	Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/fabrication (n=227)	Grossistes/distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
Courriel	74 %	79 %	80 %	79 %	71 %	63 %	74 %	79 %	89 %
Site Web de l'ACIA	52 %	47 %	62 %	55 %	50 %	46 %	48 %	56 %	71 %
En personne à un bureau de l'ACIA	25 %	24 %	32 %	21 %	23 %	24 %	22 %	25 %	30 %
Télécopieur	17 %	22 %	16 %	20 %	15 %	16 %	18 %	17 %	13 %
Poste	10 %	3 %	6 %	4 %	13 %	19 %	8 %	7 %	-
Médias sociaux	8 %	9 %	7 %	6 %	9 %	8 %	10 %	7 %	6 %
Téléphone	6 %	6 %	4 %	4 %	7 %	8 %	5 %	7 %	2 %
Autre	2 %	-	2 %	2 %	2 %		3 %	2 %	-
Ne sait pas	4 %	3 %	<1 %	4 %	5 %	5 %	5 %	3 %	3 %

C1H : Comment préférez-vous demander et recevoir les services de l'ACIA, par exemple les licences pour les aliments ou les certificats d'exportation? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.

Les entreprises dans l'Ouest du Canada sont plus nombreuses à choisir la poste pour recevoir les services de l'ACIA, alors qu'en Ontario et au Québec, on privilégie les médias sociaux.

VAGUE 2 – MÉTHODES PRIVILÉGIÉES POUR DEMANDER ET RECEVOIR LES SERVICES DE L'ACIA

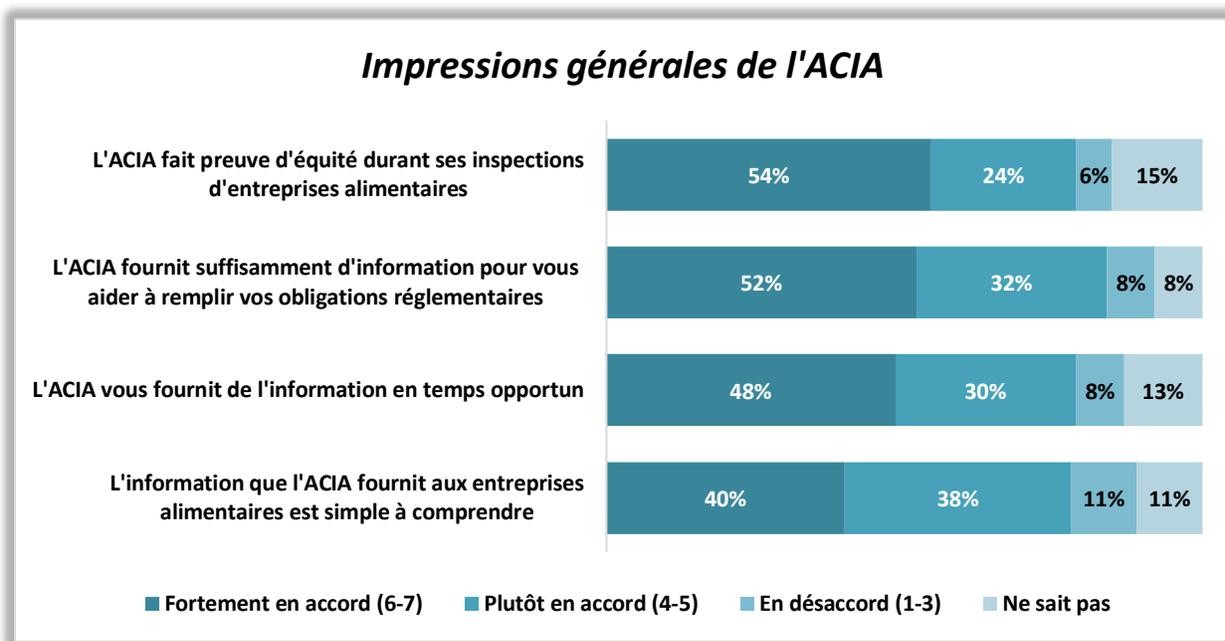
	Région				
	Total (n=700)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
Courriel	74 %	77 %	72 %	78 %	71 %
Site Web de l'ACIA	52 %	39 %	50 %	55 %	54 %
En personne à un bureau de l'ACIA	25 %	25 %	27 %	24 %	23 %
Télécopieur	17 %	24 %	13 %	17 %	17 %
Poste	10 %	10 %	6 %	9 %	13 %
Médias sociaux	8 %	1 %	11 %	10 %	6 %
Téléphone	6 %	11 %	4 %	7 %	5 %
Autre	2 %	-	2 %	3 %	<1 %
Ne sait pas	4 %	7 %	5 %	1 %	5 %

C1H : Comment préférez-vous demander et recevoir les services de l'ACIA, par exemple les licences pour les aliments ou les certificats d'exportation? Base : tous les répondants, vague 2, n=700.

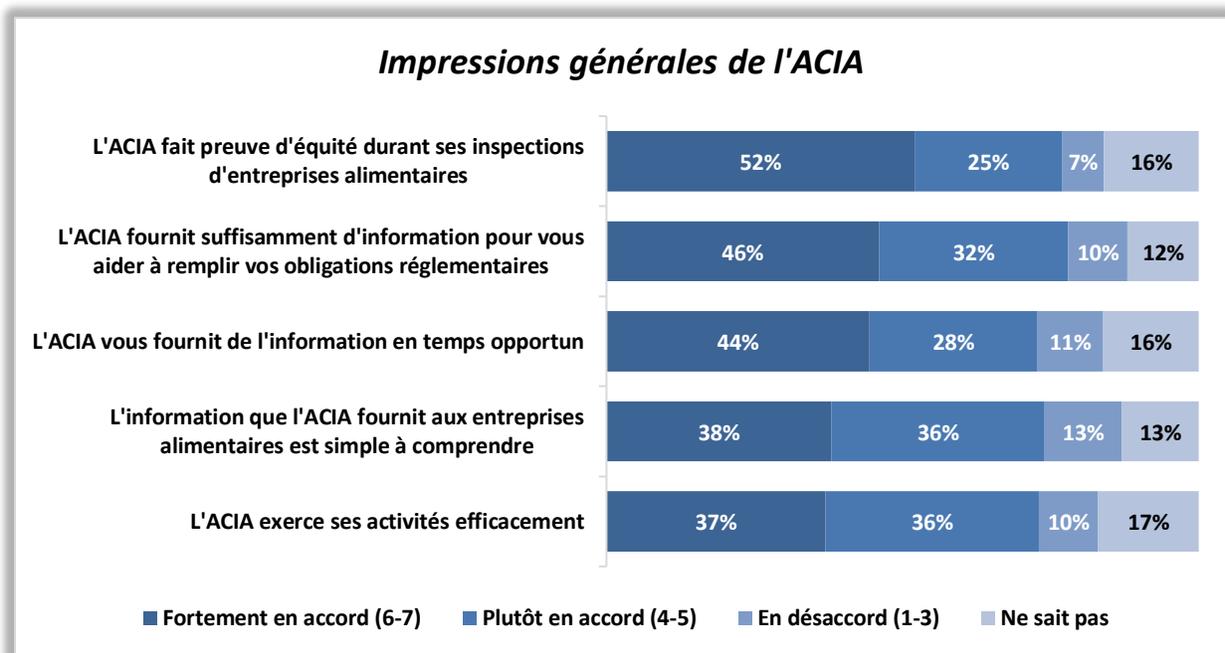
## Impressions générales de l'ACIA

Un peu plus de la moitié des entreprises sont fortement en accord pour dire que l'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections (54 %), qu'elle fournit suffisamment d'information pour les aider à remplir leurs obligations (52 %), et que l'information est fournie en temps opportun (48 %). Le niveau d'accord diminue sensiblement (40 %) à l'égard de l'énoncé selon lequel l'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre. De 8 à 15 % des entreprises ne connaissent pas assez bien l'ACIA pour l'évaluer selon ces critères, et environ une sur dix est en désaccord avec chacun des critères. Les

résultats de la première vague sont similaires à ceux obtenus durant la deuxième vague. Par contre, la première vague comportait un critère supplémentaire.



C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2 n=500.



C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? (La question sur l'efficacité des activités a été posée uniquement durant la vague 1). Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1 n=370.

Les entreprises qui ont fait l'objet d'une inspection de l'ACIA et celles qui ont été en contact avec l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête sont plus susceptibles d'être en accord avec tous les énoncés, comparativement à celles qui n'ont fait l'objet d'aucune inspection ou qui n'ont eu aucun contact avec l'ACIA. Cette constatation s'applique aux deux vagues d'enquêtes.

VAGUE 2 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA					
		A fait l'objet d'une inspection de l'ACIA dans les 12 derniers mois		A eu des contacts avec l'ACIA dans les 12 derniers mois	
	Total (n=500)	Oui (n=219)	Non (n=281)	Oui (n=348)	Non (n=152)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	54 %	73 %	41 %	62 %	40 %
Plutôt en accord (4-5)	24 %	20 %	27 %	22 %	29 %
En désaccord (1-3)	6 %	6 %	6 %	5 %	8 %
Ne sait pas	15 %	1 %	25 %	11 %	23 %
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>					
Fortement en accord (6-7)	40 %	50 %	32 %	45 %	29 %
Plutôt en accord (4-5)	38 %	36 %	40 %	43 %	30 %
En désaccord (1-3)	11 %	12 %	11 %	10 %	14 %
Ne sait pas	11 %	2 %	17 %	2 %	26 %
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	52 %	61 %	45 %	61 %	59 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	32 %	33 %	31 %	20 %
En désaccord (1-3)	8 %	7 %	8 %	6 %	21 %
Ne sait pas	8 %	-	14 %	2 %	-
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>					
Fortement en accord (6-7)	48 %	54 %	43 %	57 %	30 %
Plutôt en accord (4-5)	30 %	34 %	28 %	31 %	29 %
En désaccord (1-3)	8 %	8 %	9 %	7 %	11 %
Ne sait pas	13 %	4 %	20 %	5 %	29 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2 n=500.

VAGUE 1 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA					
	Total (n=370)	A fait l'objet d'une inspection de l'ACIA dans les 12 derniers mois		A eu des contacts avec l'ACIA dans les 12 derniers mois	
		Oui (n=189)	Non (n=181)	Oui (n=281)	Non (n=82)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	52 %	72 %	34 %	63 %	20 %
Plutôt en accord (4-5)	25 %	23 %	27 %	27 %	22 %
En désaccord (1-3)	7 %	4 %	9 %	4 %	14 %
Ne sait pas	16 %	1 %	30 %	6 %	43 %
<b>L'ACIA exerce ses activités efficacement</b>					
Fortement en accord (6-7)	37 %	53 %	23 %	46 %	14 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	35 %	37 %	37 %	33 %
En désaccord (1-3)	10 %	7 %	11 %	7 %	17 %
Ne sait pas	17 %	5 %	28 %	10 %	37 %
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>					
Fortement en accord (6-7)	38 %	49 %	28 %	46 %	15 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	38 %	35 %	38 %	32 %
En désaccord (1-3)	13 %	12 %	14 %	13 %	13 %
Ne sait pas	13 %	1 %	23 %	3 %	40 %
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	46 %	61 %	32 %	55 %	22 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	33 %	32 %	35 %	24 %
En désaccord (1-3)	10 %	5 %	14 %	6 %	19 %
Ne sait pas	12 %	1 %	22 %	3 %	36 %
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>					
Fortement en accord (6-7)	44 %	60 %	30 %	55 %	16 %
Plutôt en accord (4-5)	28 %	27 %	30 %	30 %	23 %
En désaccord (1-3)	11 %	9 %	14 %	9 %	18 %
Ne sait pas	16 %	5 %	27 %	6 %	43 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les impressions de l'ACIA sont relativement identiques parmi les quatre segments verticaux; cependant, les entreprises de transformation ou de fabrication sont plus nombreuses à affirmer que l'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires, ou qu'elle fournit des renseignements en temps opportun. Les grossistes et les distributeurs sont plus susceptibles d'être en désaccord avec ce dernier énoncé. Les grandes entreprises sont les plus enclines à dire que l'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires et que celle-ci fournit des renseignements en temps opportun. Les moyennes, les petites et les microentreprises connaissent moins bien certains aspects de l'ACIA, ce qui se traduit par une incidence plus élevée de réponses « ne sait pas » parmi ces segments. Le degré de familiarité des détaillants à l'égard de l'ACIA était inférieur durant la première vague, comparativement à la deuxième.

VAGUE 2 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>									
Fortement en accord (6-7)	54 %	57 %	65 %	56 %	44 %	51 %	45 %	56 %	72 %
Plutôt en accord (4-5)	24 %	20 %	17 %	26 %	30 %	21 %	33 %	24 %	16 %
En désaccord (1-3)	6 %	5 %	6 %	5 %	7 %	7 %	6 %	7 %	3 %
Ne sait pas	15 %	18 %	12 %	13 %	19 %	21 %	16 %	13 %	9 %
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>									
Fortement en accord (6-7)	40 %	35 %	37 %	43 %	41 %	38 %	38 %	36 %	57 %
Plutôt en accord (4-5)	38 %	36 %	46 %	37 %	35 %	41 %	29 %	43 %	36 %
En désaccord (1-3)	11 %	16 %	10 %	12 %	11 %	7 %	14 %	14 %	7 %
Ne sait pas	11 %	13 %	8 %	8 %	13 %	14 %	20 %	7 %	1 %
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>									
Fortement en accord (6-7)	52 %	55 %	51 %	54 %	50 %	50 %	49 %	50 %	61 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	27 %	34 %	32 %	33 %	33 %	29 %	34 %	33 %
En désaccord (1-3)	8 %	8 %	9 %	6 %	9 %	9 %	9 %	9 %	2 %
Ne sait pas	8 %	10 %	7 %	8 %	9 %	8 %	13 %	6 %	4 %
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>									
Fortement en accord (6-7)	48 %	54 %	48 %	49 %	45 %	43 %	41 %	52 %	54 %
Plutôt en accord (4-5)	30 %	23 %	37 %	24 %	32 %	22 %	33 %	31 %	38 %
En désaccord (1-3)	8 %	8 %	5 %	13 %	7 %	8 %	11 %	9 %	3 %
Ne sait pas	13 %	15 %	9 %	13 %	16 %	26 %	15 %	8 %	6 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2 n=500.

VAGUE 1 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation /fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>									
Fortement en accord (6-7)	52 %	48 %	59 %	59 %	39 %	41 %	44 %	57 %	78 %
Plutôt en accord (4-5)	25 %	25 %	21 %	24 %	30 %	27 %	26 %	25 %	22 %
En désaccord (1-3)	7 %	10 %	8 %	7 %	3 %	9 %	8 %	6 %	-
Ne sait pas	16 %	17 %	12 %	10 %	28 %	23 %	22 %	13 %	-
<b>L'ACIA exerce ses activités efficacement</b>									
Fortement en accord (6-7)	37 %	33 %	38 %	41 %	35 %	29 %	33 %	41 %	49 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	44 %	37 %	36 %	30 %	37 %	33 %	36 %	46 %
En désaccord (1-3)	10 %	14 %	11 %	6 %	8 %	10 %	10 %	10 %	5 %
Ne sait pas	17 %	9 %	14 %	16 %	27 %	23 %	24 %	13 %	-
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>									
Fortement en accord (6-7)	38 %	35 %	34 %	44 %	38 %	34 %	30 %	42 %	49 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	45 %	40 %	37 %	25 %	35 %	38 %	35 %	43 %
En désaccord (1-3)	13 %	7 %	19 %	9 %	13 %	15 %	14 %	13 %	9 %
Ne sait pas	13 %	13 %	6 %	10 %	23 %	16 %	19 %	10 %	-
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>									
Fortement en accord (6-7)	46 %	43 %	48 %	50 %	42 %	39 %	39 %	52 %	54 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	32 %	38 %	30 %	27 %	31 %	33 %	30 %	44 %
En désaccord (1-3)	10 %	15 %	9 %	10 %	7 %	15 %	9 %	9 %	3 %
Ne sait pas	12 %	10 %	5 %	10 %	23 %	14 %	18 %	9 %	-
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>									
Fortement en accord (6-7)	44 %	38 %	45 %	44 %	46 %	31 %	42 %	49 %	52 %
Plutôt en accord (4-5)	28 %	34 %	31 %	27 %	23 %	31 %	22 %	30 %	35 %
En désaccord (1-3)	11 %	15 %	13 %	14 %	5 %	14 %	11 %	11 %	10 %
Ne sait pas	16 %	13 %	11 %	15 %	26 %	24 %	24 %	10 %	3 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Sur le plan régional, les impressions sont généralement plus favorables dans les provinces de l'Atlantique, sauf pour l'énoncé selon lequel l'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre. Ces résultats sont similaires à ceux de la première vague, où c'est également dans les provinces de l'Atlantique qu'on retrouve les impressions les plus favorables.

VAGUE 2 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA					
	Région				
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	54 %	79 %	51 %	55 %	50 %
Plutôt en accord (4-5)	24 %	12 %	24 %	26 %	25 %
En désaccord (1-3)	6 %	-	8 %	5 %	8 %
Ne sait pas	15 %	9 %	18 %	14 %	17 %
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>					
Fortement en accord (6-7)	40 %	29 %	36 %	45 %	37 %
Plutôt en accord (4-5)	38 %	43 %	34 %	37 %	42 %
En désaccord (1-3)	11 %	15 %	13 %	11 %	11 %
Ne sait pas	11 %	13 %	17 %	8 %	10 %
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	52 %	71 %	44 %	54 %	50 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	17 %	34 %	34 %	33 %
En désaccord (1-3)	8 %	4 %	10 %	6 %	10 %
Ne sait pas	8 %	8 %	13 %	7 %	7 %
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>					
Fortement en accord (6-7)	48 %	55 %	44 %	50 %	45 %
Plutôt en accord (4-5)	30 %	21 %	32 %	31 %	31 %
En désaccord (1-3)	8 %	8 %	10 %	8 %	7 %
Ne sait pas	13 %	15 %	14 %	11 %	17 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2 n=500.

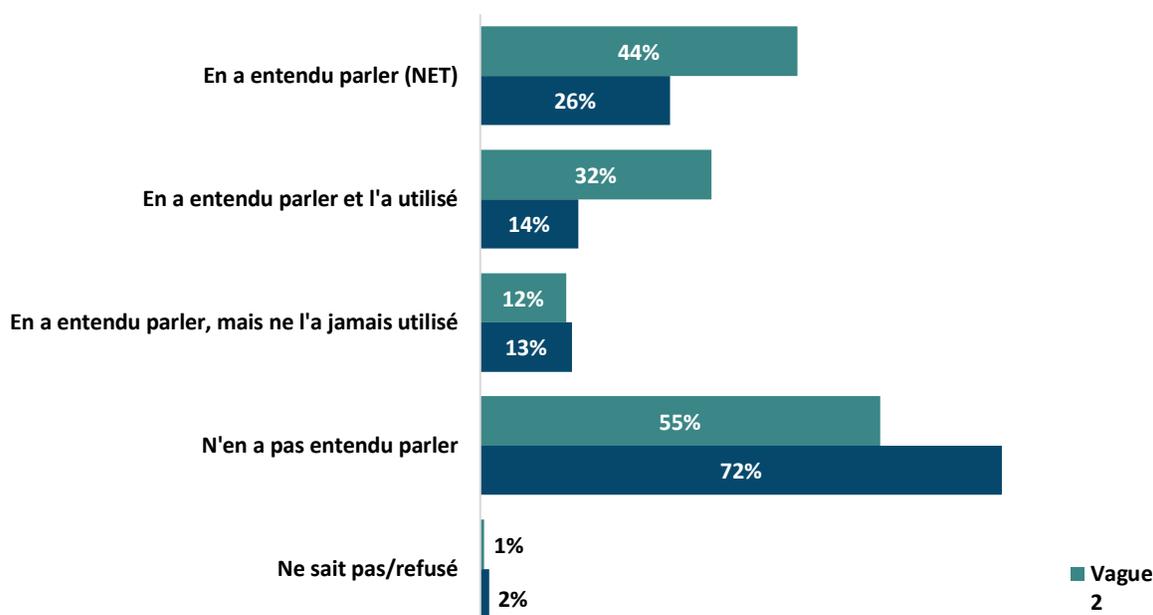
VAGUE 1 – IMPRESSIONS GÉNÉRALES DE L'ACIA					
	Région				
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	52 %	72 %	30 %	61 %	49 %
Plutôt en accord (4-5)	25 %	22 %	37 %	20 %	26 %
En désaccord (1-3)	7 %	1 %	12 %	5 %	7 %
Ne sait pas	16 %	4 %	21 %	14 %	19 %
<b>L'ACIA exerce ses activités efficacement</b>					
Fortement en accord (6-7)	37 %	58 %	33 %	36 %	37 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	31 %	39 %	38 %	33 %
En désaccord (1-3)	10 %	2 %	13 %	7 %	13 %
Ne sait pas	17 %	9 %	15 %	19 %	18 %
<b>L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre</b>					
Fortement en accord (6-7)	38 %	47 %	27 %	41 %	37 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	40 %	37 %	38 %	33 %
En désaccord (1-3)	13 %	11 %	20 %	8 %	16 %
Ne sait pas	13 %	2 %	15 %	12 %	14 %
<b>L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires</b>					
Fortement en accord (6-7)	46 %	77 %	36 %	45 %	47 %
Plutôt en accord (4-5)	32 %	15 %	35 %	37 %	28 %
En désaccord (1-3)	10 %	7 %	15 %	6 %	12 %
Ne sait pas	12 %	2 %	14 %	11 %	13 %
<b>L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun</b>					
Fortement en accord (6-7)	44 %	57 %	33 %	44 %	46 %
Plutôt en accord (4-5)	28 %	25 %	35 %	30 %	24 %
En désaccord (1-3)	11 %	11 %	11 %	9 %	14 %
Ne sait pas	16 %	7 %	21 %	17 %	15 %

C2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

## Mon ACIA

L'enquête avait également pour but d'évaluer le niveau de connaissance à l'égard de la nouvelle plateforme numérique de prestation des services Mon ACIA et les probabilités d'utilisation. Durant la plus récente vague d'enquêtes, près de la moitié des entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail (44 %) ont affirmé connaître le portail Mon ACIA et 32 % l'ont utilisé. Les détaillants, de même que les petites ou microentreprises sont les moins susceptibles d'avoir entendu parler du portail. Sur le plan régional, le degré de connaissance est le moins élevé au Québec (32 %), comparativement aux autres régions où il varie de 42 % dans l'Ouest du Canada à 60 % dans les provinces de l'Atlantique. La connaissance et l'utilisation étaient considérablement plus élevées durant la deuxième vague. Le degré de connaissance est passé de 26 à 44 %, alors que l'utilisation a plus que doublé, de 14 à 32 %.

## Utilisation de Mon ACIA



F1 : Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.

VAGUE 2 – UTILISATION DE MON ACIA									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/fabrication (n=198)	Grossistes/distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Oui (NET)</b>	44 %	43 %	68 %	54 %	20 %	28 %	34 %	52 %	62 %
Oui, je l'ai utilisé	32 %	33 %	50 %	40 %	13 %	15 %	26 %	38 %	51 %
Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé	12 %	9 %	17 %	14 %	7 %	13 %	9 %	14 %	11 %
<b>Non</b>	55 %	56 %	32 %	45 %	80 %	70 %	66 %	47 %	38 %
<b>Ne sait pas/incertain</b>	1 %	2 %	<1 %	1 %	-	2 %	-	1 %	-

F1 : Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 2 – UTILISATION DE MON ACIA					
		Région			
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Oui (NET)</b>	44 %	60 %	32 %	49 %	42 %
Oui, je l'ai utilisé	32 %	40 %	20 %	37 %	31 %
Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé	12 %	20 %	12 %	12 %	11 %
<b>Non</b>	55 %	40 %	68 %	50 %	58 %
<b>Ne sait pas/ incertain</b>	1 %	-	<1 %	1 %	-

F1 : Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – UTILISATION DE MON ACIA									
		Segment vertical				Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Oui (NET)</b>	26 %	21 %	49 %	24 %	4 %	12 %	19 %	32 %	56 %
Oui, je l'ai utilisé	14 %	10 %	26 %	14 %	-	4 %	7 %	19 %	32 %
Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé	13 %	10 %	23 %	10 %	4 %	8 %	12 %	13 %	24 %
<b>Non</b>	72 %	78 %	51 %	72 %	96 %	87 %	80 %	66 %	44 %
<b>Ne sait pas/ incertain</b>	1 %	1 %	-	4 %	-	1 %	1 %	1 %	-

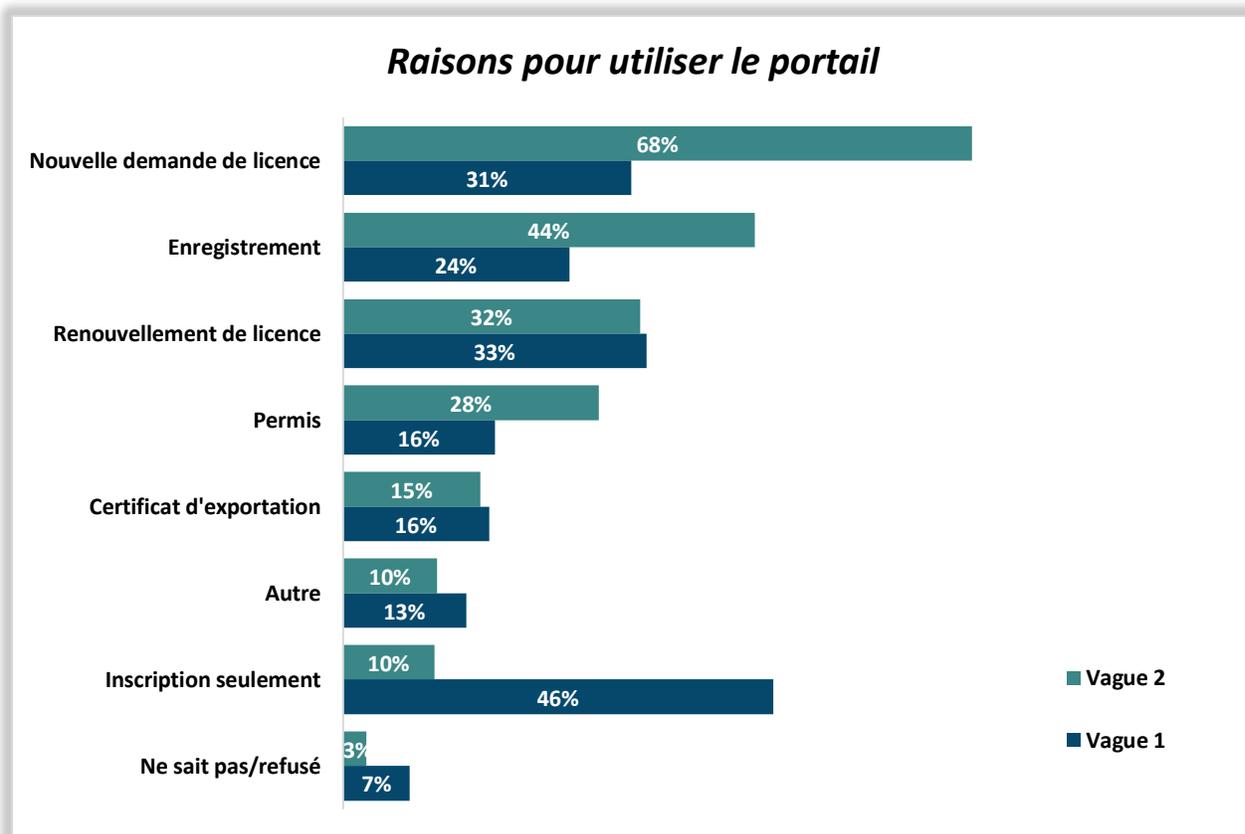
F1 : Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – UTILISATION DE MON ACIA					
		Région			
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Oui (NET)</b>	26 %	39 %	15 %	26 %	30 %
Oui, je l'ai utilisé	14 %	19 %	8 %	13 %	16 %
Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé	13 %	20 %	7 %	13 %	14 %
<b>Non</b>	72 %	61 %	85 %	72 %	69 %
<b>Ne sait pas/ incertain</b>	1 %	-	-	2 %	1 %

F1 : Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Parmi les 32 % qui ont utilisé Mon ACIA, 68 % l'ont fait pour présenter une nouvelle demande de licence, 44 % pour s'enregistrer, 32 % pour renouveler une licence, 28 % pour demander un permis, 15 % pour

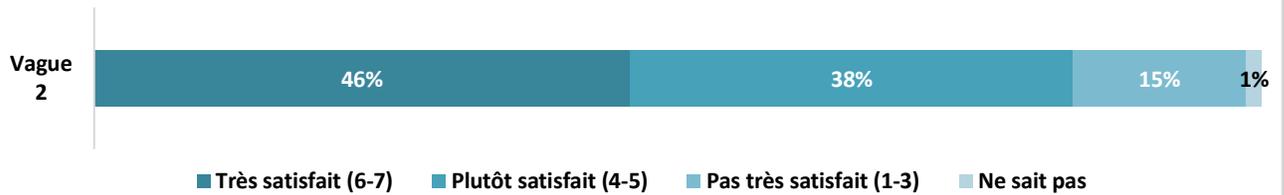
obtenir un certificat d'exportation et 10 % pour une inscription seulement. La fréquence des activités sur le portail est semblable à celle observée durant la première vague. Toutefois, l'utilisation durant la première vague était plus faible et relativement nouvelle pour de nombreuses entreprises, alors que 46 % s'étaient uniquement inscrites. Il convient également de noter que les résultats de la première vague sont basés sur un échantillon de 65 répondants. La taille des sous-groupes étant également réduite, les écarts statistiques n'ont pas été mis en surbrillance pour cette question, afin de ne pas suggérer ou indiquer une importance qui n'existe pas.



*F1A : Avez-vous déjà utilisé le portail pour... Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail qui ont utilisé Mon ACIA, vague 2, n=183, vague 1, n=65.*

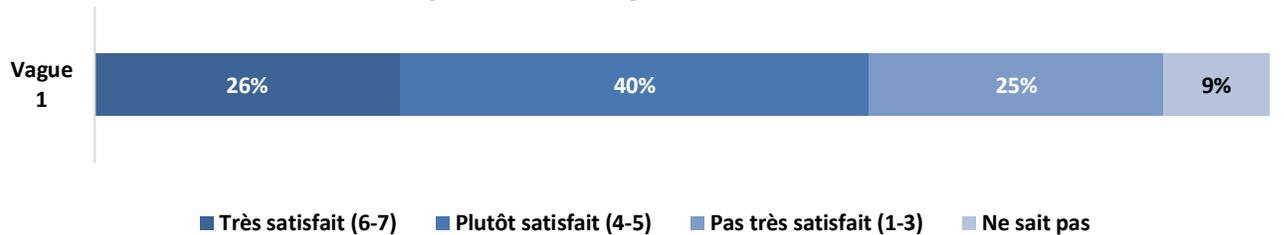
Dans l'ensemble, les réactions envers le portail sont favorables. Près de la moitié des utilisateurs (46 %) ont donné une note de satisfaction de 6 ou 7 (sur une échelle de 7 points), alors que 38 % ont donné une note de 4 ou 5. Durant la première vague, le niveau de satisfaction était beaucoup plus faible; cela peut s'expliquer par un nombre plus élevé de répondants qui s'étaient uniquement inscrits et qui n'avaient pas eu l'occasion d'utiliser les services qui sont maintenant offerts.

### Satisfaction à l'égard de Mon ACIA



F2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait », veuillez indiquer votre niveau de satisfaction général par rapport au service « Mon ACIA ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont utilisé Mon ACIA, vague 2, n=183.

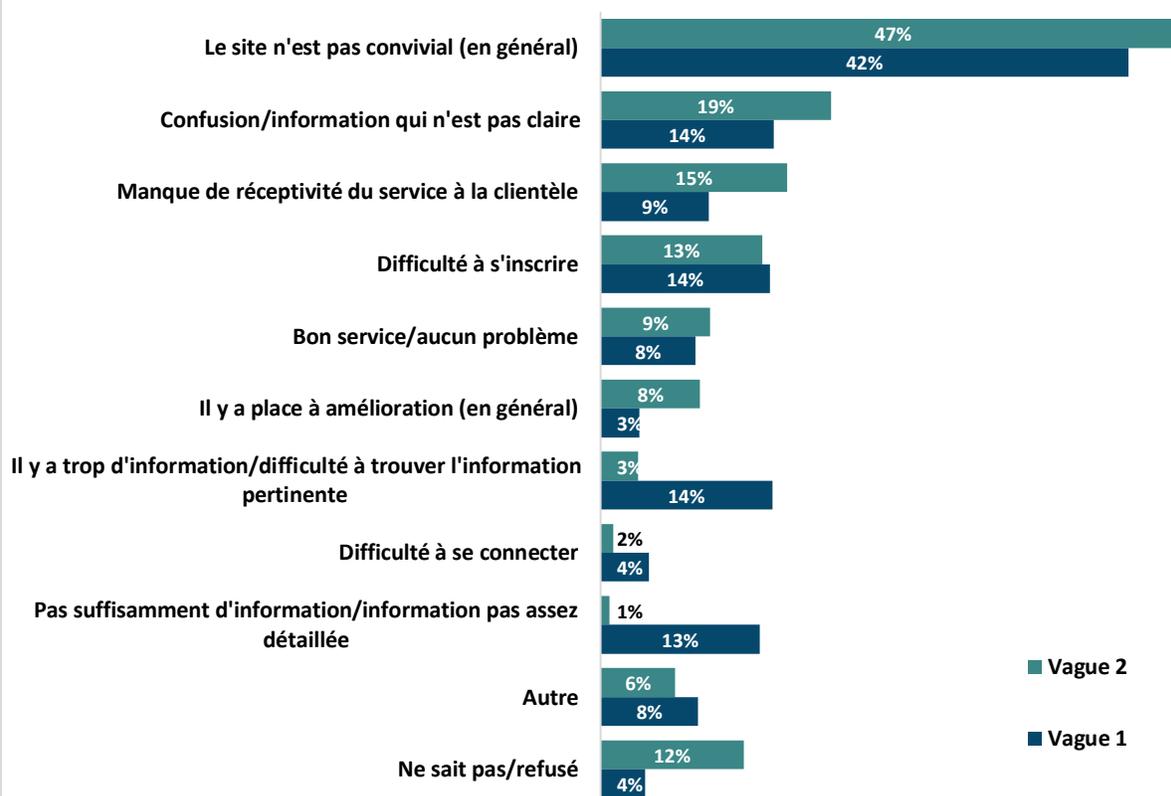
### Satisfaction à l'égard de Mon ACIA



F2 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait », veuillez indiquer votre niveau de satisfaction général par rapport au service « Mon ACIA ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont utilisé Mon ACIA, vague 1, n=65.

Pour expliquer leur faible niveau de satisfaction à l'égard de Mon ACIA (102 entreprises ont donné une note de 1 à 5 durant la deuxième vague, comparativement à 40 durant la première vague), les répondants ont invoqué le manque de convivialité du portail. Les autres raisons sont résumées dans le tableau ci-dessous. Il convient de noter que ces résultats sont basés sur un petit échantillon de répondants et qu'ils doivent être considérés comme directionnels.

## Justifications du faible taux de satisfaction à l'égard de Mon ACIA (note de 1 à 5)



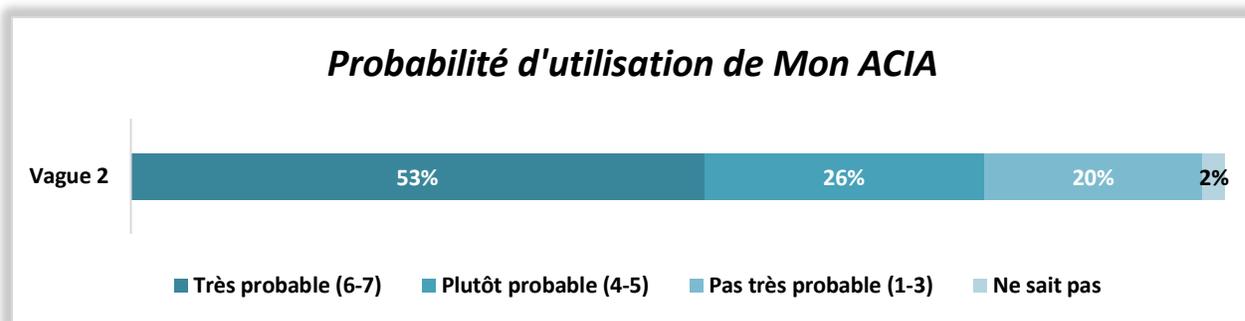
F2A. Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail qui ont utilisé Mon ACIA et qui lui ont donné une note de 1 à 5, vague 2 : n=102, vague 1, n=40.

L'étude visait à évaluer la probabilité d'utilisation de Mon ACIA dans les années à venir. Pour s'assurer que tous les répondants aient un minimum d'information sur le portail, la description suivante a été présentée aux entreprises qui n'avaient pas entendu parler de Mon ACIA :

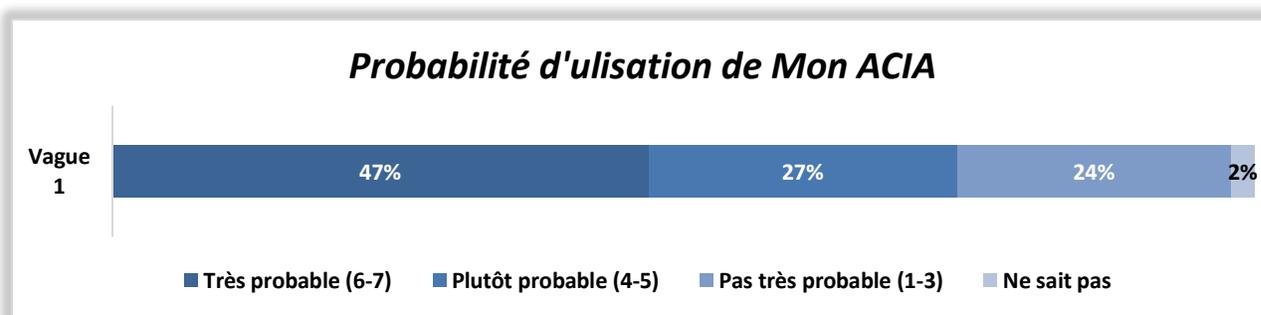
*Mon ACIA est un portail Web qui offre aux clients un accès sécurisé à un nombre croissant de services en ligne. C'est un moyen sûr et pratique pour faire affaire avec l'ACIA. Mon ACIA peut être utilisé pour gérer et faire le suivi des demandes de services en ligne, y compris les permissions comme les licences, les permis, les enregistrements et les certificats d'exportation. Vous pouvez y accéder à [inspection.gc.ca/monacia](http://inspection.gc.ca/monacia) (en anglais : [inspection.gc.ca/mycfia](http://inspection.gc.ca/mycfia)).*

En se basant sur cette description, un peu plus de la moitié (53 %) de toutes les entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail ont affirmé qu'il était très probable qu'elles utilisent Mon ACIA à l'avenir, et un autre 26 % ont répondu que c'était plutôt probable. L'intérêt est à son plus bas parmi les entreprises de transformation et de fabrication, les grossistes et les distributeurs, ainsi que les

entreprises agricoles, et tout particulièrement les détaillants, les micro et petites entreprises. Ces résultats sont similaires à ceux observés durant la première vague.



F3. Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.



F3. Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 2 – PROBABILITÉ D'UTILISATION DE MON ACIA									
	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/fabrication (n=198)	Grossistes/distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Très probable (6-7)</b>	53 %	55 %	67 %	62 %	35 %	36 %	42 %	61 %	73 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	26 %	17 %	18 %	23 %	36 %	34 %	33 %	21 %	13 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	20 %	26 %	14 %	14 %	26 %	30 %	22 %	16 %	11 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	<1 %	2 %	2 %	3 %

F3. Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 2 – PROBABILITÉ D'UTILISATION DE MON ACIA					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Très probable (6-7)</b>	53 %	55 %	47 %	56 %	51 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	26 %	26 %	27 %	27 %	23 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	20 %	10 %	25 %	17 %	23 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	9 %	1 %	0 %	2 %

F3 : Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – PROBABILITÉ D'UTILISATION DE MON ACIA									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Très probable (6-7)</b>	47 %	44 %	55 %	50 %	37 %	42 %	39 %	52 %	67 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	27 %	28 %	23 %	29 %	29 %	25 %	29 %	27 %	20 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	24 %	28 %	18 %	19 %	33 %	33 %	29 %	18 %	13 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	-	4 %	1 %	1 %	-	3 %	3 %	-

F3 : Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – PROBABILITÉ D'UTILISATION DE MON ACIA					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Très probable (6-7)</b>	47 %	55 %	42 %	49 %	46 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	27 %	32 %	29 %	25 %	28 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	24 %	13 %	28 %	24 %	24 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	-	1 %	2 %	2 %

F3 : Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l'avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Une analyse approfondie des résultats de probabilité d'utilisation du portail a été effectuée pour déterminer si les entreprises se sont inscrites ou non et, parmi celles inscrites, pour déterminer si elles avaient ou non utilisé le portail.

Les résultats démontrent que ce sont les entreprises qui se sont inscrites et qui ont déjà utilisé le portail qui sont les plus susceptibles de l'utiliser à l'avenir. Les intentions sont aussi fermes parmi les entreprises qui se sont inscrites, mais qui n'ont pas encore utilisé; 63 % d'entre elles ont affirmé qu'il est très probable qu'elles l'utilisent à nouveau. Cette analyse suggère également que le portail semble intéresser les entreprises qui ne se sont pas encore inscrites ou qui n'avaient jamais entendu parler du portail. De ce nombre, 67 % ont indiqué qu'il est très probable ou plutôt probable qu'elles utilisent le portail à l'avenir. Ces résultats sont similaires à ceux observés durant la première vague.

VAGUE 2 – PROBABILITÉ D’UTILISATION DE MON ACIA				
	Total (n=500)	Inscrit et l’a utilisé (n=183)	Inscrit, mais ne l’a jamais utilisé (n=69)	Ne le connaissait pas, non inscrit (n=245)
<b>Très probable (6-7)</b>	53 %	77 %	63 %	36 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	26 %	15 %	29 %	31 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	20 %	8 %	7 %	30 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	1 %	2 %	3 %

F3 : Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l’avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n’œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – PROBABILITÉ D’UTILISATION DE MON ACIA				
	Total (n=370)	Inscrit et l’a utilisé (n=65)	Inscrit, mais ne l’a jamais utilisé (n=55)	Ne le connaissait pas, non inscrit (n=246)
<b>Très probable (6-7)</b>	47 %	75 %	59 %	40 %
<b>Plutôt probable (4-5)</b>	27 %	8 %	17 %	32 %
<b>Pas très probable (1-3)</b>	24 %	14 %	20 %	26 %
<b>Ne sait pas</b>	2 %	3 %	4 %	1 %

F3 : Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l’avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ». Base : entreprises qui n’œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les répondants étaient invités à justifier leur note de probabilité d’utilisation du portail. Les résultats présentés ci-dessous ont été segmentés selon les intentions futures. Les entreprises les plus susceptibles d’utiliser le portail ont vanté sa convivialité et son aspect pratique, ainsi que l’importance et l’utilité des renseignements qu’il contient. Bon nombre d’entre elles ont compris que son utilisation est obligatoire pour les demandes d’enregistrements ou de licences. Celles qui ont affirmé qu’il était plutôt probable qu’elles utilisent le portail à l’avenir le feront par simple curiosité ou parce qu’elles l’ont déjà utilisé. Un nombre important n’en ressent pas le besoin. Finalement, les entreprises les moins susceptibles d’utiliser le portail ont invoqué le besoin inexistant. Les résultats sont similaires pour les deux vagues.

VAGUE 2 – RAISONS QUI EXPLIQUENT LES NOTES DE PROBABILITÉ					
ENTREPRISES TRÈS SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 6 OU 7)		ENTREPRISES PLUTÔT SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 4 OU 5)		ENTREPRISES PAS TRÈS SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 1 À 3)	
	<b>n=284</b>		<b>n=108</b>		<b>n=99</b>
Le site est convivial/pratique	43 %	Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	26 %	Aucun besoin (en général)	57 %
Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	25 %	Aucun besoin (en général)	18 %	Aucun besoin – Je n'ai pas de contact avec l'ACIA	16 %
Le site fournit des renseignements importants/utiles	25 %	Le site fournit des renseignements importants/utiles	14 %	Le site n'est pas convivial	10 %
Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	15 %	Le site est convivial/pratique	13 %	Je n'utilise pas l'Internet	7 %
Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général)	14 %	Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	10 %	Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	4 %
Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	5 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	7 %	Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	3 %
Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	3 %	Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général))	5 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	3 %
Le site n'est pas convivial	2 %	Le site n'est pas convivial	3 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	2 %
Je n'utilise pas l'Internet	1 %	Aucun besoin – Je n'ai pas de contact avec l'ACIA	3 %	Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général)	1 %
Aucun besoin (en général)	1 %	Je n'utilise pas l'Internet	<1 %	Le site est convivial/pratique	1 %
Aucun besoin – Je n'ai pas de contact avec l'ACIA	-	Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	<1 %	Le site fournit des renseignements importants/utiles	1 %
Autre	3 %	Autre	7 %	Autre	2 %
Ne sait pas/refusé	4 %	Ne sait pas/refusé	22 %	Ne sait pas/refusé	5 %

F4 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont donné une note valide de « probabilité d'utilisation », vague 2, n=491.

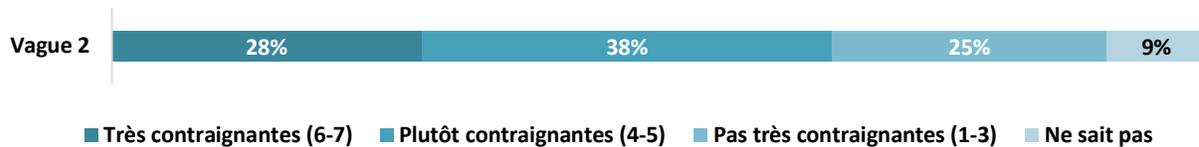
VAGUE 1 – RAISONS QUI EXPLIQUENT LES NOTES DE PROBABILITÉ					
ENTREPRISES TRÈS SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 6 OU 7)		ENTREPRISES PLUTÔT SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 4 OU 5)		ENTREPRISES PAS TRÈS SUSCEPTIBLES D'UTILISER LE PORTAIL À L'AVENIR (NOTE DE 1 À 3)	
	<b>n=184</b>		<b>n=97</b>		<b>n=81</b>
Le site fournit des renseignements importants/utiles	26 %	Aucun besoin (en général)	25 %	Aucun besoin (en général)	56 %
Le site est convivial/pratique	25 %	Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	15 %	Aucun besoin – Je n'ai pas de contact avec l'ACIA	7 %
Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	23 %	Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général)	11 %	Je n'utilise pas l'Internet	6 %
Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	23 %	Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	10 %	Le site n'est pas convivial	5 %
Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	12 %	Le site fournit des renseignements importants/utiles	9 %	Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	5 %
Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général)	9 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	8 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour accéder aux renseignements/règlements	4 %
Aucun besoin (en général)	3 %	Le site n'est pas convivial	7 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	4 %
Je ne connais pas le site/je ne l'ai jamais utilisé	3 %	Obligatoire – je dois l'utiliser pour les demandes d'enregistrement/de licences	7 %	Le site fournit des renseignements importants/utiles	4 %
Le site n'est pas convivial	1 %	Je n'utilise pas l'Internet	5 %	Je l'utiliserai/continuerai de l'utiliser (en général)	2 %
Je n'utilise pas l'Internet	1 %	Aucun besoin – Je n'ai pas de contact avec l'ACIA	4 %	Je suis curieux/j'aimerais l'utiliser	1 %
Autre	6 %	Le site est convivial/pratique	2 %	Le site est convivial/pratique	1 %
Ne sait pas/refusé	1 %	Autre	4 %	Autre	6 %

F4 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont donné une note valide de « probabilité d'utilisation », vague 1, n=362.

## Fardeau de conformité

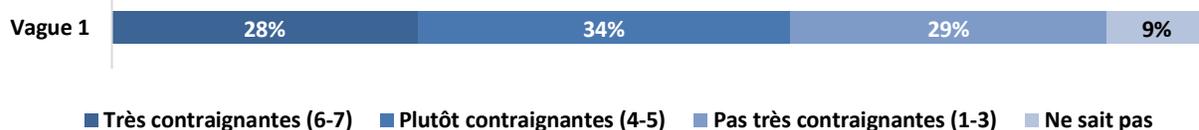
La plus récente vague d'enquêtes révèle qu'un peu plus du quart (28 %) des entreprises estiment que les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire sont très contraignantes, alors qu'un quart (25 %) affirment le contraire. Pour 38 % des entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, ces formalités sont plutôt contraignantes. Ces résultats sont similaires à ceux de la première vague.

## Fardeau des formalités administratives associées à la réglementation alimentaire



G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

## Fardeau des formalités administratives associées à la réglementation alimentaire



G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Pour la deuxième vague, les résultats obtenus parmi tous les sous-groupes sont relativement les mêmes.

Les résultats du segment des détaillants de la première vague se démarquent par le nombre élevé d'entreprises (45 %) qui estiment que les formalités administratives ne sont pas très contraignantes, alors que seulement 15 % les considèrent comme très contraignantes. Les petites et moyennes entreprises sont les plus susceptibles de considérer les formalités administratives comme étant très contraignantes. Il convient cependant de noter que 19 % des microentreprises n'ont su quoi répondre. D'un point de vue régional, les entreprises de l'Ontario sont plus nombreuses (36 %) à qualifier les formalités administratives de très contraignantes.

VAGUE 2 – FARDEAU DES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES ASSOCIÉES À LA RÉGLEMENTATION ALIMENTAIRE									
	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>Très contraignantes (6-7)</b>	28 %	35 %	32 %	27 %	25 %	26 %	23 %	35 %	23 %
<b>Plutôt contraignantes (4-5)</b>	38 %	39 %	38 %	39 %	35 %	41 %	38 %	35 %	39 %
<b>Pas très contraignantes (1-3)</b>	25 %	23 %	22 %	24 %	28 %	24 %	20 %	25 %	35 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	3 %	8 %	10 %	11 %	9 %	19 %	5 %	4 %

G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 2 – FARDEAU DES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES ASSOCIÉES À LA RÉGLEMENTATION ALIMENTAIRE					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Très contraignantes (6-7)</b>	28 %	22 %	24 %	28 %	33 %
<b>Plutôt contraignantes (4-5)</b>	38 %	30 %	46 %	41 %	28 %
<b>Pas très contraignantes (1-3)</b>	25 %	33 %	22 %	24 %	27 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	15 %	8 %	6 %	13 %

G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

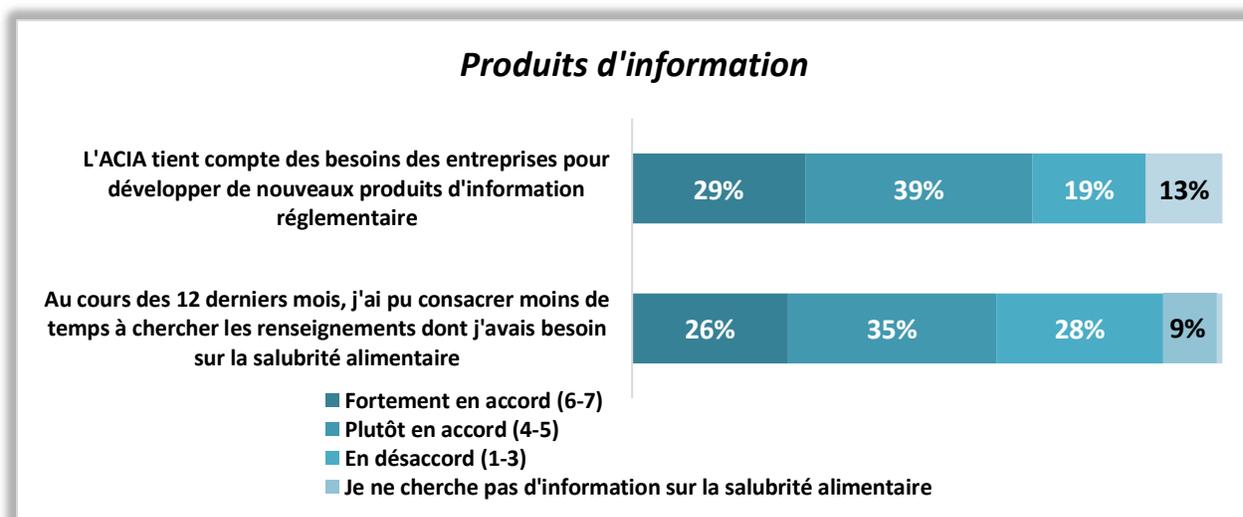
VAGUE 1 – FARDEAU DES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES ASSOCIÉES À LA RÉGLEMENTATION ALIMENTAIRE									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Très contraignantes (6-7)</b>	28 %	32 %	32 %	34 %	15 %	15 %	32 %	33 %	21 %
<b>Plutôt contraignantes (4-5)</b>	34 %	31 %	42 %	35 %	26 %	32 %	31 %	35 %	47 %
<b>Pas très contraignantes (1-3)</b>	29 %	29 %	23 %	19 %	45 %	34 %	26 %	27 %	31 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	8 %	3 %	12 %	13 %	19 %	11 %	4 %	-

G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 1 – FARDEAU DES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES ASSOCIÉES À LA RÉGLEMENTATION ALIMENTAIRE					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Très contraignantes (6-7)</b>	28 %	20 %	16 %	36 %	26 %
<b>Plutôt contraignantes (4-5)</b>	34 %	51 %	34 %	31 %	35 %
<b>Pas très contraignantes (1-3)</b>	29 %	27 %	36 %	25 %	31 %
<b>Ne sait pas</b>	9 %	2 %	14 %	8 %	8 %

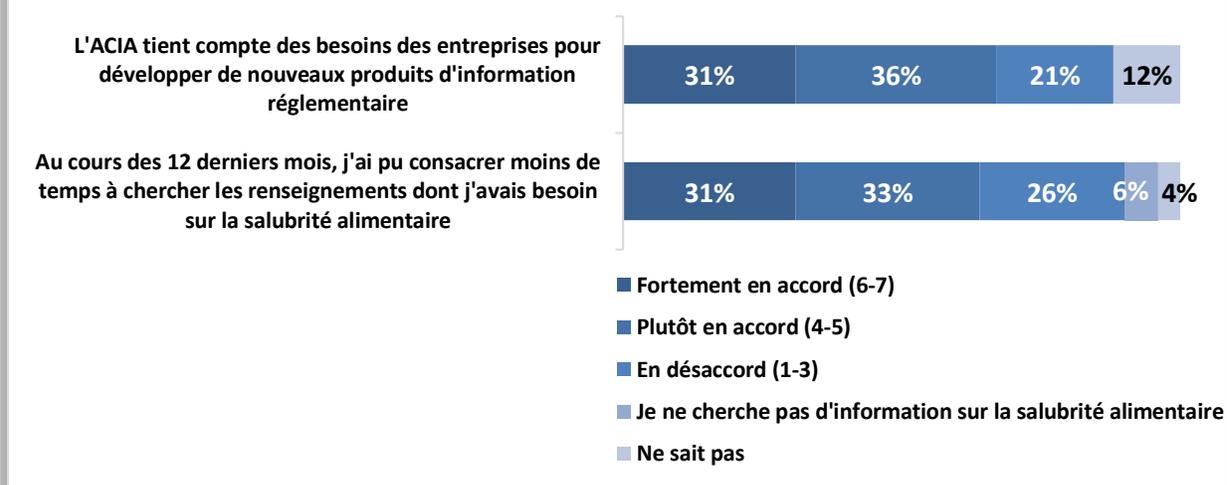
G1 : Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Environ une entreprise sur trois (29 %) qui n'œuvre pas exclusivement dans le commerce de détail s'est dit fortement en accord avec l'énoncé selon lequel l'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information réglementaire. Un pourcentage similaire (26 %) est fortement en accord pour dire que dans les 12 mois précédant l'enquête, elles ont consacré moins de temps à chercher les renseignements dont elles avaient besoin sur la salubrité alimentaire. Dans les deux cas, les résultats sont sensiblement les mêmes pour tous les segments verticaux. On remarque une tendance plus marquée selon la taille de l'entreprise, alors que les résultats révèlent qu'un pourcentage relativement plus élevé (48 %) de grandes entreprises sont fortement en accord pour dire que dans les 12 mois précédant l'enquête, elles ont consacré moins de temps à chercher les renseignements dont elles avaient besoin sur la salubrité alimentaire. Les moyennes entreprises sont plus susceptibles d'être plutôt en accord avec cet énoncé. Pour les deux énoncés, les petites entreprises sont plus nombreuses que les grandes entreprises à dire qu'elles ne cherchent pas de renseignements sur la salubrité alimentaire. Ces résultats sont similaires à ceux obtenus durant la première vague.



G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

## Produits d'information



G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

VAGUE 2 – PRODUITS D'INFORMATION

	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
<b>L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information réglementaire</b>									
Fortement en accord (6-7)	29 %	24 %	28 %	35 %	29 %	21 %	34 %	29 %	37 %
Plutôt en accord (4-5)	39 %	43 %	44 %	35 %	36 %	43 %	30 %	39 %	46 %
En désaccord (1-3)	19 %	17 %	17 %	22 %	20 %	19 %	22 %	22 %	9 %
Ne sait pas	13 %	17 %	11 %	8 %	16 %	18 %	14 %	10 %	8 %
<b>Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire</b>									
Fortement en accord (6-7)	26 %	21 %	29 %	26 %	27 %	20 %	22 %	33 %	26 %
Plutôt en accord (4-5)	35 %	32 %	38 %	33 %	36 %	41 %	35 %	32 %	36 %
En désaccord (1-3)	28 %	36 %	27 %	26 %	28 %	27 %	26 %	28 %	34 %
Ne sait pas	9 %	6 %	5 %	14 %	10 %	11 %	15 %	6 %	4 %
Fortement en accord (6-7)	1 %	4 %	2 %	2 %	-	2 %	2 %	1 %	1 %

G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – PRODUITS D'INFORMATION									
	Segment vertical					Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
<b>Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire</b>									
Fortement en accord (6-7)	31 %	36 %	32 %	25 %	32 %	31 %	27 %	30 %	48 %
Plutôt en accord (4-5)	33 %	27 %	38 %	39 %	23 %	31 %	30 %	37 %	20 %
En désaccord (1-3)	26 %	28 %	24 %	21 %	35 %	18 %	32 %	27 %	26 %
Je ne cherche pas d'information sur la salubrité alimentaire	6 %	7 %	3 %	8 %	8 %	16 %	8 %	2 %	-
<b>Ne sait pas</b>	4 %	2 %	3 %	7 %	3 %	4 %	3 %	4 %	6 %
<b>L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information réglementaire</b>									
Fortement en accord (6-7)	31 %	31 %	31 %	32 %	30 %	29 %	28 %	33 %	38 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	36 %	39 %	39 %	30 %	29 %	30 %	42 %	42 %
En désaccord (1-3)	21 %	25 %	19 %	19 %	22 %	23 %	24 %	19 %	18 %
<b>Ne sait pas</b>	12 %	7 %	10 %	10 %	18 %	19 %	18 %	6 %	3 %

G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Sur le plan régional, les résultats pour ces deux énoncés sont constants. Dans l'Ouest du Canada, les entreprises sont plus susceptibles d'être en désaccord pour dire qu'elles ont pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont elles avaient besoin sur la salubrité alimentaire dans les 12 mois précédant l'enquête. Durant la première vague, les entreprises du Québec étaient moins nombreuses à être fortement en accord avec ces deux énoncés.

VAGUE 2 – PRODUITS D'INFORMATION					
		Région			
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information réglementaire</b>					
Fortement en accord (6-7)	29 %	41 %	28 %	27 %	32 %
Plutôt en accord (4-5)	39 %	33 %	40 %	43 %	34 %
En désaccord (1-3)	19 %	18 %	17 %	19 %	21 %
Ne sait pas	13 %	8 %	15 %	12 %	13 %
<b>Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire</b>					
Fortement en accord (6-7)	26 %	27 %	27 %	27 %	25 %
Plutôt en accord (4-5)	35 %	37 %	28 %	43 %	29 %
En désaccord (1-3)	28 %	25 %	29 %	22 %	36 %
Je ne cherche pas d'information sur la salubrité alimentaire	9 %	8 %	13 %	7 %	9 %
Ne sait pas	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %

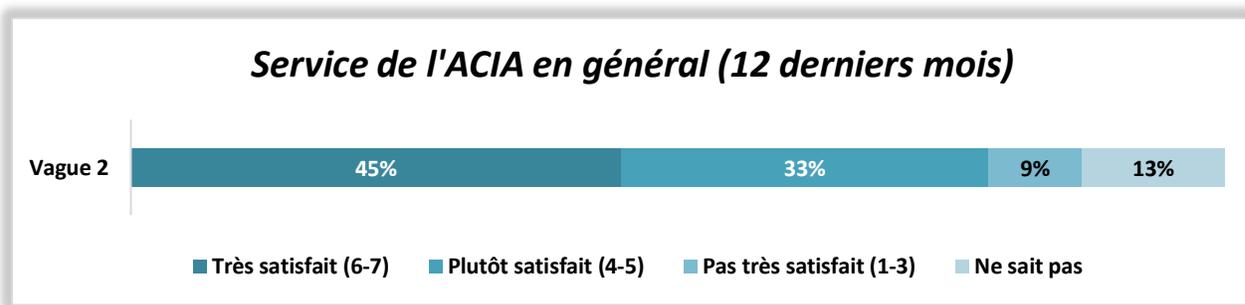
G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – PRODUITS D'INFORMATION					
		Région			
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire</b>					
Fortement en accord (6-7)	31 %	37 %	19 %	35 %	31 %
Plutôt en accord (4-5)	33 %	30 %	27 %	35 %	33 %
En désaccord (1-3)	26 %	28 %	39 %	21 %	27 %
Je ne cherche pas d'information sur la salubrité alimentaire	6 %	2 %	10 %	6 %	6 %
Ne sait pas	4 %	3 %	4 %	3 %	4 %
<b>L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information réglementaire</b>					
Fortement en accord (6-7)	31 %	35 %	19 %	34 %	34 %
Plutôt en accord (4-5)	36 %	52 %	39 %	36 %	33 %
En désaccord (1-3)	21 %	13 %	30 %	19 %	21 %
Ne sait pas	12 %	-	13 %	12 %	13 %

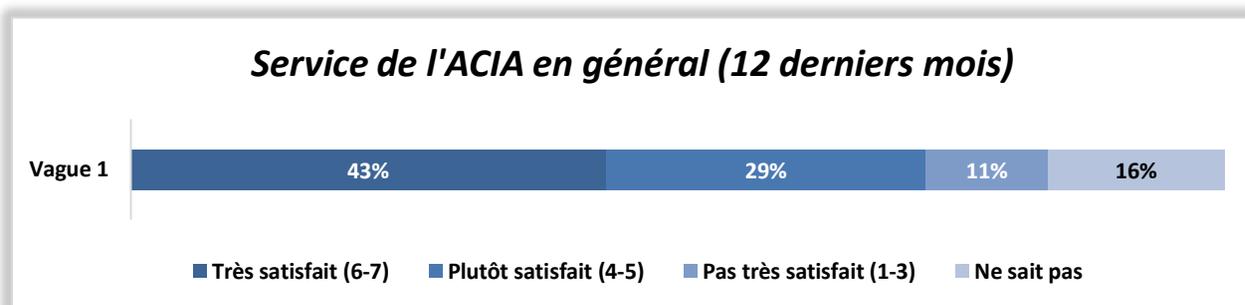
G1A/G1B : En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

## Satisfaction générale à l'égard de l'ACIA

Plus de deux répondants sur cinq (45 %) s'estiment très satisfaits du service qu'ils ont reçu de l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête. Un autre 33 % sont plutôt satisfaits et environ 1 sur 10 n'est pas très satisfait. Un pourcentage relativement élevé de répondants (13 %) n'a donné aucune note, sans doute parce que ceux-ci n'ont eu aucune interaction avec l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête, ou n'en ont jamais eu. Les résultats de la première vague sont similaires.



G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.



G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Le niveau de satisfaction est constant parmi tous les segments verticaux. Un pourcentage non négligeable de micro et petites entreprises ne connaissent pas assez bien l'ACIA pour donner une note alors que 15 % des microentreprises se disent insatisfaites. Durant la première vague, le niveau de satisfaction des moyennes et grandes entreprises était particulièrement élevé, surtout parmi les grandes entreprises qui ont affirmé être très satisfaites (65 %).

VAGUE 2 – SERVICE DE L'ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)									
		Segment vertical				Taille de l'entreprise			
	Total (n=500)	Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
Très satisfait (6-7)	45 %	42 %	52 %	47 %	40 %	40 %	47 %	42 %	57 %
Plutôt satisfait (4-5)	33 %	38 %	31 %	31 %	35 %	28 %	26 %	40 %	37 %
Pas très satisfait (1-3)	9 %	7 %	7 %	7 %	11 %	15 %	6 %	8 %	3 %
Ne sait pas	13 %	13 %	10 %	15 %	14 %	17 %	21 %	10 %	3 %

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – SERVICE DE L'ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)									
		Segment vertical				Taille de l'entreprise			
	Total (n=370)	Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
Très satisfait (6-7)	43 %	36 %	50 %	44 %	39 %	31 %	38 %	48 %	65 %
Plutôt satisfait (4- 5)	29 %	36 %	31 %	29 %	24 %	35 %	20 %	33 %	29 %
Pas très satisfait (1- 3)	11 %	8 %	9 %	14 %	14 %	7 %	18 %	10 %	5 %
Ne sait pas	16 %	20 %	10 %	13 %	24 %	27 %	24 %	9 %	-

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Comme pour la première vague, les résultats régionaux démontrent que le niveau de satisfaction est élevé dans les provinces de l'Atlantique. Soixante-cinq pour cent des répondants ont affirmé être très satisfaits. Les entreprises du Québec se démarquent, avec 24 % qui ne connaissent pas suffisamment l'ACIA pour lui attribuer une note.

VAGUE 2 – SERVICE DE L'ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)					
		Région			
	Total (n=500)	Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
Très satisfait (6-7)	45 %	65 %	43 %	43 %	45 %
Plutôt satisfait (4-5)	33 %	21 %	26 %	37 %	36 %
Pas très satisfait (1-3)	9 %	5 %	7 %	11 %	7 %
Ne sait pas	13 %	8 %	24 %	9 %	12 %

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – SERVICE DE L'ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)					
		Région			
	Total (n=370)	Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
Très satisfait (6-7)	43 %	62 %	27 %	47 %	43 %
Plutôt satisfait (4-5)	29 %	33 %	30 %	27 %	30 %
Pas très satisfait (1-3)	11 %	3 %	5 %	13 %	14 %
Ne sait pas	16 %	2 %	37 %	12 %	13 %

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les notes de satisfaction ont été analysées selon que l'entreprise a fait l'objet ou non d'une inspection de la part de l'ACIA dans les 12 mois précédant l'enquête. Les résultats démontrent que la satisfaction augmente parmi les entreprises ayant fait l'objet d'une inspection. Parmi celles-ci, 60 % sont très satisfaites et 34 % sont plutôt satisfaites. Parmi les entreprises qui n'ont pas fait l'objet d'une inspection, 34 % sont très satisfaites et 33 % sont plutôt satisfaites, alors que 22 % ne savaient pas comment évaluer l'ACIA. Une tendance semblable a été observée durant la première vague.

VAGUE 2 – SERVICE DE L'ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)			
		Inspecté par l'ACIA	
	Total (n=500)	Oui (n=219)	Non (n=281)
Très satisfait (6-7)	45 %	60 %	34 %
Plutôt satisfait (4-5)	33 %	34 %	33 %
Pas très satisfait (1-3)	9 %	5 %	11 %
Ne sait pas	13 %	1 %	22 %

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – SERVICE DE L’ACIA EN GÉNÉRAL (12 DERNIERS MOIS)			
		Inspecté par l’ACIA	
	Total (n=370)	Oui (n=189)	Non (n=181)
Très satisfait (6-7)	43 %	63 %	26 %
Plutôt satisfait (4-5)	29 %	29 %	30 %
Pas très satisfait (1-3)	11 %	7 %	15 %
Ne sait pas	16 %	1 %	29 %

G2 : En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l’ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ». Base : entreprises qui n’œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Les répondants ont été invités à justifier leur note. Le tableau de la page suivante présente les résultats par degré de satisfaction des entreprises. Celles qui n’ont pas été en mesure d’évaluer leur degré de satisfaction (et qui ont répondu « ne sait pas ») sont exclues de l’analyse.

La qualité du service à la clientèle, la qualité de l’information fournie par l’ACIA et son service adapté aux besoins de la clientèle sont les principaux facteurs de satisfaction. Parmi ceux qui sont très satisfaits, 43 % ont justifié leur note en disant que l’ACIA est dévouée et offre un bon service à la clientèle, 20 % ont invoqué la qualité de l’information fournie par l’ACIA, et 20 % ont mentionné le service adapté aux besoins de la clientèle. De ce nombre, 29 % n’ont eu aucun problème avec le service de l’ACIA qui aurait pu influencer leur degré de satisfaction.

Parmi ceux qui sont plutôt satisfaits, les possibilités d’amélioration semblent être la principale raison qui explique ces résultats. La qualité du service à la clientèle est un autre facteur, certains le qualifiant de bon et d’autres, de mauvais. Un nombre significatif de répondants n’a pas eu de nouvelles de l’ACIA et aimerait obtenir plus d’information, et estime difficile de se tenir au fait de la réglementation et des processus.

En dernier lieu, les moins satisfaits ont invoqué la nécessité d’améliorer le service à la clientèle et d’obtenir plus d’information de l’ACIA. Ils ont également mentionné qu’ils avaient de la difficulté à se tenir au fait de la réglementation et des processus.

Parmi les entreprises les moins satisfaites du service, bon nombre de celles qui ont donné les deux plus faibles notes (19 % et 44 % respectivement) n’ont fourni aucune explication. Ces résultats et ces tendances sont similaires à ceux obtenus durant la première vague.

VAGUE 2 – RAISONS QUI EXPLIQUENT LES NOTES					
ENTREPRISES TRÈS SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 6 OU 7)		ENTREPRISES PLUTÔT SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 4 OU 5)		ENTREPRISES PAS TRÈS SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 1 À 3)	
	<b>n=232</b>		<b>n=161</b>		<b>n=38</b>
Dévouée/bon service à la clientèle	43 %	Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	23 %	Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	19 %
Aucun problème	29 %	Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	18 %	Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	17 %
Qualité de l'information fournie	20 %	D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	13 %	D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	16 %
Service adapté aux besoins	20 %	Dévouée/bon service à la clientèle	13 %	Aucun problème	7 %
Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	8 %	Aucun problème	11 %	Place à amélioration (en général)	5 %
Place à amélioration (en général)	7 %	Place à amélioration (en général)	11 %	Dévouée/bon service à la clientèle	3 %
D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	2 %	Qualité de l'information fournie	10 %	Place à amélioration- site Web	2 %
Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	1 %	Place à amélioration- site Web	6 %	Autre	3 %
Place à amélioration- site Web	1 %	Service adapté aux besoins	6 %	Ne sait pas/refusé	44 %
Autre	4 %	Autre	9 %		
Ne sait pas/refusé	9 %	Ne sait pas/refusé	19 %		

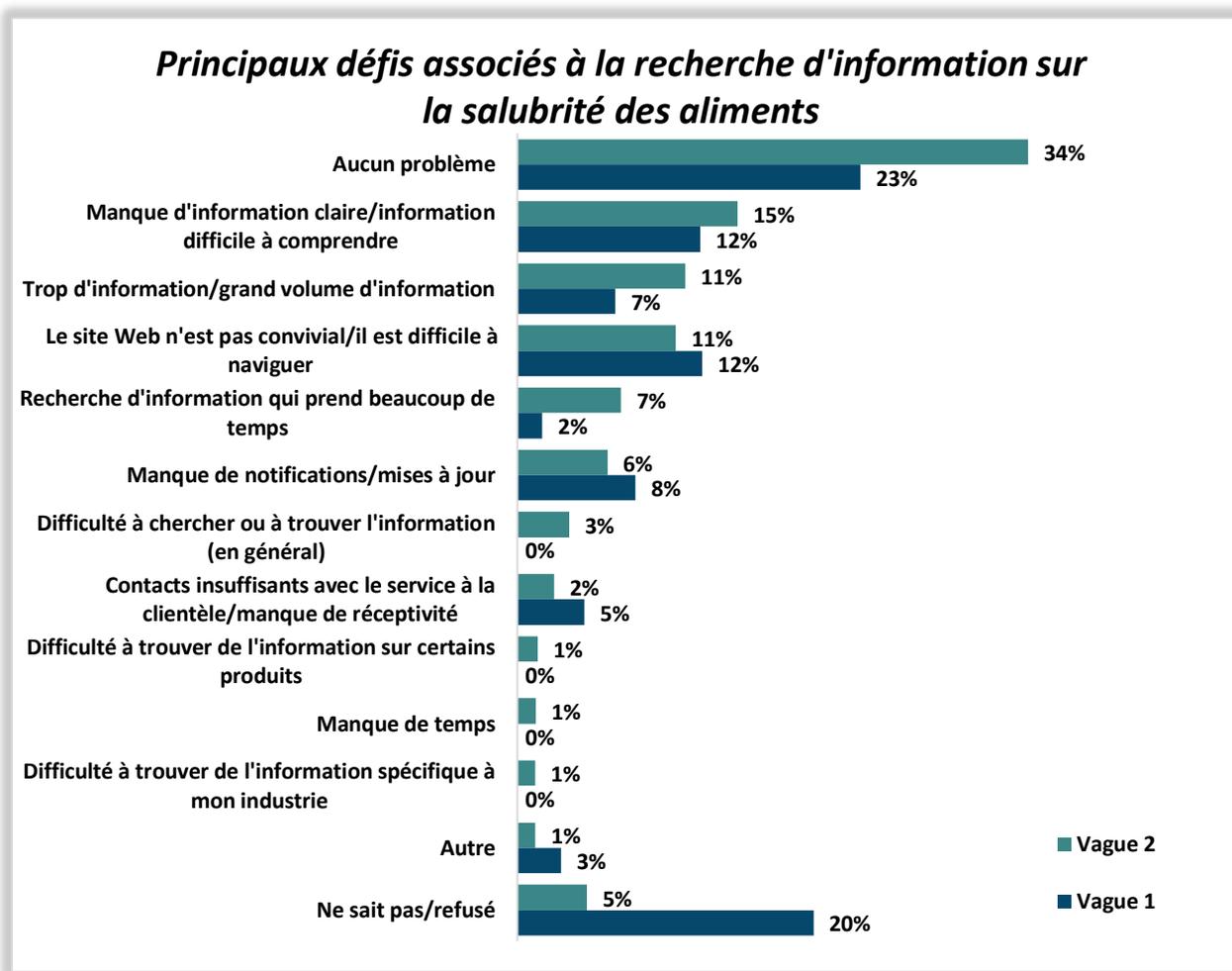
G3 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont donné une note valide de satisfaction, vague 2 n=413.

VAGUE 1 – RAISONS QUI EXPLIQUENT LES NOTES					
ENTREPRISES TRÈS SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 6 OU 7)		ENTREPRISES PLUTÔT SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 4 OU 5)		ENTREPRISES PAS TRÈS SATISFAITES DE L'ACIA (NOTE DE 1 À 3)	
	<b>n=169</b>		<b>n=110</b>		<b>n=39</b>
Dévouée/bon service à la clientèle	50 %	Place à amélioration (en général)	20 %	D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	21 %
Aucun problème	23 %	D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	18 %	Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	18 %
Qualité de l'information fournie	21 %	Dévouée/bon service à la clientèle	12 %	Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	17 %
Service adapté aux besoins	17 %	Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	11 %	Dévouée/bon service à la clientèle	7 %
Place à amélioration (en général)	7 %	Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	10 %	Place à amélioration (en général)	4 %
Besoin d'information supplémentaire/n'a pas eu de nouvelles de l'ACIA	6 %	Service adapté aux besoins	9 %	Place à amélioration- site Web	1 %
D'aucune aide/mauvais service à la clientèle	4 %	Aucun problème	8 %	Autre	2 %
Difficulté à se tenir au fait de la réglementation/des processus	3 %	Qualité de l'information fournie	6 %	Ne sait pas/refusé	38 %
Place à amélioration- site Web	2 %	Place à amélioration- site Web	4 %		
Autre	3 %	Autre	4 %		
Ne sait pas/refusé	6 %	Ne sait pas/refusé	20 %		

G3 : Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail et qui ont donné une note valide de satisfaction, vague 1, n=318.

## Information sur la salubrité des aliments

Environ un répondant sur trois (34 %) affirme n'avoir aucun problème lorsqu'il s'agit de trouver cette information. Les principaux défis auxquels les entreprises doivent faire face sont le manque d'information claire (15 %), trop d'information (11 %) et le site Web de l'ACIA qui n'est pas convivial (11 %). Parmi les autres défis mentionnés, notons le temps que requiert la recherche d'information et le manque de notifications.



G4 : Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.

Lorsqu'il s'agit de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments, les entreprises de transformation et de fabrication, ainsi que les entreprises agricoles sont plus nombreuses à dire qu'elles manquent d'information ou que celle-ci est difficile à comprendre. Les entreprises de transformation et de fabrication sont également les plus susceptibles de trouver que le site Web n'est pas convivial et que la recherche d'information prend trop de temps.

En ce qui concerne la taille de l'entreprise, le volume élevé d'information disponible représente un défi pour les petites et les moyennes entreprises.

VAGUE 2 – PRINCIPAUX DÉFIS ASSOCIÉS À LA RECHERCHE D'INFORMATION SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS									
	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
Manque d'information claire/information difficile à comprendre	15 %	20 %	22 %	15 %	8 %	12 %	9 %	18 %	19 %
Trop d'information/grand volume d'information	11 %	6 %	8 %	13 %	15 %	10 %	13 %	14 %	3 %
Le site Web n'est pas convivial/il est difficile à naviguer	11 %	11 %	17 %	7 %	8 %	9 %	9 %	11 %	13 %
Recherche d'information qui prend beaucoup de temps	7 %	2 %	9 %	7 %	7 %	4 %	7 %	9 %	4 %
Manque de notifications/mises à jour	6 %	3 %	4 %	4 %	10 %	9 %	7 %	3 %	10 %
Difficulté à chercher ou à trouver l'information (en général)	3 %	3 %	5 %	2 %	3 %	4 %	1 %	4 %	4 %
Contacts insuffisants avec le service à la clientèle/manque de réceptivité	2 %	2 %	4 %	5 %	-	2 %	1 %	4 %	2 %
Difficulté à trouver de l'information sur certains produits	1 %	-	2 %	-	2 %	-	4 %	1 %	1 %
Manque de temps	1 %	4 %	1 %	-	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Difficulté à trouver de l'information spécifique à mon industrie	1 %	1 %	1 %	3 %	-	-	1 %	2 %	2 %
Difficulté à trouver de l'information sur les importations/exportations	<1 %	2 %	-	-	-	-	-	-	1 %
Autre	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	3 %	-	2 %	-
Aucun/pas de défi	34 %	34 %	23 %	39 %	39 %	44 %	36 %	28 %	35 %
Ne sait pas/refusé	5 %	8 %	3 %	4 %	5 %	2 %	9 %	3 %	4 %

G4 : Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

**VAGUE 1 – PRINCIPAUX DÉFIS ASSOCIÉS À LA RECHERCHE D'INFORMATION SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS**

	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
Difficulté à chercher ou à trouver l'information (en général)	18 %	13 %	22 %	20 %	15 %	16 %	18 %	19 %	18 %
Le site Web n'est pas convivial/il est difficile à naviguer	12 %	11 %	12 %	13 %	12 %	6 %	11 %	14 %	23 %
Manque d'information claire/information difficile à comprendre	12 %	24 %	10 %	13 %	7 %	10 %	11 %	14 %	15 %
Manque de notifications/mises à jour	8 %	10 %	7 %	7 %	9 %	2 %	12 %	9 %	4 %
Trop d'information/grand volume d'information	7 %	5 %	8 %	8 %	4 %	6 %	2 %	9 %	7 %
Contacts insuffisants avec le service à la clientèle/manque de réceptivité	5 %	4 %	5 %	6 %	2 %	7 %	5 %	3 %	7 %
Difficulté à trouver de l'information sur certains produits	4 %	3 %	7 %	2 %	5 %	8 %	1 %	4 %	8 %
Difficulté à trouver de l'information spécifique à mon industrie	3 %	5 %	5 %	3 %	-	3 %	1 %	5 %	3 %
Difficulté à trouver de l'information sur les importations/exportations	3 %	5 %	3 %	2 %	2 %	4 %	2 %	2 %	6 %
Manque de temps	2 %	2 %	2 %	1 %	5 %	3 %	4 %	1 %	3 %
Recherche d'information qui prend beaucoup de temps	2 %	-	2 %	4 %	-	4 %	1 %	1 %	-
Autre	3 %	2 %	2 %	-	7 %	5 %	2 %	3 %	-
Aucun/pas de défi	23 %	21 %	23 %	24 %	23 %	21 %	25 %	24 %	16 %
Ne sait pas/refusé	20 %	21 %	15 %	25 %	20 %	24 %	20 %	19 %	15 %

G4 : Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

On ne note que quelques écarts d'une région à l'autre. Le volume élevé d'information et le manque de notifications représentent un plus grand défi pour les entreprises en Ontario (15 %), alors qu'au Québec, c'est le temps requis pour les recherches qui pose problème (15 %).

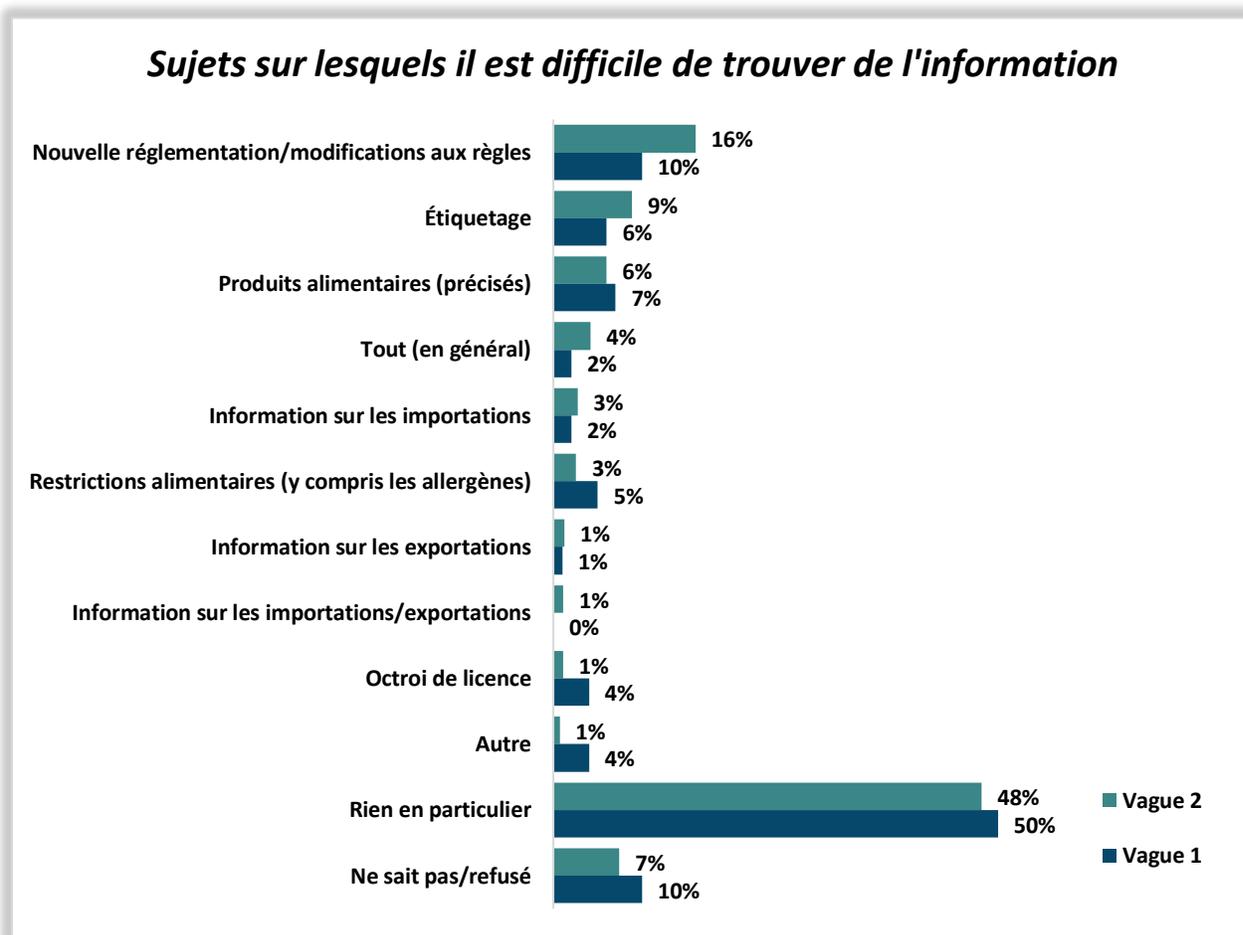
VAGUE 2 – PRINCIPAUX DÉFIS ASSOCIÉS À LA RECHERCHE D'INFORMATION SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
Manque d'information claire/information difficile à comprendre	15 %	13 %	15 %	17 %	12 %
Trop d'information/grand volume d'information	11 %	4 %	7 %	15 %	11 %
Le site Web n'est pas convivial/il est difficile à naviguer	11 %	17 %	8 %	9 %	13 %
Recherche d'information qui prend beaucoup de temps	7 %	5 %	15 %	6 %	4 %
Manque de notifications/mises à jour	6 %	3 %	2 %	9 %	5 %
Difficulté à chercher ou à trouver l'information (en général)	3 %	3 %	7 %	2 %	4 %
Contacts insuffisants avec le service à la clientèle/manque de réceptivité	2 %	1 %	4 %	2 %	3 %
Difficulté à trouver de l'information sur certains produits	1 %	2 %	<1 %	2 %	1 %
Manque de temps	1 %	6 %	2 %	<1 %	<1 %
Difficulté à trouver de l'information spécifique à mon industrie	1 %	-	2 %	1 %	2 %
Difficulté à trouver de l'information sur les importations/exportations	<1 %	-	-	<1 %	-
Autre	1 %	-	1 %	<1 %	2 %
Aucun/pas de défi	34 %	31 %	34 %	33 %	38 %
Ne sait pas/refusé	5 %	14 %	3 %	4 %	5 %

G4 : Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – PRINCIPAUX DÉFIS ASSOCIÉS À LA RECHERCHE D'INFORMATION SUR LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
Difficulté à chercher ou à trouver l'information (en général)	18 %	21 %	24 %	17 %	16 %
Le site Web n'est pas convivial/il est difficile à naviguer	12 %	24 %	10 %	14 %	10 %
Manque d'information claire/information difficile à comprendre	12 %	12 %	6 %	16 %	11 %
Manque de notifications/mises à jour	8 %	12 %	7 %	9 %	7 %
Trop d'information/grand volume d'information	7 %	13 %	3 %	6 %	8 %
Contacts insuffisants avec le service à la clientèle/manque de réceptivité	5 %	2 %	4 %	5 %	5 %
Difficulté à trouver de l'information sur certains produits	4 %	-	3 %	6 %	5 %
Difficulté à trouver de l'information spécifique à mon industrie	3 %	-	1 %	4 %	4 %
Difficulté à trouver de l'information sur les importations/exportations	3 %	3 %	3 %	2 %	3 %
Manque de temps	2 %	-	-	3 %	3 %
Recherche d'information qui prend beaucoup de temps	2 %	-	1 %	2 %	2 %
Autre	3 %	-	5 %	-	6 %
Aucun/pas de défi	23 %	19 %	36 %	18 %	23 %
Ne sait pas/refusé	20 %	16 %	14 %	25 %	17 %

G4 : Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Lorsqu'interrogés sur les sujets pour lesquels ils avaient de la difficulté à trouver de l'information, près de la moitié des répondants (48 %) n'avaient aucun sujet en particulier en tête. Parmi les sujets mentionnés, notons les nouvelles réglementations ou les modifications aux règles (16 %), l'étiquetage (9 %) et les produits alimentaires (6 %).



G4A : Selon vous, sur quels sujets relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500, vague 1, n=370.

Les entreprises de transformation et de fabrication sont plus nombreuses à affirmer qu'il est difficile de trouver de l'information sur les produits alimentaires et les exportations. Les entreprises agricoles n'ont détecté aucune difficulté, alors que les grossistes et les distributeurs affirment que tout est difficile à trouver.

Les micro, les petites et les moyennes entreprises ont plus de difficulté à trouver de l'information sur l'étiquetage, comparativement aux grandes entreprises.

VAGUE 2 – SUJETS SUR LESQUELS IL EST DIFFICILE DE TROUVER DE L'INFORMATION

	Total (n=500)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=99)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=198)	Grossistes/ distributeurs (n=137)	Détaillants (n=66)	Micro (n=98)	Petite (n=105)	Moyenne (n=224)	Grande (n=70)
Nouvelle réglementation /modifications aux règles	16 %	11 %	16 %	17 %	17 %	20 %	14 %	14 %	19 %
Étiquetage	9 %	4 %	8 %	6 %	13 %	10 %	9 %	11 %	2 %
Produits alimentaires (précisés)	6 %	4 %	10 %	9 %	2 %	5 %	6 %	8 %	2 %
Tout (en général)	4 %	6 %	4 %	8 %	1 %	2 %	6 %	6 %	2 %
Information sur les importations	3 %	<1 %	3 %	3 %	4 %	2 %	4 %	3 %	2 %
Restrictions alimentaires (y compris les allergènes)	3 %	-	6 %	4 %	-	2 %	2 %	3 %	4 %
Information sur les exportations	1 %	-	4 %	<1 %	-	-	-	2 %	3 %
Information sur les importations/ exportations	1 %	4 %	1 %	1 %	-	-	-	1 %	4 %
Octroi de licence	1 %	3 %	2 %	1 %	-	1 %	-	2 %	2 %
Autre	1 %	-	1 %	-	1 %	3 %	<1 %	-	-
Rien en particulier	48 %	59 %	42 %	46 %	50 %	52 %	51 %	44 %	48 %
Ne sait pas/refusé	7 %	8 %	3 %	5 %	12 %	5 %	8 %	7 %	12 %

G4A : Selon vous, sur quels sujets relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – SUJETS SUR LESQUELS IL EST DIFFICILE DE TROUVER DE L'INFORMATION									
	Total (n=370)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Entreprises agricoles (n=49)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=170)	Grossistes/ distributeurs (n=87)	Détaillants (n=64)	Micro (n=63)	Petite (n=90)	Moyenne (n=179)	Grande (n=37)
Nouvelle réglementation / modifications aux règles	10 %	5 %	18 %	8 %	4 %	4 %	4 %	13 %	28 %
Produits alimentaires (précisés)	7 %	7 %	7 %	9 %	7 %	7 %	9 %	7 %	5 %
Étiquetage	6 %	3 %	9 %	7 %	1 %	3 %	6 %	6 %	6 %
Restrictions alimentaires (y compris les allergènes)	5 %	-	7 %	4 %	5 %	2 %	5 %	7 %	-
Octroi de licence	4 %	4 %	4 %	5 %	2 %	3 %	3 %	5 %	-
Tout (en général)	2 %	-	1 %	2 %	5 %	-	5 %	1 %	2 %
Information sur les importations	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	5 %	1 %	1 %	3 %
Information sur les exportations	1 %	1 %	2 %	-	-	-	1 %	1 %	-
Autre	4 %	7 %	2 %	6 %	4 %	1 %	6 %	4 %	5 %
Rien en particulier	50 %	51 %	37 %	52 %	64 %	65 %	47 %	46 %	44 %
Ne sait pas/refusé	10 %	20 %	12 %	7 %	6 %	10 %	13 %	9 %	7 %

G4A : Selon vous, sur quels sujets relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

Outre l'information sur la nouvelle réglementation et les modifications aux règles en Ontario et dans l'Ouest du Canada, il n'y a aucun autre écart significatif d'une région à l'autre.

VAGUE 2 – SUJETS SUR LESQUELS IL EST DIFFICILE DE TROUVER DE L'INFORMATION					
	Total (n=500)	Région			
		Atlantique (n=47)	Québec (n=150)	Ontario (n=134)	Ouest (n=169)
<b>Nouvelle réglementation/modifications aux règles</b>	16 %	13 %	7 %	16 %	22 %
<b>Étiquetage</b>	9 %	8 %	6 %	11 %	8 %
<b>Produits alimentaires (précisés)</b>	6 %	5 %	9 %	6 %	4 %
<b>Tout (en général)</b>	4 %	5 %	6 %	3 %	4 %
<b>Information sur les importations</b>	3 %	4 %	3 %	4 %	0 %
<b>Restrictions alimentaires (y compris les allergènes)</b>	3 %	1 %	1 %	5 %	1 %
<b>Information sur les exportations</b>	1 %	-	1 %	2 %	1 %
<b>Information sur les importations/exportations</b>	1 %	5 %	0 %	1 %	1 %
<b>Octroi de licence</b>	1 %	-	1 %	2 %	1 %
<b>Autre</b>	1 %	-	3 %	-	-
<b>Rien en particulier</b>	48 %	48 %	55 %	42 %	53 %
<b>Ne sait pas/refusé</b>	7 %	10 %	6 %	10 %	4 %

G4A : Selon vous, sur quels sujets relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 2, n=500.

VAGUE 1 – SUJETS SUR LESQUELS IL EST DIFFICILE DE TROUVER DE L'INFORMATION					
	Total (n=370)	Région			
		Atlantique (n=40)	Québec (n=59)	Ontario (n=106)	Ouest (n=165)
<b>Nouvelle réglementation/modifications aux règles</b>	10 %	5 %	11 %	6 %	14 %
<b>Produits alimentaires (précisés)</b>	7 %	13 %	6 %	8 %	6 %
<b>Étiquetage</b>	6 %	9 %	6 %	6 %	4 %
<b>Restrictions alimentaires (y compris les allergènes)</b>	5 %	-	2 %	7 %	5 %
<b>Octroi de licence</b>	4 %	-	-	7 %	2 %
<b>Tout (en général)</b>	2 %	1 %	5 %	1 %	1 %
<b>Information sur les importations</b>	2 %	-	3 %	1 %	3 %
<b>Information sur les exportations</b>	1 %	3 %	-	-	1 %
<b>Autre</b>	4 %	1 %	-	6 %	5 %
<b>Rien en particulier</b>	50 %	57 %	56 %	48 %	48 %
<b>Ne sait pas/refusé</b>	10 %	10 %	11 %	10 %	11 %

G4A : Selon vous, sur quels sujets relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs? Base : entreprises qui n'œuvrent pas exclusivement dans le commerce de détail, vague 1, n=370.

## Profil des participants

Des questions variées ont été présentées aux participants afin d'obtenir de l'information sur les entreprises. Ces renseignements ont fourni à l'équipe de recherche une vue d'ensemble des répondants, et lui ont permis de pondérer les données afin d'obtenir des résultats représentatifs de la population.

**REMARQUE : TOUS LES RÉSULTATS DE CETTE SECTION ONT ÉTÉ PONDÉRÉS.**

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE			
Région	Total (n=700)	Activités commerciales	Total (n=700)
Atlantique Canada (NET)	7 %	Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs	76 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	Importe des produits alimentaires	25 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)	25 %
Nouvelle-Écosse	3 %	Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans les autres provinces ou territoires	25 %
Nouveau-Brunswick	2 %	Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	19 %
Québec	23 %	Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation	14 %
Ontario	36 %	Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]	11 %
Ouest (NET)	34 %	Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	6 %
Manitoba	4 %	<b>Taille de l'entreprise</b>	
Saskatchewan	4 %	1 (travailleur autonome)	7 %
Alberta	12 %	2-4 employés	21 %
Colombie-Britannique	14 %	5-10 employés	28 %
Nunavut	<1 %	11-99 employés	36 %
Territoires du Nord-Ouest	-	100-499 employés	6 %
<b>Type d'entreprise</b>		500 employés et plus	2 %
Détaillant	61 %	Ne sait pas	<1 %
Transformateur ou fabricant	17 %	<b>Recettes annuelles brutes</b>	
Grossiste ou distributeur	14 %	30 000 \$ ou moins par année	2 %
Entreprise agricole	8 %	De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$	11 %
<b>Autochtones</b>		De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$	17 %
Oui	6 %	De 500 000 \$ à moins d'un million \$	14 %
Non	92 %	D'un million à moins de 5 millions \$	21 %
Ne sait pas/incertain	2 %	5 millions \$ et plus	11 %
<b>Régions d'importation</b>		Ne sait pas	19 %
États-Unis	75 %	Refusé	5 %
Europe de l'Ouest	40 %	<b>Régions d'exportation</b>	
Asie (Pacifique)	27 %	États-Unis	93 %
Amérique centrale/Antilles	27 %	Asie (Pacifique)	24 %
Chine	21 %	Europe de l'Ouest	21 %
Amérique du Sud	21 %	Chine	20 %
Europe de l'Est	16 %	Europe de l'Est	14 %
Inde	12 %	Amérique centrale/Antilles	13 %

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE			
Région	Total (n=700)	Activités commerciales	Total (n=700)
Australie	12 %	Amérique du Sud	11 %
Moyen-Orient	9 %	Afrique	6 %
Afrique	8 %	Australie	6 %
		Moyen-Orient	5 %
		Inde	3 %

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE			
Région	Total (n=670)	Activités commerciales	Total (n=670)
Atlantique Canada (NET)	7 %	Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs	78 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	Importe des produits alimentaires	23 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)	21 %
Nouvelle-Écosse	3 %	Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans les autres provinces ou territoires	16 %
Nouveau-Brunswick	2 %	Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation	16 %
Québec	23 %	Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	14 %
Ontario	36 %	Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]	8 %
Ouest (NET)	34 %	Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	4 %
Manitoba	4 %	<b>Taille de l'entreprise</b>	
Saskatchewan	4 %	1 (travailleur autonome)	4 %
Alberta	12 %	2-4 employés	24 %
Colombie-Britannique	14 %	5-10 employés	33 %
Nunavut	<1 %	11-99 employés	33 %
Territoires du Nord-Ouest	<1 %	100-499 employés	5 %
<b>Type d'entreprise</b>		500 employés et plus	<1 %
Détaillant	62 %	Ne sait pas	1 %
Transformateur ou fabricant	16 %	<b>Recettes annuelles brutes</b>	
Grossiste ou distributeur	13 %	30 000 \$ ou moins par année	2 %
Entreprise agricole	8 %	De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$	8 %
<b>Autochtones</b>		De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$	16 %
Oui	7 %	De 500 000 \$ à moins d'un million \$	16 %
Non	86 %	D'un million à moins de 5 millions \$	22 %
Ne sait pas/incertain	7 %	5 millions \$ et plus	11 %
		Ne sait pas	17 %
		Refusé	9 %

S1 : Province/territoire. S2 : Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre entreprise? S3 : Quelles sont les activités liées à votre entreprise? S5 : Vous compris, combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. S6 : À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. S7 : Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : RÉGION									
	Total (n=700)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Agriculture (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
Atlantique (NET)	7 %	9 %	7 %	9 %	7 %	8 %	7 %	7 %	10 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	3 %	1 %	1 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	2 %	<1 %	<1 %	<1 %	1 %	<1 %	1 %	-
Nouvelle-Écosse	3 %	2 %	4 %	6 %	2 %	2 %	3 %	3 %	5 %
Nouveau-Brunswick	2 %	4 %	1 %	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %
Québec	23 %	23 %	28 %	15 %	24 %	23 %	31 %	21 %	10 %
Ontario	36 %	42 %	38 %	51 %	31 %	36 %	31 %	35 %	54 %
Ouest (NET)	34 %	26 %	27 %	26 %	38 %	33 %	31 %	38 %	26 %
Manitoba	4 %	6 %	3 %	2 %	4 %	2 %	3 %	6 %	1 %
Saskatchewan	4 %	1 %	3 %	1 %	5 %	5 %	5 %	3 %	3 %
Alberta	12 %	9 %	7 %	6 %	15 %	16 %	13 %	10 %	6 %
Colombie-Britannique	14 %	10 %	14 %	17 %	14 %	10 %	10 %	20 %	16 %
Nunavut	<1 %	-	-	-	<1 %	<1 %	-	-	-
Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-	-	-	-	-

S1 : Province/territoire. Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : RÉGION									
	Total (n=670)	Segment vertical				Taille de l'entreprise			
		Agriculture (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Micro (n=225)	Petite (n=225)	Moyenne (n=225)	Grande (n=225)
Atlantique (NET)	7 %	2 %	9 %	5 %	8 %	4 %	7 %	9 %	15 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	1 %
Nouvelle-Écosse	3 %	-	5 %	2 %	3 %	1 %	3 %	4 %	6 %
Nouveau-Brunswick	2 %	-	3 %	1 %	3 %	1 %	2 %	3 %	7 %
Québec	23 %	12 %	19 %	20 %	26 %	30 %	26 %	16 %	15 %
Ontario	36 %	48 %	36 %	48 %	32 %	36 %	37 %	35 %	35 %
Ouest (NET)	34 %	38 %	36 %	27 %	34 %	30 %	30 %	40 %	35 %
Manitoba	4 %	5 %	7 %	3 %	3 %	3 %	4 %	4 %	2 %
Saskatchewan	4 %	4 %	4 %	1 %	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %
Alberta	12 %	16 %	12 %	9 %	12 %	12 %	11 %	12 %	14 %
Colombie-Britannique	14 %	12 %	13 %	14 %	15 %	12 %	11 %	19 %	15 %
Nunavut	<1 %	-	0 %	-	-	-	<1 %	<1 %	-
Territoires du Nord-Ouest	<1 %	-	-	-	<1 %	-	-	<1 %	-

S1 : Province/territoire. Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : SEGMENT VERTICAL									
		Région				Taille de l'entreprise			
	Total (n=700)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
Détaillant	61 %	56 %	63 %	53 %	70 %	72 %	73 %	52 %	27 %
Transformateur ou fabricant	17 %	16 %	21 %	18 %	14 %	10 %	8 %	24 %	41 %
Grossiste ou distributeur	14 %	17 %	9 %	20 %	11 %	12 %	14 %	14 %	19 %
Entreprise agricole	8 %	10 %	8 %	9 %	6 %	6 %	6 %	9 %	13 %

S2 : Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre entreprise? Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : SEGMENT VERTICAL									
		Région				Taille de l'entreprise			
	Total (n=670)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)	Micro (n=166)	Petite (n=201)	Moyenne (n=255)	Grande (n=45)
Détaillant	62 %	68 %	71 %	55 %	63 %	75 %	74 %	45 %	33 %
Transformateur ou fabricant	16 %	21 %	13 %	16 %	18 %	7 %	10 %	27 %	39 %
Grossiste ou distributeur	13 %	9 %	11 %	18 %	11 %	7 %	13 %	19 %	13 %
Entreprise agricole	8 %	2 %	4 %	11 %	9 %	11 %	3 %	9 %	15 %

S2 : Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre entreprise? Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : TAILLE DE L'ENTREPRISE									
		Segment Vertical				Région			
	Total (n=700)	Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
1 (travailleur autonome)	7 %	3 %	3 %	4 %	8 %		7 %	7 %	7 %
2-4 employés	21 %	19 %	13 %	20 %	24 %	30 %	20 %	21 %	21 %
5-10 employés	28 %	20 %	13 %	27 %	33 %	27 %	37 %	24 %	25 %
11-99 employés	36 %	44 %	51 %	38 %	31 %	33 %	33 %	36 %	41 %
100-499 employés	6 %	9 %	16 %	9 %	2 %	7 %	2 %	10 %	5 %
500 employés et plus	2 %	4 %	3 %	2 %	1 %	4 %	2 %	2 %	1 %
Ne sait pas	<1 %	1 %	1 %	-	-	-	<1 %	<1 %	<1 %

S5 : Vous compris, combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : TAILLE DE L'ENTREPRISE									
		Segment vertical				Région			
	Total (n=670)	Entreprises agricoles (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)
<b>1 (travailleur autonome)</b>	4 %	13 %	2 %	4 %	3 %	3 %	2 %	5 %	4 %
<b>2-4 employés</b>	24 %	26 %	10 %	12 %	30 %	13 %	34 %	23 %	21 %
<b>5-10 employés</b>	33 %	12 %	21 %	33 %	39 %	32 %	37 %	34 %	29 %
<b>11-99 employés</b>	33 %	39 %	54 %	47 %	24 %	40 %	23 %	33 %	39 %
<b>100-499 employés</b>	5 %	10 %	12 %	5 %	2 %	10 %	3 %	5 %	5 %
<b>500 employés et plus</b>	<1 %	-	1 %	-	1 %	1 %	1 %	-	<1 %
<b>Ne sait pas</b>	1 %	-	-	-	1 %	-	-	1 %	1 %

S5 : Vous compris, combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : RECETTES DE L'ENTREPRISE									
	Segment vertical					Région			
	Total (n=700)	Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
30 000 \$ ou moins par année	2 %	-	1 %	0 %	3 %	3 %	7 %	1 %	-
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	11 %	9 %	4 %	4 %	15 %	16 %	5 %	14 %	10 %
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	17 %	17 %	15 %	6 %	19 %	16 %	17 %	13 %	20 %
De 500 000 \$ à moins d'un million \$ par année	14 %	16 %	9 %	9 %	16 %	11 %	20 %	13 %	11 %
De 1 million à moins de 5 millions \$ par année	21 %	26 %	24 %	25 %	18 %	17 %	20 %	18 %	25 %
5 millions \$ et plus par année	11 %	19 %	17 %	28 %	5 %	11 %	9 %	12 %	12 %
Ne sait pas	19 %	9 %	27 %	19 %	19 %	24 %	17 %	21 %	18 %
Refusé	5 %	4 %	4 %	9 %	4 %	2 %	5 %	7 %	4 %

S6 : À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : RECETTES DE L'ENTREPRISE									
	Segment vertical					Région			
	Total (n=670)	Entreprises agricoles (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)
30 000 \$ ou moins par année	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	8 %	8 %	4 %	1 %	10 %	5 %	9 %	8 %	8 %
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	16 %	20 %	13 %	11 %	17 %	9 %	12 %	20 %	15 %
De 500 000 \$ à moins d'un million \$ par année	16 %	22 %	12 %	9 %	17 %	14 %	20 %	13 %	16 %
De 1 million à moins de 5 millions \$ par année	22 %	24 %	26 %	27 %	19 %	19 %	22 %	19 %	25 %
5 millions \$ et plus par année	11 %	10 %	24 %	28 %	4 %	15 %	6 %	11 %	13 %
Ne sait pas	17 %	6 %	14 %	16 %	19 %	25 %	14 %	19 %	15 %
Refusé	9 %	8 %	6 %	6 %	11 %	10 %	14 %	9 %	6 %

S6 : À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : RECETTES DE L'ENTREPRISE					
	Taille de l'entreprise				
	Total (n=700)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
<b>30 000 \$ ou moins par année</b>	2 %	8 %	-	-	-
<b>De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année</b>	11 %	24 %	15 %	1 %	-
<b>De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année</b>	17 %	27 %	22 %	7 %	5 %
<b>De 500 000 \$ à moins d'un million \$ par année</b>	14 %	12 %	18 %	15 %	1 %
<b>De 1 million à moins de 5 millions \$ par année</b>	21 %	11 %	17 %	32 %	18 %
<b>5 millions \$ et plus par année</b>	11 %	2 %	5 %	17 %	39 %
<b>Ne sait pas</b>	19 %	10 %	17 %	25 %	32 %
<b>Refusé</b>	5 %	6 %	6 %	4 %	5 %

S6 : À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : RECETTES DE L'ENTREPRISE					
	Taille de l'entreprise				
	Total (n=670)	Micro (n=166)	Petite (n=201)	Moyenne (n=255)	Grande (n=45)
<b>30 000 \$ ou moins par année</b>	2 %	7 %	1 %	-	-
<b>De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année</b>	8 %	17 %	6 %	3 %	-
<b>De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année</b>	16 %	26 %	17 %	9 %	-
<b>De 500 000 \$ à moins d'un million \$ par année</b>	16 %	18 %	19 %	11 %	12 %
<b>De 1 million à moins de 5 millions \$ par année</b>	22 %	6 %	23 %	36 %	8 %
<b>5 millions \$ et plus par année</b>	11 %	1 %	4 %	23 %	29 %
<b>Ne sait pas</b>	17 %	17 %	18 %	11 %	38 %
<b>Refusé</b>	9 %	9 %	12 %	6 %	14 %

S6 : À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES									
	Total (n=700)	Segment vertical				Région			
		Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
<b>Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs</b>	76 %	43 %	52 %	34 %	96 %	82 %	80 %	68 %	81 %
<b>Importe des produits alimentaires</b>	25 %	15 %	33 %	56 %	17 %	23 %	15 %	33 %	23 %
<b>Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)</b>	25 %	39 %	51 %	58 %	8 %	33 %	14 %	32 %	23 %
<b>Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le</b>	25 %	33 %	71 %	32 %	9 %	25 %	25 %	27 %	22 %

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES									
		Segment vertical				Région			
	Total (n=700)	Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
transport dans les autres provinces ou territoires									
Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	19 %	42 %	58 %	23 %	5 %	27 %	15 %	22 %	18 %
Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation	14 %	33 %	44 %	16 %	3 %	27 %	11 %	16 %	11 %
Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]	11 %	18 %	23 %	8 %	8 %	9 %	16 %	12 %	9 %
Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires	6 %	49 %	6 %	1 %	1 %	7 %	4 %	7 %	4 %

S3 : Quelles sont les activités liées à votre entreprise? Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES									
		Segment vertical				Région			
	Total (n=670)	Entreprises agricoles (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)
Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs	78 %	34 %	48 %	39 %	99 %	74 %	84 %	75 %	78 %
Importe des produits alimentaires	23 %	10 %	36 %	56 %	14 %	19 %	15 %	26 %	25 %
Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)	21 %	36 %	50 %	64 %	2 %	26 %	12 %	23 %	23 %
Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans les autres provinces ou territoires	16 %	37 %	62 %	14 %	2 %	22 %	13 %	17 %	15 %
Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation	16 %	33 %	48 %	28 %	2 %	26 %	8 %	18 %	16 %

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES									
	Segment vertical					Région			
	Total (n=670)	Entreprises agricoles (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)
<b>Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	14 %	24 %	54 %	22 %	1 %	24 %	8 %	14 %	16 %
<b>Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]</b>	8 %	28 %	17 %	10 %	3 %	5 %	5 %	9 %	10 %
<b>Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	4 %	34 %	6 %	2 %	-	3 %	4 %	5 %	3 %

S3 : Quelles sont les activités liées à votre entreprise? Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES					
	Taille de l'entreprise				
	Total (n=700)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
<b>Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs</b>	76 %	81 %	81 %	76 %	45 %
<b>Importe des produits alimentaires</b>	25 %	17 %	20 %	27 %	59 %
<b>Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)</b>	25 %	15 %	19 %	30 %	57 %
<b>Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans les autres provinces ou territoires</b>	25 %	12 %	21 %	31 %	48 %
<b>Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	19 %	9 %	12 %	25 %	57 %
<b>Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation</b>	14 %	5 %	10 %	16 %	51 %
<b>Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]</b>	11 %	12 %	8 %	12 %	19 %
<b>Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	6 %	2 %	2 %	7 %	21 %

S3 : Quelles sont les activités liées à votre entreprise? Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : ACTIVITÉS COMMERCIALES					
		Taille de l'entreprise			
	Total (n=670)	Micro (n=166)	Petite (n=201)	Moyenne (n=255)	Grande (n=45)
<b>Vend des produits alimentaires au détail directement aux consommateurs</b>	78 %	86 %	85 %	67 %	54 %
<b>Importe des produits alimentaires</b>	23 %	15 %	18 %	30 %	38 %
<b>Expédie ou transporte des produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste/distributeur)</b>	21 %	11 %	13 %	33 %	42 %
<b>Prépare, transforme, traite, fabrique ou conserve les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans les autres provinces ou territoires</b>	16 %	6 %	8 %	28 %	39 %
<b>Exporte des produits alimentaires ou prépare des produits alimentaires pour l'exportation</b>	16 %	6 %	12 %	22 %	48 %
<b>Trie, étiquette ou emballe les produits alimentaires pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	14 %	4 %	7 %	25 %	43 %
<b>Produit des aliments biologiques [viandes, produits laitiers, etc.]</b>	8 %	5 %	4 %	14 %	13 %
<b>Cultive des fruits, des légumes ou des produits céréaliers pour l'exportation ou le transport dans d'autres provinces ou territoires</b>	4 %	3 %	1 %	6 %	12 %

S3 : Quelles sont les activités liées à votre entreprise? Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : EXPLOITATION AUTOCHTONE									
	Segment vertical					Région			
	Total (n=700)	Entreprises agricoles (n=115)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=227)	Grossistes/ distributeurs (n=146)	Détaillants (n=212)	Atlantique (n=66)	Québec (n=221)	Ontario (n=171)	Ouest (n=242)
<b>Oui</b>	6 %	2 %	5 %	3 %	7 %	9 %	2 %	6 %	8 %
<b>Non</b>	92 %	97 %	93 %	93 %	92 %	90 %	97 %	92 %	91 %
<b>Ne sait pas/incertain</b>	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %

S7 : Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : EXPLOITATION AUTOCHTONE									
	Segment vertical					Région			
	Total (n=670)	Entreprises agricoles (n=52)	Entreprises de transformation/ fabrication (n=190)	Grossistes/ distributeurs (n=98)	Détaillants (n=330)	Atlantique (n=72)	Québec (n=144)	Ontario (n=173)	Ouest (n=281)
<b>Oui</b>	7 %	7 %	4 %	12 %	7 %	6 %	3 %	11 %	6 %
<b>Non</b>	86 %	90 %	92 %	83 %	85 %	87 %	91 %	82 %	88 %
<b>Ne sait pas/incertain</b>	7 %	3 %	4 %	6 %	8 %	7 %	7 %	7 %	6 %

S7 : Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=670.

VAGUE 2 – PROFIL D'ENTREPRISE : EXPLOITATION AUTOCHTONE					
		Taille de l'entreprise			
	Total (n=700)	Micro (n=168)	Petite (n=168)	Moyenne (n=290)	Grande (n=71)
<b>Oui</b>	6 %	7 %	7 %	4 %	8 %
<b>Non</b>	92 %	93 %	92 %	93 %	89 %
<b>Ne sait pas/incertain</b>	2 %	1 %	0 %	3 %	3 %

S7 : Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=700.

VAGUE 1 – PROFIL D'ENTREPRISE : EXPLOITATION AUTOCHTONE					
		Taille de l'entreprise			
	Total (n=670)	Micro (n=166)	Petite (n=201)	Moyenne (n=255)	Grande (n=45)
<b>Oui</b>	7 %	9 %	7 %	6 %	5 %
<b>Non</b>	86 %	82 %	84 %	91 %	93 %
<b>Ne sait pas/incertain</b>	7 %	9 %	9 %	4 %	1 %

S7 : Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=670.

# Méthodologie

Tous les travaux de recherche ont été menés selon les normes d'enquêtes sur l'opinion publique établies par le gouvernement du Canada.

- L'enquête comportait deux sondages téléphoniques à l'échelle nationale avec des entreprises du secteur alimentaire au Canada, selon une liste sélectionnée de codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) fournie par l'ACIA. Les bases d'échantillonnage ont été sélectionnées à partir d'une liste d'entreprises fournie par InfoCanada, un fournisseur de listes réputé dans l'industrie.

TARGETED INDUSTRIES WITH NAICS CODES			
AGRICULTURE, FORESTRY, FISHING AND HUNTING (11)			
11121101	Potato Farming	11231001	Chicken Egg Production
11121901	Other Vegetable (Except Potato) & Melon Farming	11233001	Turkey Production
11133101	Apple Orchards	11251901	Other Aquaculture
11133103	Apple Orchards	11251903	Other Aquaculture
11133104	Apple Orchards	11251904	Other Aquaculture
11133402	Berry (Except Strawberry) Farming	11292001	Horse & Other Equine Production
11133902	Other Noncitrus Fruit Farming	11293002	Fur-Bearing Animal & Rabbit Production
11141101	Mushroom Production	11293004	Fur-Bearing Animal & Rabbit Production
11141902	Other Food Crops Grown Under Cover	11299001	All Other Animal Production
11199801	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299002	All Other Animal Production
11199803	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299003	All Other Animal Production
11199804	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299007	All Other Animal Production
11199806	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299013	All Other Animal Production
11199807	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299017	All Other Animal Production
11199808	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421001	Hunting & Trapping
11199809	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421004	Hunting & Trapping
11199810	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421005	Hunting & Trapping
11199811	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421006	Hunting & Trapping
11212001	Dairy Cattle & Milk Production	11421009	Hunting & Trapping
11212002	Dairy Cattle & Milk Production		
MANUFACTURING (31)			
31121102	Flour Milling	31161501	Poultry Processing
31121106	Flour Milling	31171001	Seafood Product Preparation & Packaging
31121107	Flour Milling	31171003	Seafood Product Preparation & Packaging
31121301	Malt Manufacturing	31171004	Seafood Product Preparation & Packaging
31122402	Soybean & Other Oilseed Processing	31171007	Seafood Product Preparation & Packaging
31122501	Fats & Oils Refining & Blending	31171008	Seafood Product Preparation & Packaging
31122505	Fats & Oils Refining & Blending	31181101	Retail Bakeries
31122508	Fats & Oils Refining & Blending	31181102	Retail Bakeries
31122511	Fats & Oils Refining & Blending	31181103	Retail Bakeries
31122512	Fats & Oils Refining & Blending	31181104	Retail Bakeries
31122516	Fats & Oils Refining & Blending	31181105	Retail Bakeries
31123001	Breakfast Cereal Manufacturing	31181202	Commercial Bakeries
31131401	Cane Sugar Manufacturing	31182101	Cookie & Cracker Manufacturing
31131403	Cane Sugar Manufacturing	31182403	Dry Pasta Dough/Flour Mixes Mfg.-Purchased Flour
31135101	Chocolate/Confectionery Mfg From Cacao Beans	31182404	Dry Pasta Dough/Flour Mixes Mfg.-Purchased Flour
31135201	Confectionery Mfg From Purchased Chocolate	31191102	Roasted Nuts & Peanut Butter Manufacturing
31141102	Frozen Fruit Juice & Vegetable Manufacturing	31191901	Other Snack Food Manufacturing
31141202	Frozen Specialty Food Manufacturing	31191905	Other Snack Food Manufacturing
31141203	Frozen Specialty Food Manufacturing	31191906	Other Snack Food Manufacturing
31141204	Frozen Specialty Food Manufacturing	31192001	Coffee & Tea Manufacturing
31142101	Fruit & Vegetable Canning	31192002	Coffee & Tea Manufacturing
31142103	Fruit & Vegetable Canning	31194101	Mayonnaise Dressing & Other Prepared Sauce Mfg
31142104	Fruit & Vegetable Canning	31194103	Mayonnaise Dressing & Other Prepared Sauce Mfg
31142106	Fruit & Vegetable Canning	31194202	Spice & Extract Manufacturing
31142107	Fruit & Vegetable Canning	31194203	Spice & Extract Manufacturing
31142303	Dried & Dehydrated Food Manufacturing	31199901	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151201	Creamery Butter Manufacturing	31199902	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151301	Cheese Manufacturing	31199905	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151402	Dry Condensed & Evaporated Dairy Products Mfg	31199906	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31152001	Ice Cream & Frozen Dessert Manufacturing	31199908	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161101	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199910	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161102	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199913	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161103	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199917	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161104	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199919	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161202	Meat Processed From Carcasses	31199920	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161205	Meat Processed From Carcasses	31211101	Soft Drink Manufacturing
31161207	Meat Processed From Carcasses	31211102	Soft Drink Manufacturing
31161301	Rendering & Meat Byproduct Processing	31211103	Soft Drink Manufacturing
31161302	Rendering & Meat Byproduct Processing		

WHOLESALE TRADE (42)			
42441003	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449010	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42441004	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449011	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42441005	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449013	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442001	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449015	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442002	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449017	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442003	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449018	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442004	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449019	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442005	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449022	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442006	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449024	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442007	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449026	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443009	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449027	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443010	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449030	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443012	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449032	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443013	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449033	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444001	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449034	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444002	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449035	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444003	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449037	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445002	Confectionery Merchant Wholesalers	42449042	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445004	Confectionery Merchant Wholesalers	42449044	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445008	Confectionery Merchant Wholesalers	42449046	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445010	Confectionery Merchant Wholesalers	42449047	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42446001	Fish & Seafood Merchant Wholesalers	42449050	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42446002	Fish & Seafood Merchant Wholesalers	42449055	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447002	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449056	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447005	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449057	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447006	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449061	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42448007	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42449064	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42448008	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42451002	Grain & Field Bean Merchant Wholesalers
42448009	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42451005	Grain & Field Bean Merchant Wholesalers
42448010	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42459003	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42448011	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42459005	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449002	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459007	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449003	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459008	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449005	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459010	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449006	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459017	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
RETAIL TRADE (44)			
44511001	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529902	All Other Specialty Food Stores
44511002	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529903	All Other Specialty Food Stores
44511003	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529905	All Other Specialty Food Stores
44511005	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529906	All Other Specialty Food Stores
44511006	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529907	All Other Specialty Food Stores
44511007	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529909	All Other Specialty Food Stores
44511008	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529910	All Other Specialty Food Stores
44512001	Convenience Stores	44529911	All Other Specialty Food Stores
44521001	Meat Markets	44529912	All Other Specialty Food Stores
44521003	Meat Markets	44529914	All Other Specialty Food Stores
44521004	Meat Markets	44529915	All Other Specialty Food Stores
44521006	Meat Markets	44529917	All Other Specialty Food Stores
44521009	Meat Markets	44529918	All Other Specialty Food Stores
44521010	Meat Markets	44529920	All Other Specialty Food Stores
44521012	Meat Markets	44529921	All Other Specialty Food Stores
44522003	Fish & Seafood Markets	44529923	All Other Specialty Food Stores
44522004	Fish & Seafood Markets	44529924	All Other Specialty Food Stores
44523001	Fruit & Vegetable Markets	44529927	All Other Specialty Food Stores
44523003	Fruit & Vegetable Markets	44529929	All Other Specialty Food Stores
44523005	Fruit & Vegetable Markets	44529930	All Other Specialty Food Stores
44523006	Fruit & Vegetable Markets	44529932	All Other Specialty Food Stores
44529202	Confectionery & Nut Stores	44529934	All Other Specialty Food Stores
44529204	Confectionery & Nut Stores	44529936	All Other Specialty Food Stores
44529205	Confectionery & Nut Stores	44529938	All Other Specialty Food Stores
44529206	Confectionery & Nut Stores		

- Quorus a conçu les instruments d'enquête en collaboration avec les responsables de projet de l'ACIA. Ensemble, elles se sont assurées que les objectifs de la recherche étaient respectés, qu'un langage simple était utilisé et que les questions s'enchaînaient bien. Quorus a collaboré avec l'ACIA

pour finaliser l'instrument d'enquête pour chaque vague, puis traduit vers le français la version anglaise approuvée par le client. Les répondants avaient le choix de faire l'entrevue soit en anglais ou en français.

- Quorus a informé les répondants des droits que leur confèrent la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et la *Loi sur l'accès à l'information* et elle s'est assurée de protéger ces droits tout au long de la recherche. Parmi les mesures qui ont été prises : informer les participants de l'objectif de la recherche; révéler le nom du ministère ou de l'agence ayant commandé la recherche et celui du fournisseur de services au terme de l'entrevue; expliquer aux participants que les résultats de l'étude seraient rendus publics six mois après la fin des travaux, par le biais de Bibliothèque et Archives Canada; les informer que leur participation à l'étude était volontaire et que les renseignements fournis seraient traités conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.
- Les questionnaires finaux approuvés ont été programmés aux fins de la collecte de données téléphonique assistée par ordinateur.
- Au total, 700 entreprises ont participé à la deuxième vague d'enquêtes, dont 200 « détaillants seulement ». Durant la première vague, 670 entreprises avaient participé, dont 300 « détaillants seulement ». La majeure partie des résultats contenus au présent rapport provient d'entreprises qui ne sont pas exclusivement des détaillants (vague 2, n=500; vague 1, n=370), puisque l'auditoire cible est composé d'entreprises alimentaires qui importent ou qui préparent des produits alimentaires pour l'exportation ou pour l'expédition dans d'autres provinces ou territoires. Ces entreprises du secteur alimentaire peuvent avoir ou non une fonction de vente au détail.
- Pour la deuxième vague d'enquêtes, la collecte de données s'est déroulée du 4 février au 1<sup>er</sup> mars 2019. La première vague a eu lieu du 24 octobre au 9 novembre 2018.
- Durant la deuxième vague, l'enquête des « détaillants seulement » a duré 14 minutes, comparativement à 18 minutes pour tous les autres participants. Durant la première vague, l'enquête des « détaillants seulement » a duré 5 minutes, comparativement à 18 à 20 minutes pour tous les autres participants.
- L'enquête a été menée selon les *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages téléphoniques*.
- Pour cette étude, un quota de « détaillants seulement » a été établi pour réduire au minimum la prédominance de ce segment dans l'échantillon global. Les données ont été contrôlées pour s'assurer que les emplacements multiples des mêmes franchises étaient surreprésentés dans l'échantillon.
- La marge d'erreur pour un échantillon de cette taille est de +/- 3,8 %, 19 fois sur 20. Les résultats peuvent être extrapolés à un public plus large, compte tenu de la marge d'erreur associée à un tel échantillon. Les marges d'erreurs varient en fonction de plusieurs facteurs. Par exemple, pour les

sous-groupes composés d'un plus petit échantillon, la marge d'erreur sera plus élevée. En règle générale, la marge d'erreur est à son plus haut lorsque, pour une question donnée, les répondants sont également divisés (la moitié ayant répondu X et l'autre, Z). La marge d'erreur diminue au fur et à mesure que le résultat pour une question donnée approche 0 % ou 100 %.

- Les données ont été pondérées selon le nombre d'entreprises dans chaque segment vertical et par province, selon l'information d'InfoCanada.
- Le taux de réponse était de 14 % pour l'ensemble de l'échantillon de la première vague et 17 % pour la deuxième vague.

## VAGUE 2 – TABLEAU DE COMPOSITION DES APPELS

<b>Nombre total de tentatives d'appels</b>	<b>6 872</b>
<b>Hors du champ d'enquête – Non admissible</b>	<b>647</b>
<b>Non résolu (U)</b>	<b>1 955</b>
<i>Pas de réponse/répondeur</i>	1 955
<b>Admissible – Absence de réponse (IS)</b>	<b>1 248</b>
<i>Barrière linguistique</i>	92
<i>Incapable de répondre au questionnaire (pour cause de maladie/décès)</i>	167
<i>Rappel (répondant non disponible)</i>	1 382
<b>Nombre total sollicité</b>	<b>2 096</b>
<i>Refus</i>	958
<i>Interruption</i>	56
<b>Admissible – Unités répondantes (R)</b>	<b>926</b>
<i>Entrevues complètes</i>	700
<i>NQ – Quota rempli</i>	272
<i>NQ - (INT32) ENTREPRISE NON LIÉE AU SECTEUR ALIMENTAIRE</i>	27
<b>Taux de refus</b>	<b>48,38</b>
<b>Taux de réponse</b>	<b>17,47</b>
<b>Incidence</b>	<b>75,59</b>

## VAGUE 1 – TABLEAU DE COMPOSITION DES APPELS

<b>Nombre total de tentatives d'appels</b>	<b>7 314</b>
<b>Hors du champ d'enquête – Non admissible</b>	<b>594</b>
<b>Non résolu (U)</b>	<b>3 376</b>
<i>Pas de réponse/répondeur</i>	3 376
<b>Admissible – Absence de réponse (IS)</b>	<b>1 248</b>
<i>Barrière linguistique</i>	81
<i>Incapable de répondre au questionnaire (pour cause de maladie/décès)</i>	99
<i>Rappel (répondant non disponible)</i>	1 068
<b>Nombre total sollicité</b>	<b>2 096</b>
<i>Refus</i>	1 127
<i>Interruption</i>	43
<b>Admissible – Unités répondantes (R)</b>	<b>926</b>
<i>Entrevues complètes</i>	670
<i>NQ – Quota rempli</i>	191
<i>NQ - (INT32) ENTREPRISE NON LIÉE AU SECTEUR ALIMENTAIRE</i>	65
<b>Taux de refus</b>	<b>55,82</b>
<b>Taux de réponse</b>	<b>13,78</b>
<b>Incidence</b>	<b>72,35</b>

# Annexes

## Vague 2 - Questionnaires

### Questionnaire 2019 – Version française

*[Les instructions de programmation sont en bleu entre crochets]*

*[Les instructions de l'intervieweur sont en noir, entre crochets et ne sont pas lues]*

#### Introduction

Hello/Bonjour *[pause... au Québec, dire Bonjour/Hello]*. Le gouvernement du Canada mène actuellement un sondage auprès d'entreprises canadiennes. J'aimerais communiquer avec la personne dans votre entreprise qui est principalement responsable de la salubrité des aliments que vous produisez ou vendez. Je tiens à vous rassurer que ceci n'est pas un appel de vente, mais d'une importante étude qui permettra au gouvernement de mieux comprendre les points de vue de l'industrie quant aux pratiques et à la réglementation concernant la salubrité des aliments. J'aimerais donc parler au propriétaire de l'entreprise, au superviseur des ventes de produits alimentaires, au responsable de la salubrité des aliments ou au gestionnaire de l'assurance de la qualité. Êtes-vous l'une de ces personnes? *[SINON : Pouvez-vous me transférer à la bonne personne?]*

***[SI L'APPEL EST TRANSFÉRÉ, REPRENDRE DU DÉBUT]***

***[UNE FOIS QUE LA BONNE PERSONNE EST AU BOUT DU FIL]***

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

***[Remarque : Si le répondant préfère continuer en anglais, l'intervieweur devrait pouvoir procéder ou dire ce qui suit : Thank you. Someone will be calling you back shortly to continue the survey in English.]***

Je m'appelle \_\_\_\_\_ et je téléphone du groupe-conseil Quorus, l'entreprise qui a été retenue pour mener le sondage.

Le sondage dure environ 12 minutes. Votre participation est entièrement volontaire, confidentielle et anonyme. Si vous préférez, nous pouvons vous rappeler à un autre moment. Tout d'abord, j'aimerais confirmer quelques renseignements au sujet de votre entreprise.

- S1. **[NOTER à partir de l'échantillon – ne pas demander]** Province/territoire
- S1A. **[NOTER à partir de l'échantillon – ne pas demander]**  
Code complet à 8 caractères du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)
- S2. Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre entreprise? **[LIRE LA LISTE]**
- |                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 11) Entreprise agricole         | 1  |
| 31) Transformateur ou fabricant | 2  |
| 42) Grossiste ou distributeur   | 3  |
| 44) Détaillant                  | 4  |
| Autre (préciser) : _____        | 77 |
- S3. Quelles sont les activités liées à votre entreprise **[LIRE LA LISTE et sélectionner tout ce qui s'applique.]**
- |   |   |
|---|---|
| a) Importation de produits alimentaires   | 1 |
| b) Exportation de produits alimentaires ou préparation, transformation, traitement, fabrication ou conservation de produits alimentaires pour l'exportation | 2 |
| c) Préparation, transformation, traitement, fabrication ou conservation de produits alimentaires pour l'expédition dans d'autres provinces ou territoires   | 3 |
| d) Triage, étiquetage ou emballage de produits alimentaires pour l'exportation ou l'expédition dans d'autres provinces ou territoires                       | 4 |
| e) Culture de fruits, de légumes ou de céréales pour l'exportation ou la distribution dans d'autres provinces ou territoires                                | 5 |
| f) Envoi ou transport de produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste ou distributeur)   | 6 |
| g) Vente au détail de produits alimentaires directement aux consommateurs   | 7 |
| h) Production de produits alimentaires biologiques [note pour l'intervieweur : y compris la viande biologique, les produits laitiers biologiques, etc.]     | 8 |
| i) Aucune de ces réponses   | 9 |

S3A. **[SI A RÉPONDU « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À LA QUESTION S3, DEMANDER :]** Quel est le principal secteur d'activités de votre entreprise?

---

**[SI L'ENTREPRISE EST À VOCATION ALIMENTAIRE, REVISITER S3 ET POURSUIVRE L'ENTRETIEN. SI L'ENTREPRISE N'EST PAS À VOCATION ALIMENTAIRE - REMERCIER ET CONCLURE.]**

S3B1. **[POSER LA QUESTION S3B1 SI S3=1]** De quelle région importez-vous des produits alimentaires à l'heure actuelle **[LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]?**

États-Unis	1
Amérique centrale / Caraïbes	2
Amérique du Sud	3
Afrique	4
Europe de l'Ouest	5
Europe de l'Est	6
Moyen-Orient	7
Asie (Pacifique)	8
Chine	9
Indes	10
Australie	11

S3B2. **[POSER LA QUESTION S3B2 SI S3=2]** Vers quelle région exportez-vous des produits alimentaires à l'heure actuelle **[LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]?**

États-Unis	1
Amérique centrale / Caraïbes	2
Amérique du Sud	3
Afrique	4
Europe de l'Ouest	5
Europe de l'Est	6
Moyen-Orient	7
Asie (Pacifique)	8
Chine	9
Indes	10
Australie	11

**[IDENTIFIER COMME « DÉTAILLANT SEULEMENT » SI A SÉLECTIONNÉ UNIQUEMENT le « Code 7' À LA QUESTION S3]**

S5. Vous compris, combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. **[LIRE LA LISTE] [C'est-à-dire le total des employés, y compris les temporaires et ceux à temps partiel.]**

1 – [Travailleur autonome]	1
2 à 4 employés	2
5 à 10 employés	3
11 à 99 employés	4
100 à 499 employés	5
500 employés et plus	6
Ne sait pas <b>[Ne pas lire]</b>	8
Refuse <b>[Ne pas lire]</b>	9

S6. À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. **[LIRE LA LISTE] [EN CAS DE REFUS : Je tiens à vous rappeler que ces renseignements serviront uniquement à des fins de classification et ne seront pas associés aux entreprises qui participent au sondage.]**

30 000 \$ ou moins par année	1
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	2
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	3
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	4
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	5
5 millions \$ et plus par année	6
Ne sait pas <b>[NE PAS LIRE]</b>	8
Refuse <b>[NE PAS LIRE]</b>	9

S7. Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas/incertain <b>[NE PAS LIRE ET OBTENIR DES PRÉCISIONS AU BESOIN.]</b>	9

## Activités liées à la salubrité des aliments

A1. Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, dans quelle mesure êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et la réglementation en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ».

1 – Pas du tout convaincu

2

3

4

5

6

7 – Très convaincu

9 – Ne sait pas [**NE PAS LIRE**]

A2. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

A3. Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? **[LIRE LA LISTE - SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] [RANDOMISER.]**

**[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** 1

Rédaction/documentation des procédures d'exploitation normalisées sur la salubrité des aliments

**[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** Mesures de 2

contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan

**[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** Mesures 3

de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou un autre programme **[SI ON VOUS DEMANDE : Système HACCP = système d'analyse des risques aux points critiques; PCQ = programme de contrôle de la qualité]**

Programme de traçabilité établi **[AU BESOIN : Il s'agit de documentation écrite permettant de retracer tous les produits alimentaires que vous achetez ou que vous vendez, le cas échéant.]** 4

**[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** Utilisation 5

d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ **[SI ON VOUS DEMANDE : IMSA = Initiative mondiale de salubrité des aliments (GFSI);**

ISO = Organisation internationale de normalisation; PCQ = programme de contrôle de la qualité)]

<b>[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]</b> Détient une licence pour les aliments ou un enregistrement délivré par l'ACIA	6
Envoi périodique d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	7
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	8
Aucune de ces réponses	9

### Connaissance de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada

B1. Sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas du tout » et 7, « très bien », à quel point diriez-vous que vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments ou l'ACIA?

- 1 – Ne connaît pas du tout
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Connaît très bien
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

B1a. Au cours des trois à quatre dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu des annonces publicitaires provenant de l'Agence canadienne d'inspection des aliments?

- |     |                                    |
|-----|------------------------------------|
| Oui | 1                                  |
| Non | 2 – <b>PASSER À LA QUESTION B2</b> |

B1b. En réfléchissant à la publicité qui vous vient à l'esprit, de quoi vous souvenez-vous au sujet des annonces publicitaires? **[NE PAS LIRE]**

La mention spécifique du règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)	1
La mention d'aliments sains ou d'un nouveau règlement/la mention de règlements en général	2
Un autre programme de l'ACIA	3
Autre réponse ( <b>DOCUMENTER</b> ) _____	77
Ne sait pas/ne me souviens pas _____	99

B2. **[DEMANDER SI NON MENTIONNÉ À LA QUESTION B1b]** Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas/incertain <b>[NE PAS LIRE ET OBTENIR DES PRÉCISIONS AU BESOIN.]</b>	9

B2A. **[SI B1b = 1 OU si B2=OUI]** Si vous avez répondu par l'affirmative, où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement?

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

B3. Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « ne comprend pas du tout » et 7, « comprend très bien » pour décrire comment vous croyez comprendre les règlements de salubrité des aliments qui s'appliquent à votre entreprise.

- 1 – Ne comprend pas du tout
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Comprend très bien
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

B7. **[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires?

**[RANDOMISER LES RÉPONSES DE 1 À 3] [LIRE LES RÉPONSES DE 1 À 3]**

Licence	1
Plan écrit de contrôle préventif	2
Respect des exigences en matière de traçabilité	3
Autre réponse (préciser) :	77

---

## Contact avec l'ACIA

Je vais maintenant vous poser quelques questions au sujet de vos interactions avec l'ACIA au cours de la dernière année.

C1a. Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. **[SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE. AU BESOIN, LUI RAPPELER QUE CE SONT LES ACTIVITÉS DES 12 DERNIERS MOIS.]**

Recherche d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le <b>site Web</b> de l'ACIA	1
Contact direct avec l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements, à l'exception des permissions, des licences, des enregistrements ou des certifications	2
Contact avec l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	3
Demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	4
Inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	5
Exécution d'un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	6
J'ai consulté la Page de recherche de directives pour trouver des renseignements d'orientation opérationnelle	7
Je n'ai cherché aucune information et je n'ai eu aucun contact personnel avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	8
Ne sait pas/refuse <b>[NE PAS LIRE]</b>	9

### **[DEMANDER C1 SI A EU DES INTERACTIONS AVEC L'ACIA À LA QUESTION C1A (1-4)]**

C1. Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... **[LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE.]**

En personne à un bureau de l'ACIA	1
Au téléphone	2
Sur le site Web de l'ACIA	3
Par courriel	4
Par le biais des médias sociaux	5
Dans un webinaire	6
Autre réponse (préciser) : _____	77

C1b. **[DEMANDER SI « SITE WEB » EST SÉLECTIONNÉ À LA QUESTION C1]** À quel point l'information du site Web de l'ACIA vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout utile » et 7, « très utile ».

- 1 – Pas du tout utile
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très utile
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

C1c. **[DEMANDER SI « SITE WEB » EST SÉLECTIONNÉ À LA QUESTION C1]** Comment l'ACIA pourrait-elle améliorer son site Web?

---

---

C1d. **[DEMANDER SI « COURRIEL » EST SÉLECTIONNÉ À LA QUESTION C1]** Dans quelle mesure l'information acheminée dans un courriel vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout utile » et 7, « très utile ».

- 1 – Pas du tout utile
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très utile
- 99 – Ne sait pas/Refuse **[NE PAS LIRE]**

C1e. **[DEMANDER SI « TÉLÉPHONE » EST SÉLECTIONNÉ À LA QUESTION C1]** Dans quelle mesure l'information donnée au téléphone vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout utile » et 7, « très utile ».

- 1 – Pas du tout utile
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très utile

9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

C1f. **[DEMANDER SI « EN PERSONNE » EST SÉLECTIONNÉ À LA QUESTION C1]** Dans quelle mesure l'information obtenue en personne vous a-t-elle aidé à trouver les renseignements que vous recherchez? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout utile » et 7, « très utile ».

1 – Pas du tout utile

2

3

4

5

6

7 – Très utile

9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

C1g. Comment préférez-vous demander et recevoir des renseignements réglementaires de l'ACIA? **[LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE.]**

Par une fenêtre de discussion – une discussion interactive au moyen de réponses activées par ordinateur sur le site Web de l'ACIA 1

Par une discussion en direct avec un représentant du service à la clientèle sur le site Web de l'ACIA 2

Par téléphone 3

Par courriel 4

Par les médias sociaux 5

Autre réponse (préciser) : \_\_\_\_\_ 77

C1h. Comment préférez-vous demander et recevoir les services de l'ACIA, par exemple les licences pour les aliments ou les certificats d'exportation? **[LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE.]**

À partir du site Web de l'ACIA 1

Par courriel 2

Par les médias sociaux 3

Par télécopieur 4

En personne dans un bureau de l'ACIA 5

Autre réponse (préciser) : \_\_\_\_\_ 77

C2. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? **[ALTERNER LES ÉNONCÉS]**

	1	2	3	4	5	6	7	Ne sait pas
	Pas du tout en accord						Fortement en accord	<b>[NE PAS LIRE]</b>

a) L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires.								
b) L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre.								
c) L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires.								
d) L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun.								

### Mon ACIA

F1. Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »?

- Oui, je l'ai utilisé **[DEMANDER DES PRÉCISIONS]** 1
- Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé 2
- Non 3
- Ne sait pas/refuse **[NE PAS LIRE]** 9

### **[SI A RÉPONDU « OUI, JE L'AI UTILISÉ » À LA QUESTION F1, POSER LES QUESTIONS F1A À F2A.]**

F1A Avez-vous déjà utilisé le portail pour... **[LIRE LA LISTE ET SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]**

- Faire une nouvelle demande de licence 1
- Renouveler une licence 2
- Demander un permis 3
- Obtenir un certificat d'exportation 4
- Vous enregistrer 5
- Une inscription seulement 6
- Autre réponse (préciser) : \_\_\_\_\_ 77

F2. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait », veuillez indiquer votre niveau de satisfaction général par rapport au service « Mon ACIA ».

- 1 – Pas du tout satisfait
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très satisfait
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

F2a. Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

F3. **[SI A RÉPONDU « OUI, JE L’AI UTILISÉ » À LA QUESTION F1, NE PAS LIRE L’ÉNONCÉ]** : Mon ACIA est un portail Web qui offre aux clients un accès sécurisé à un nombre croissant de services en ligne. C’est un moyen sûr et pratique pour transiger avec l’ACIA. Mon ACIA peut être utilisé pour gérer et faire le suivi des demandes de service en ligne, y compris les permissions comme les licences, les permis, les enregistrements et les certificats d’exportation. Vous pouvez y accéder à [inspection.gc.ca/monacia](http://inspection.gc.ca/monacia) (en anglais : [inspection.gc.ca/mycfia](http://inspection.gc.ca/mycfia)).

Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l’avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ».

- 1 – Pas du tout probable
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très probable
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

F4. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

#### Fardeau de conformité

G1. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? **[AU BESOIN :** « Contraignantes » est définie comme étant un fardeau de conformité inutile et indu, soit le temps et les ressources consacrés par une entreprise pour démontrer qu’elle respecte la réglementation fédérale.]

- 1 – Pas contraignantes du tout
- 2

- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très contraignantes
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

**[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ».

G1A. Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire.

- 1 – Pas du tout en accord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Fortement en accord
- 8 – Je n'effectue aucune recherche pour obtenir de l'information sur la salubrité alimentaire. **[NE PAS LIRE]**
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G1B. **[NE DEMANDER PAS SI LE RÉPONDANT EST « DÉTAILLANT SEULEMENT »]** L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information sur la réglementation.

- 1 – Pas du tout en accord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Fortement en accord
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G2. En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ».

- 1 – Pas du tout satisfait
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très satisfait
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G3. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

G4. Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? **[SONDER LA MANIÈRE D'OBTENIR L'INFORMATION; LE TYPE D'INFORMATION FAIT L'OBJET DE LA QUESTION G4A. – NE PAS LIRE, CHOISIR UNE SEULE RÉPONSE]**

Le site Web n'est pas convivial / il est difficile à naviguer	1
Manque de renseignements clairs / information difficile à comprendre	2
Manque de notifications / mises à jour	3
Trop d'information / grand volume d'information	4
Absence de service à la clientèle / le service ne répond pas ou est mal adapté	5
Recherche / trouver l'information demande beaucoup trop de temps	6
Autre réponse (préciser) : _____	7
Rien à signaler / Il n'y en a pas	88
Ne sait pas / Refuse	99

G4a. Selon vous, sur quels **sujets** relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs?

---

---

---

Aucun sujet en particulier 98

Ne sait pas – Refuse 99

Voilà qui termine notre entrevue. Au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, je vous remercie d'avoir participé à l'étude. Si vous souhaitez en apprendre davantage sur l'ACIA et la salubrité des aliments, rendez-vous sur le site [inspection.gc.ca/alimentssalubres](http://inspection.gc.ca/alimentssalubres). La trousse à l'intention des entreprises contient des outils numériques qui vous aideront à savoir si vous avez ou non besoin d'une licence et les délais prescrits. Il vous indiquera également si vous avez besoin d'un plan écrit de contrôle préventif et décrira les exigences en matière de traçabilité.

## Vague 1 – Questionnaires

### Questionnaire 2018-2019 – Version française

*[Les instructions de programmation sont en bleu entre crochets]*

*[Les instructions de programmation et d'interviewer sont en noir, entre crochets et ne sont pas lues]*

#### Introduction

Hello/Bonjour *[pause... au Québec, dire Bonjour/Hello]*. Le gouvernement du Canada mène actuellement un sondage auprès d'entreprises canadiennes. J'aimerais communiquer avec la personne dans votre entreprise qui est principalement responsable de la salubrité des aliments que vous produisez ou vendez. Je tiens à vous rassurer que ceci n'est pas un appel de vente, mais d'une importante étude qui permettra au gouvernement de mieux comprendre les points de vue de l'industrie quant aux pratiques et à la réglementation concernant la salubrité des aliments.

J'aimerais donc parler au propriétaire de l'entreprise, au superviseur des ventes de produits alimentaires, au responsable de la salubrité des aliments ou au gestionnaire de l'assurance de la qualité. Êtes-vous l'une de ces personnes? *[SINON : Pouvez-vous me transférer à la bonne personne?]*

***[SI L'APPEL EST TRANSFÉRÉ, REPRENDRE DU DÉBUT]***

***[UNE FOIS QUE LA BONNE PERSONNE EST AU BOUT DU FIL]***

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

***[Remarque : Si le répondant préfère continuer en anglais, l'intervieweur devrait pouvoir procéder ou dire ce qui suit : Thank you. Someone will be calling you back shortly to continue the survey in English.]***

Je m'appelle \_\_\_\_\_ et je téléphone du groupe-conseil Quorus, l'entreprise qui a été retenue pour mener le sondage.

Le sondage dure environ 12 minutes. Votre participation est entièrement volontaire, confidentielle et anonyme. Si vous préférez, nous pouvons vous rappeler à un autre moment.

Tout d'abord, j'aimerais confirmer quelques renseignements au sujet de votre entreprise.

S1. ***[NOTER à partir de l'échantillon – ne pas demander]*** Province/territoire

S1A. ***[NOTER à partir de l'échantillon – ne pas demander]***

Code complet à 8 caractères du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)

- S2. Laquelle de ces catégories décrit le mieux votre entreprise? **[LIRE LA LISTE]**
- |                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 11) Entreprise agricole         | 1  |
| 31) Transformateur ou fabricant | 2  |
| 42) Grossiste ou distributeur   | 3  |
| 44) Détaillant                  | 4  |
| Autre (préciser) : _____        | 77 |
- S3. Quelles sont les activités liées à votre entreprise **[LIRE LA LISTE et sélectionner tout ce qui s'applique.]**
- |  |   |
|--|---|
| j) Importation de produits alimentaires  | 1 |
| k) Exportation de produits alimentaires ou préparation de produits alimentaires pour l'exportation   | 2 |
| l) Préparation, transformation, traitement, fabrication ou conservation de produits alimentaires pour l'exportation ou l'expédition dans d'autres provinces ou territoires | 3 |
| m) Triage, étiquetage ou emballage de produits alimentaires pour l'exportation ou l'expédition dans d'autres provinces ou territoires                                      | 4 |
| n) Culture de fruits, de légumes ou de céréales pour l'exportation ou la distribution dans d'autres provinces ou territoires   | 5 |
| o) Envoi ou transport de produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossiste ou distributeur)  | 6 |
| p) Vente au détail de produits alimentaires directement aux consommateurs  | 7 |
| q) Production de produits alimentaires biologiques [note pour l'intervieweur : y compris la viande biologique, les produits laitiers biologiques, etc.]                    | 8 |
| r) Aucune de ces réponses  | 9 |

S3A. **[SI A RÉPONDU « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À LA QUESTION S3, DEMANDER :]** Quel est le principal secteur d'activités de votre entreprise?

---

**[SI L'ENTREPRISE EST À VOCATION ALIMENTAIRE, REVISITER S3 ET POURSUIVRE L'ENTRETIEN. SI L'ENTREPRISE N'EST PAS À VOCATION ALIMENTAIRE - REMERCIER ET CONCLURE.]**

**[IDENTIFIER COMME « DÉTAILLANT SEULEMENT » SI A SÉLECTIONNÉ UNIQUEMENT « G » À LA QUESTION S3]**

**[POSER LES QUESTIONS S4, S4A ET S4B AUX ENTREPRISES FAISANT UNIQUEMENT DU COMMERCE DE DÉTAIL.]**

S4. Avez-vous mis en place un mécanisme qui vous permet de retracer vos fournisseurs de produits alimentaires?

Oui	1
Non	2
Incertain	3

S4A. Avez-vous entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada?

Oui	1
Non	2
Incertain	3

S4B. Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui entrera en vigueur le 15 janvier 2019 exige de la plupart des entreprises alimentaires qu'elles puissent retracer leurs fournisseurs de produits?

Oui	1
Non	2

S5. Vous compris, combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. **[LIRE LA LISTE] [C'est-à-dire le total des employés, y compris les temporaires et ceux à temps partiel.]**

1 – [Travailleur autonome]	1
2 à 4 employés	2
5 à 10 employés	3
11 à 99 employés	4
100 à 499 employés	5
500 employés et plus	6
Ne sait pas <b>[Ne pas lire]</b>	8
Refuse <b>[Ne pas lire]</b>	9

S6. À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos opérations canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. **[LIRE LA LISTE] [EN CAS DE REFUS : Je tiens à vous rappeler que ces renseignements serviront uniquement à des fins de classification et ne seront pas associés aux entreprises qui participent au sondage.]**

30 000 \$ ou moins par année	1
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	2
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	3
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	4
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	5
5 millions \$ et plus par année	6
Ne sait pas <b>[NE PAS LIRE]</b>	8
Refuse <b>[NE PAS LIRE]</b>	9

S7. Votre entreprise est-elle détenue ou gérée par des Autochtones?	
Oui	1
Non	2
Ne sait pas/incertain <b>[NE PAS LIRE ET OBTENIR DES PRÉCISIONS AU BESOIN.]</b>	9

**[CONCLURE L'ENTRETIEN SI LES QUOTAS DE « DÉTAILLANT SEULEMENT » SONT ATTEINTS. LE QUOTA CIBLE SERA DÉTERMINÉ À LA SUITE DES 200 PREMIERS ENTRETIENS]**

---

#### Activités liées à la salubrité des aliments

A1. En ce qui concerne la salubrité des aliments en général, qui est en premier lieu responsable de s'assurer que les aliments vendus au Canada sont sains? **[LIRE LA LISTE.]**

**[RANDOMISER]**

Le gouvernement fédéral	1
L'industrie alimentaire	2
Le gouvernement provincial	3
Les agriculteurs canadiens	4
Les consommateurs	5
Quelqu'un d'autre (préciser) <b>[NE PAS RANDOMISER]</b> _____	77
Ne sait pas <b>[NE PAS RANDOMISER]</b>	99

A2. Sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas du tout » et 7, « très bien », à quel point avez-vous l'impression de comprendre la réglementation en matière de salubrité alimentaire qui s'applique à vos produits?

- 1 – Pas du tout
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très bien
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

A3. Parmi les activités suivantes, quelles sont celles qui s'appliquent à votre entreprise? **[LIRE LA LISTE - SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] [RANDOMISER.]**

Rédaction/documentation des procédures d'exploitation normalisées	1
Mesures de contrôle préventif en place, mais non rédigées ou documentées dans un plan	2

Mesures de contrôle préventif en place, exposées dans un plan écrit, comme un système HACCP, un PCQ ou un autre programme <b>[SI ON VOUS DEMANDE : Système HACCP = système d'analyse des risques aux points critiques; PCQ = programme de contrôle de la qualité]</b>	3
Programme de traçabilité établi <b>[AU BESOIN : Il s'agit de renseignements consignés par écrit permettant de retracer tous les produits alimentaires en amont ou en aval, le cas échéant.]</b>	4
Utilisation d'un système de certification ou de salubrité des aliments, comme IMSA, ISO ou PCQ <b>[SI ON VOUS DEMANDE : IMSA = Initiative mondiale de salubrité des aliments (GFSI); ISO = Organisation internationale de normalisation]</b>	5
Méthode de contrôle de la qualité Six Sigma	6
Envoi régulier d'employés à des formations sur la salubrité alimentaire	7
Programme de formation interne sur la salubrité des aliments	8
Aucune de ces réponses	9

#### Connaissance de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada

B1. Sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas du tout » et 7, « très bien », à quel point diriez-vous que vous connaissez l'Agence canadienne d'inspection des aliments ou l'ACIA?

- 1 – Ne connaît pas du tout
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Connaît très bien
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

B2. Avez-vous entendu, vu ou lu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada qui impose de nouvelles exigences en matière salubrité des aliments et qui entrera en vigueur le 15 janvier 2019?

- |   |   |
|---|---|
| Oui   | 1 |
| Non   | 2 |
| Ne sait pas/incertain <b>[NE PAS LIRE ET OBTENIR DES PRÉCISIONS AU BESOIN.]</b> | 9 |

B2A. **[SI B2=OUI]** Si vous avez répondu par l'affirmative, où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement?

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

B3. Croyez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada s'appliquera à votre entreprise?

Oui	1
Non	2
Incertain	9

Saviez-vous que le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada exige ce qui suit de la plupart des entreprises réglementées par l'ACIA?

B4. Avoir une licence de l'ACIA

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	9

B5. Avoir un plan écrit de contrôle préventif

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	9

B6. Respecter des exigences en matière de traçabilité

Oui	1
Non	2
Ne sait pas	9

B7. Selon vous, laquelle de ces trois principales obligations en matière de salubrité des aliments représente le plus grand défi pour les entreprises alimentaires?

**[RANDOMISER LES RÉPONSES DE 1 À 3] [LIRE LES RÉPONSES DE 1 À 3]**

Licence	1
Plan écrit de contrôle préventif	2
Respect des exigences en matière de traçabilité	3
Aucune de ces réponses	9

#### Contact avec l'ACIA

Je vais maintenant vous poser quelques questions au sujet de vos interactions avec l'ACIA au cours de la dernière année.

C1a. Je vais vous lire plusieurs énoncés. Veuillez me dire quelles sont les activités que vous avez menées au cours des 12 derniers mois. **[SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE. AU BESOIN, LUI RAPPELER QUE CE SONT LES ACTIVITÉS DES 12 DERNIERS MOIS.]**

Recherche d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments sur le <b>site Web</b> de l'ACIA	1
Contact direct avec l'ACIA pour obtenir de l'information ou des conseils techniques sur les règlements en matière de salubrité des aliments ou l'interprétation de ces règlements, à l'exception des permissions, des licences, des enregistrements ou des certifications	2
Contact avec l'ACIA pour obtenir de l'information [et non faire une demande] sur une permission, une licence ou un certificat	3
Demande de permission, de licence, d'enregistrement ou de certificat de l'ACIA	4
Inspection de la part de l'ACIA au cours des 12 derniers mois	5
Lancement d'un rappel, volontaire ou imposé, d'un produit	6
Je n'ai cherché aucune information et je n'ai eu aucun contact personnel avec l'ACIA au cours des 12 derniers mois	7
Ne sait pas/refuse <b>[NE PAS LIRE]</b>	9

**[DEMANDEZ C1 SI A EU DES INTERACTIONS AVEC L'ACIA À LA QUESTION C1A (1-4)]**

C1. Vous avez déclaré avoir communiqué avec l'ACIA pour obtenir des renseignements ou vous prévaloir d'un service. Comment avez-vous accédé à l'information ou au service de l'ACIA ou comment l'avez-vous demandé? L'avez-vous fait... **[LIRE LA LISTE. SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE.]**

En personne	1
Au téléphone	2
Sur le site Web de l'ACIA	3
Par courriel	4
Par le biais des médias sociaux	5
Autre réponse (préciser) : _____	77

C2. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord », compte tenu de vos impressions générales de l'ACIA, comment évalueriez-vous chacun des énoncés suivants? **[ALTERNER LES ÉNONCÉS]**

	1 Pas du tout en accord	2	3	4	5	6	7 Fortement en accord	Ne sait pas <b>[NE PAS LIRE]</b>
e) L'ACIA fait preuve d'équité durant ses inspections d'entreprises alimentaires.								
f) L'ACIA exerce ses activités efficacement.								

g) L'information que l'ACIA fournit aux entreprises alimentaires est simple à comprendre.								
h) L'ACIA fournit suffisamment d'information pour vous aider à remplir vos obligations réglementaires.								
i) L'ACIA vous fournit de l'information en temps opportun.								

### Mon ACIA

F1. Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le portail en ligne de l'ACIA qui s'appelle « Mon ACIA »?

- Oui, je l'ai utilisé **[DEMANDER DES PRÉCISIONS]** 1
- Oui, mais je ne l'ai jamais utilisé 2
- Non 3
- Ne sait pas/refuse **[NE PAS LIRE]** 9

**[SI A RÉPONDU « OUI, JE L'AI UTILISÉ » À LA QUESTION F1, POSER LES QUESTIONS F1A À F2A.]**

F1A Avez-vous déjà utilisé le portail pour... **[LIRE LA LISTE ET SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.]**

- Faire une nouvelle demande de licence 1
- Renouveler une licence 2
- Demander un permis 3
- Obtenir un certificat d'exportation 4
- Vous enregistrer 5
- Une inscription seulement 6
- Autre réponse (préciser) : \_\_\_\_\_ 77

F2. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait », veuillez indiquer votre niveau de satisfaction général par rapport au service « Mon ACIA ».

- 1 – Pas du tout satisfait
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très satisfait
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

F2a. Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

F3. **[SI A RÉPONDU « OUI, JE L’AI UTILISÉ » À LA QUESTION F1, NE PAS LIRE L’ÉNONCÉ]** : Mon ACIA est un portail Web qui offre aux clients un accès sécurisé à un nombre croissant de services en ligne. C’est un moyen sûr et pratique pour transiger avec l’ACIA. Mon ACIA peut être utilisé pour gérer et faire le suivi des demandes de service en ligne, y compris les permissions comme les licences, les permis, les enregistrements et les certificats d’exportation. Vous pouvez y accéder à [inspection.gc.ca/monacia](http://inspection.gc.ca/monacia) (en anglais : [inspection.gc.ca/mycfia](http://inspection.gc.ca/mycfia)).

Dans quelle mesure est-ce probable que vous utilisiez Mon ACIA à l’avenir? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas probable du tout » et 7, « très probable ».

- 1 – Pas du tout probable
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très probable
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

F4. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

#### Fardeau de conformité

G1. Sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas contraignantes du tout » et 7 « très contraignantes », dans quelle mesure les formalités administratives associées à la réglementation alimentaire au Canada sont-elles contraignantes? **[AU BESOIN : « Contraignantes » est définie comme étant un fardeau de conformité inutile et indu, soit le temps et les ressources consacrés par une entreprise pour démontrer qu’elle respecte la réglementation fédérale.]**

- 1 – Pas contraignantes du tout
- 2
- 3
- 4
- 5

- 6
- 7 – Très contraignantes
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

En ce qui concerne votre entreprise, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou non avec chacun des énoncés suivants, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout en accord » et 7, « fortement en accord ».

G1A. Au cours des 12 derniers mois, j'ai pu consacrer moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin sur la salubrité alimentaire.

- 1 – Pas du tout en accord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Fortement en accord
- 8 – Je n'effectue aucune recherche pour obtenir de l'information sur la salubrité alimentaire. **[NE PAS LIRE]**
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G1B. L'ACIA tient compte des besoins des entreprises pour développer de nouveaux produits d'information sur la réglementation.

- 1 – Pas du tout en accord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Fortement en accord
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G2. En ce qui concerne le service que vous avez reçu de l'ACIA au cours des 12 derniers mois, veuillez évaluer votre niveau de satisfaction, sur une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout satisfait » et 7, « très satisfait ».

- 1 – Pas du tout satisfait
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très satisfait
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G3. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous avez donné cette note.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

G4. Selon vous, quel est le plus grand défi lorsque vient le moment de trouver de l'information sur les exigences et les règlements sur la salubrité des aliments? **[SONDER LA MANIÈRE D'OBTENIR L'INFORMATION; LE TYPE D'INFORMATION FAIT L'OBJET DE LA QUESTION G4A.]**

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

G4a. Selon vous, sur quels **sujets** relatifs à la salubrité des aliments est-il ardu d'obtenir des renseignements clairs?

---

---

---

Aucun sujet en particulier 98

Ne sait pas – Refuse 99

G5. Si votre entreprise faisait l'objet d'une inspection par l'ACIA aujourd'hui, à quel point êtes-vous convaincu que vous respecteriez les exigences et les réglementations en matière de salubrité alimentaire? Veuillez utiliser une échelle de 7 points où 1 signifie « pas du tout convaincu » et 7, « totalement convaincu ».

- 1 – Pas du tout convaincu
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 – Très convaincu
- 9 – Ne sait pas **[NE PAS LIRE]**

G6. **[SI LA NOTE EST DE 1 À 7]** Veuillez expliquer pourquoi vous dites cela.

---

---

---

Ne sait pas – Refuse 99

Voilà qui termine notre entrevue. Au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, je vous remercie d'avoir participé à l'étude. Si vous souhaitez en apprendre davantage sur l'ACIA et la salubrité des aliments, rendez-vous sur le site [inspection.gc.ca/alimentssalubres](http://inspection.gc.ca/alimentssalubres). La trousse à l'intention des entreprises contient des outils numériques qui vous aideront à savoir si vous avez ou non besoin d'une licence et les délais prescrits. Il vous indiquera également si vous avez besoin d'un plan écrit de contrôle préventif et décrira les exigences en matière de traçabilité.