



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

2019 - Perceptions des consommateurs à l'égard des aliments

Rapport de recherche qualitative

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Numéro du contrat : 01B68-200141/001/CY

Valeur du contrat : 84 931,08 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 13 juin 2019

Date de livraison : 17 juillet 2019

Numéro d'enregistrement : ROP 023-19

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Agriculture et Agroalimentaire Canada à : aafc.por-rop.aac@canada.ca

This report is also available in English.

Canada 

2019 - Perceptions des consommateurs à l'égard des aliments

Rapport de recherche qualitative

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : **Earnscliffe Strategy Group**

Juillet 2019

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les conclusions de groupes de discussion menés par Earnscliffe Strategy Group pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. La recherche a été menée en juin 2019.

This publication is also available in English under the title : **2019 Consumer Perceptions of Food – Qualitative Research Report**

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut auparavant obtenir la permission écrite d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez contacter Agriculture et Agroalimentaire Canada à : aafc.por-rop.aac@canada.ca.

Direction générale des affaires publiques
Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline
Ottawa (Ontario) K1A 0C5

Catalogue numéro :

A22-629/1-2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-32354-1

Agriculture et Agroalimentaire Canada numéro :

12982F

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2019.

Table des matières

- Introduction.....4
- Résultats détaillés.....6
 - Confiance dans la salubrité alimentaire.....11
 - Confiance du public.....16
 - Communications.....17
- Conclusions.....20
- Annexe A: Guide de discussion.....22
- Annexe B : Questionnaire de recrutement.....29

Résumé analytique

L'agence Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureuse de remettre, à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), son rapport résumant les conclusions d'une recherche qualitative portant sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments.

AAC mène régulièrement des recherches sur les perceptions des Canadiennes et des Canadiens à l'égard des aliments. Plus tôt cette année, de concert avec un autre fournisseur, AAF a mené une cinquième étude quantitative afin de mesurer les changements dans les perceptions des consommateurs, leurs comportements d'achat et préférences pour certains attributs alimentaires, et afin d'évaluer les perceptions et comportements des consommateurs concernant les attributs alimentaires ayant fait l'objet d'une attention accrue des acheteurs. Afin de valider les résultats découlant de l'étude quantitative, d'aller plus loin dans les thèmes sous étude et de rechercher les éléments de justification et de clarification derrière certaines des réponses, AAC a voulu mener une phase de suivi de recherche qualitative.

Le présent rapport porte sur les conclusions de la phase qualitative. Les résultats serviront à renseigner le ministère et à façonner le marketing du portefeuille et du secteur, les initiatives de promotion et d'innovation en fonction de l'état actuel des perceptions des consommateurs à l'égard de la qualité des aliments et des attributs du marché au Canada. AAC voulait aussi recueillir des commentaires sur des domaines d'intérêt nouveau et changeants. La valeur du contrat de la phase qualitative s'élève à 84 931,08 \$, incluant la TVH.

Pour les fins de cette étude, nous avons réuni douze groupes (personnes sur place) dans cinq villes – Moncton, Nouveau-Brunswick (24 juin); Montréal, Québec (25 juin); Toronto, Ontario (25 juin); Winnipeg, Manitoba (26 juin); et Edmonton, Alberta (27 juin). Ces villes ont été choisies parce qu'elles constituent un bon échantillon de centres urbains des quatre coins du Canada et qu'on y trouve une concentration de communautés minoritaires de langue officielle (CMLLO). Pour répondre à cette exigence, nous avons mené une séance en français avec des francophones vivant à l'extérieur du Québec (à Moncton); et une autre séance en anglais avec des anglophones vivant au Québec (à Montréal).

Les participants aux groupes de discussion étaient des adultes (18+) qui sont responsables seuls ou conjointement des courses à l'épicerie. À chaque endroit, les séances ont commencé à 17 h 30 et à 19 h 30 et elles ont duré entre une heure et demie et deux heures.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et d'opinion publique. La recherche à l'aide de groupes de discussion n'est pas conçue pour aider un groupe à parvenir à un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour susciter une gamme complète d'idées, d'attitudes, d'expériences et d'opinions d'un échantillonnage choisi de participants sur un sujet défini. En raison de leur petit nombre, on ne peut attendre des participants qu'ils soient totalement représentatifs au sens statistique de la population plus large dont ils sont tirés et les conclusions ne peuvent être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre.

Les principales conclusions de la recherche sont présentées ci-dessous.

- La grande majorité des participants dans toutes les régions n'étaient pas du tout préoccupés de la qualité ou de la salubrité des aliments disponibles. En effet, les principaux facteurs derrière le comportement d'achat d'aliments sont le prix et le rapport qualité-prix, suivi de la qualité des aliments (dans le sens de « fraîcheur », « goût », « texture », « tendreté »), et de la commodité.
- Quand on leur a demandé les caractéristiques qu'ils recherchent au moment d'acheter des aliments, les participants ont été peu nombreux à mentionner quelque chose de spécifique bien que quelques-uns aient dit qu'ils recherchent des produits locaux ou fabriqués au Canada, biologiques (pour certains) ou des aliments/ingrédients à éviter en raison d'allergies ou de restrictions alimentaires (c.-à-d., sans gluten, faibles en sodium, etc.).
- Dans toutes les villes sauf à Montréal, les interprétations données par les participants à ce qui constitue des aliments produits localement allaient au-delà de leur ville et de leur province pour inclure les provinces voisines. Ce qui a été le plus souvent déduit des aliments produits localement est qu'ils sont généralement de meilleure qualité (tel que défini ci-dessus) et meilleurs pour l'environnement puisqu'ils sont transportés sur de moins grandes distances jusqu'à destination. L'élément le plus important de l'achat local est souvent lié au désir de soutenir les producteurs locaux et de redonner à la collectivité.
- Certains ont souvent désigné les aliments produits localement comme biologiques. Lorsqu'on les a invités à préciser leur pensée, ces participants ont indiqué qu'ils achètent des produits biologiques parce qu'ils veulent croire que le produit est plus naturel et moins dommageable (sans agents de conservation, hormones, pesticides, etc.), mais plusieurs participants ont admis ne pas savoir à quoi se réfère l'expression et ont avoué être quelque peu sceptiques à propos de la légitimité de l'étiquette/de l'affirmation.
- Bien qu'on ait noté une certaine confusion sur la signification de Fabriqué au Canada ou Produit du Canada, les participants ont indiqué qu'ils achètent intentionnellement des produits canadiens; surtout parce qu'ils ont le sentiment que ces produits sont transportés sur de plus courtes distances et parce qu'il semble y avoir un certain niveau de confiance dans la salubrité et la qualité des aliments canadiens particulièrement si on les compare à des aliments provenant (de certains) d'autres pays.
- Les participants ont été très peu nombreux à indiquer qu'ils achètent intentionnellement des produits alimentaires qui sont produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental ou dans des conditions liées au traitement sans cruauté des animaux.
- Les perceptions à l'égard de la qualité et de la salubrité des aliments canadiens étaient en général très claires. La plupart des répondants estiment que les normes et règles canadiennes sont plus rigoureuses que celles de la plupart des autres pays et ils sont d'avis que le système canadien est plus réglementé et qu'il est mis en application plus fermement.
- En ce qui concerne l'étiquetage, les participants ont plus souvent cru que l'information sur les étiquettes est généralement fondée, que les fabricants n'essaient pas délibérément de tromper les gens et que le gouvernement canadien réglemente l'information requise sur les étiquettes alimentaires. Cependant, la plupart d'entre eux n'ont pas perdu de vue que les étiquettes constituent un important outil de marketing.
- Bien que les réactions éclairées aient généralement été positives, personne n'avait entendu parler de la Politique alimentaire pour le Canada ou du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada.

- Malgré le fait qu'en général à peu près la moitié des participants dans chaque groupe aient entendu parler de la nouvelle version du Guide alimentaire canadien, très peu d'entre eux ont changé leurs comportements à cet égard.
- Les points de vue des participants au sujet de la chaîne alimentaire canadienne, des agriculteurs et des producteurs sont extrêmement positifs. Ils voient d'un bon œil les petits exploitants locaux qu'ils ont décrits comme des gens qui travaillent d'arrache-pied, infatigables et fiers et qui sont le sel de la terre. En revanche, ceux qui ont des exploitations agricoles plus grandes ont souvent été vus comme des entreprises, motivées surtout par des facteurs économiques.
- En termes de communications, la plupart des participants estiment ne pas aimer ou ne pas vouloir être consultés par le gouvernement. En effet, certains ont remis en question les raisons pour lesquelles ils auraient besoin que le gouvernement les informe au sujet de la qualité ou de la salubrité des aliments qu'ils consomment, à part les rappels d'aliments dont on entend parler à l'heure actuelle.
- Ce que les participants aimeraient le plus connaître au sujet du système alimentaire canadien se rapporte à leur manque de connaissances sur les divers termes mentionnés plus tôt (c.-à-d., biologique, production d'aliments au moyen de méthodes durables sur le plan environnemental, etc.).
- En ce qui concerne leurs moyens de communications préférés, les participants estiment que des publicités dans les médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram et YouTube), à la télévision et à la radio, envoyés par la poste et affichés dans les épiceries, de même que l'éducation dans les écoles seraient les moyens les plus efficaces de communiquer avec eux.

ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

Firme de recherche : Earncliffe Strategy Group Inc. (Earncliffe)
 Numéro de contrat : 01B68-200141/001/CY
 Date d'attribution du contrat : 13 juin 2019

J'atteste, par la présente, comme représentante d'Earncliffe Strategy Group, que le produit livrable respecte entièrement les exigences relatives à la neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans les Politiques de communications du gouvernement du Canada et dans les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus spécifiquement, le rapport ne comprend aucun renseignement sur les intentions de vote des électeurs, leurs préférences sur les partis politiques, les positions des partis ou les cotes de rendements d'un parti politique ou de ses leaders.

Signé :

Date : 17 juillet 2019



Stephanie Constable
 Partenaire, Earncliffe

Introduction

L'agence Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureuse de remettre, à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), son rapport résumant les conclusions d'une recherche qualitative portant sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments.

AAC mène régulièrement des recherches sur les perceptions des Canadiennes et des Canadiens à l'égard des aliments. Plus tôt cette année, de concert avec un autre fournisseur, AAC a mené une cinquième étude quantitative afin de mesurer les changements dans les perceptions des consommateurs, leurs comportements d'achat et préférences pour certains attributs alimentaires, de même qu'évaluer les perceptions et comportements des consommateurs en ce qui concerne les attributs des aliments qui ont fait l'objet d'une attention accrue des acheteurs. Afin de valider les conclusions de l'étude quantitative, d'aller plus loin dans les thèmes et de chercher des raisons et des clarifications pour certaines des réponses, AAC a voulu mener une phase de suivi de recherche qualitative.

Les objectifs spécifiques de cette phase comprennent, sans toutefois s'y limiter, l'étude des :

- Préférences des Canadiens en matière de qualité des aliments et de caractéristiques du marché (par ex., attributs des points de vente pour prendre des décisions d'achat);
- Points de vue des Canadiens sur les méthodes de production (par ex., production locale, biologique, humaine, durable sur le plan environnemental);
- Points de vue des Canadiens sur la production des aliments (par ex., biotechnologie et ingénierie génétique);
- Moteurs de la confiance des Canadiens à l'égard du secteur de l'agriculture; et
- Tendances dans les façons d'acquérir de l'information et dans les habitudes d'achat.

Les résultats de la recherche serviront à renseigner le ministère et à façonner le marketing du portefeuille et du secteur, les initiatives de promotion et d'innovation en fonction de l'état actuel des perceptions des consommateurs sur la qualité des aliments et les attributs du marché au Canada.

Le présent rapport résume les conclusions de la recherche qualitative même si les conclusions concernant la phase de recherche quantitative sont intégrées à des fins de référence.

Pour ce qui est de la phase initiale de recherche quantitative, le Sondage 2019 sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments a été réalisé auprès d'un échantillon de 3031 Canadiens (18+) responsables d'au moins la moitié des achats à l'épicerie pour le ménage. EKOS Research Associates était responsable de l'étude faite à partir d'une sélection aléatoire de membres du groupe *Probit* de partout au pays. Le sondage a été effectué en ligne en grande partie, seul un très petit segment des répondants ayant complété le sondage au téléphone. Le sondage a été mené du 13 février au 1^{er} mars 2019.

Earnscliffe a mené la recherche qualitative de suivi laquelle comprenait douze groupes de discussion (personnes sur place) dans cinq villes – Moncton, Nouveau-Brunswick (24 juin); Montréal, Québec (25 juin); Toronto, Ontario (25 juin); Winnipeg, Manitoba (26 juin); et Edmonton, Alberta (27 juin). Ces villes ont été choisies parce qu'elles constituent un bon échantillon de centres urbains de partout au Canada et qu'on y trouve une concentration de communautés minoritaires de langue officielle (CMLO). Pour répondre à cette exigence, nous avons mené une séance en français avec des francophones vivant à l'extérieur du Québec (à Moncton); et une autre séance en anglais avec des anglophones vivant au Québec (à Montréal).

Les participants aux groupes de discussion étaient des adultes (18+) qui sont responsables seuls ou conjointement des courses à l'épicerie. À chaque endroit, les séances ont commencé à 17 h 30 et à 19 h 30. Les participants ont reçu 100 \$ en remerciement de leur temps. Les séances ont duré entre une heure et demie et deux heures.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et d'opinion publique. La recherche à l'aide de groupes de discussion n'est pas conçue pour aider un groupe à parvenir à un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour susciter une gamme complète d'idées, d'attitudes, d'expériences et d'opinions d'un échantillonnage choisi de participants sur un sujet défini. En raison de leur petit nombre, on ne peut attendre des participants qu'ils soient totalement représentatifs au sens statistique de la population plus large dont ils sont tirés et les conclusions ne peuvent être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre.

Résultats détaillés

Les résultats détaillés de cette recherche qualitative sont divisés en quatre sections en fonction des discussions menées dans les groupes. La première section se penche sur le comportement des participants en matière d'achat d'aliments; la deuxième, sur la confiance dans la salubrité des aliments; la troisième section porte sur la confiance du public à l'égard du secteur agricole canadien; et la quatrième traite de préférences en matière de communications.

Comme cette recherche qualitative porte sur les conclusions d'une phase de recherche quantitative antérieure, les commentaires soulevés dans cette étude sont inclus et présentés dans des encadrés au fil du rapport.

Sauf mention contraire, les résultats représentent les idées des participants de tous les groupes menés dans les deux langues officielles.

Habitudes d'achats de produits alimentaires

Les séances ont commencé par une discussion d'ordre général sur les habitudes d'achats de produits alimentaires afin de mieux comprendre comment les participants prennent des décisions d'achat et afin de comprendre si et comment la qualité et la salubrité des aliments entrent en jeu dans ces décisions.

La grande majorité des participants, dans toutes les régions, ne semblent pas se préoccuper au sujet de la qualité ou de la salubrité des aliments disponibles. En fait, aucun d'entre eux n'a mentionné qu'il se pose des questions sur la qualité ou la salubrité des aliments au moment de l'achat; et ils n'y pensent pas non plus quand ils vont à l'épicerie pour y faire leurs courses.

En effet, il semblerait que trois éléments principaux motivent les décisions d'achat : le prix, la qualité et la commodité.

Les principaux facteurs des habitudes d'achat sont, de loin, le prix et le rapport qualité-prix. Spontanément, les participants ont parlé de préparer un budget, de consulter les circulaires et de télécharger des applis de bons-rabais (plus particulièrement Flipp et reebee) avant de magasiner et ils ont également parlé d'achat en vrac et d'alignement des prix comme des moyens de s'assurer de ne pas trop dépenser à l'épicerie.

« Le critère le plus important pour mes achats est de rechercher ce qui est en solde. Je magasine souvent chez Walmart parce qu'ils pratiquent l'alignement des prix. » – Moncton

« Je consulte les circulaires avant de partir. Je recherche toujours les spéciaux parce que je veux le meilleur rapport qualité-prix. Puis, je planifie mon trajet en fonction des différentes épiceries choisies. » – Montréal

« Je magasine une fois par semaine et je peux aller à quatre endroits différents car je recherche des spéciaux. » – Toronto

D'autres ont parlé de l'importance de la qualité des aliments en termes de « fraîcheur », de « goût », de « texture » et de « tendreté », quoiqu'il s'agisse d'un facteur secondaire de leurs habitudes d'achat. Pour certains, la qualité (telle que définie ci-dessus) l'emporte sur le prix plus spécialement dans le cas de la viande achetée chez un boucher ou pour des produits achetés dans des marchés de producteurs locaux. Les participants ont indiqué se sentir plus à l'aise et faire davantage confiance à un boucher et à des agriculteurs locaux – ayant noué des liens

personnels et ayant le sentiment que ces aliments sont mieux préparés et plus frais et qu'ils peuvent être personnalisés en fonction des besoins/préférences (dans le cas des coupes de viande).

« J'aime acheter ma viande chez le boucher. Les produits sont de très bonne qualité. Le boucher est avenant et compétent. J'ai l'impression que ses produits sont plus frais et mieux préparés. J'aime le fait qu'il personnalise les coupes en fonction de mes besoins. » – Winnipeg

Le troisième critère mentionné par certains participants est la commodité. Les personnes qui magasinent par commodité ont dit s'arrêter à l'épicerie la plus proche au retour du travail parce qu'elles n'ont pas le temps de courir partout et préfèrent entrer, prendre ce dont elles ont besoin et repartir. Plus souvent qu'autrement, il s'agit de personnes vivant seules ou à qui il manque un ou deux ingrédients pour préparer un repas.

« Je magasine à des endroits qui se trouvent à distance de marche de chez moi. J'achète des repas préemballés. Pour moi, tout est une question de commodité. » –Winnipeg

« Je recherche des épiceries qui se trouvent sur mon chemin entre le travail et la maison. » – Edmonton

Habitudes d'achats de produits alimentaires : Conclusions de la recherche quantitative

- Tout comme pour les résultats obtenus dans les groupes de discussion, le rapport qualité-prix constitue la caractéristique recherchée – toujours ou le plus souvent – par la plupart des répondants au sondage lors de l'achat de produits alimentaires (84 %). Vient ensuite la valeur nutritive (76 %), laquelle n'a pas été soulevée spontanément dans les groupes de discussion bien que des participants aient dit qu'ils consultent les étiquettes alimentaires pour connaître la liste des ingrédients et l'information nutritionnelle.
- Même s'il ne s'agit pas du critère le plus important, la mention Fabriqué au Canada constitue un facteur clé pour 69 % des répondants et la mention produit localement, un facteur pour 63 % d'entre eux; alors que dans les groupes de discussion le substitut pour identifier un produit de qualité était produit « frais ».
- Finalement, la commodité, vue comme un facteur influençant les décisions d'achat dans les groupes de discussion, est quelque chose dont 49 % des répondants au sondage tiennent compte souvent ou toujours.

Lorsqu'on leur a demandé s'ils consultent l'emballage ou l'étiquette alimentaire avant d'acheter un produit alimentaire, la plupart des participants ont répondu avoir tendance à consulter la liste des ingrédients et la valeur nutritive d'un produit. En fait, en termes de caractéristiques spécifiques qu'ils recherchent lors de leurs achats, très peu d'entre eux vérifient quelque chose à part les mentions comme produit local ou Fabriqué au Canada; les produits biologiques (pour certains); ou les ingrédients qu'eux-mêmes ou un membre de leur famille doivent éviter en raison d'allergies ou de restrictions alimentaires (c.-à-d., sans gluten, faible en sodium, etc.).

Dans toutes les villes à l'exception de Montréal, les participants ont interprété les termes aliments produits localement au-delà de leur ville et de leur province pour inclure les provinces voisines. Par exemple, à Moncton, le terme *produit localement* signifie des aliments de toutes les provinces atlantiques (par ex., pommes de terre de l'Î-P-É). À Toronto, Winnipeg et Edmonton, cela signifie des aliments provenant de leurs provinces respectives mais également du bœuf de l'Alberta (pour les répondants de Toronto et de Winnipeg) et des fruits de la Colombie-Britannique (pour les participants d'Edmonton). À Montréal, toutefois, *produit localement* s'adresse spécifiquement à des produits provenant de la province de Québec. Les produits de l'extérieur du Québec sont appelés produits canadiens et ils ne sont pas considérés comme des produits locaux.

Ce que la plupart des participants entendent par aliments produits localement est qu'ils sont généralement de meilleure qualité (tel que défini ci-dessus) et meilleurs pour l'environnement puisqu'ils sont transportés à destination sur de plus courtes distances. Le facteur le plus important pour acheter localement, cependant, est généralement le désir de soutenir les producteurs locaux et de garder l'argent dans la collectivité.

Achat de produits alimentaires locaux : Conclusions de la recherche quantitative

- Les aliments produits localement sont recherchés par les répondants au sondage et 62 % d'entre eux ont également indiqué qu'ils achètent ces produits, toujours ou souvent.
 - Dans les deux phases de la recherche (quantitative et qualitative), soutenir l'économie locale et réduire les effets sur l'environnement ont constitué de bonnes raisons d'acheter localement (91 % et 42 % respectivement dans le sondage). La recherche quantitative a également précisé d'autres facteurs, comme la fraîcheur (67 %).

Certains participants ont désigné les aliments produits localement comme biologiques. À l'invite, ils ont indiqué acheter des produits biologiques parce qu'ils veulent croire qu'ils sont plus naturels et moins dommageables (sans agents de conservation, hormones, pesticides, etc.), mais plusieurs participants ont admis ne pas savoir à quoi se réfère le terme biologique. Certains étaient même quelque peu sceptiques à propos de la légitimité de l'affirmation et ont raconté avoir entendu des histoires contradictoires et déroutantes (par ex., que les inspections en vue d'une certification n'ont lieu qu'une fois par année, ce qui ouvre la porte à un comportement contraire à l'éthique; la possibilité de contamination croisée avec des produits chimiques ou des pesticides d'un champ ou d'une récolte à l'autre, etc.). Aussi, plusieurs étaient d'avis qu'étiqueter un produit comme étant biologique constitue une ruse de marketing pour permettre aux producteurs et aux détaillants de vendre plus cher.

« Je ne suis pas si sûr des produits biologiques. Qu'en est-il des produits bios qui poussent à côté d'un champ où on épand des pesticides? Comment peut-on s'assurer que les produits n'ont pas été contaminés? » – Moncton

« Il m'arrive d'acheter des produits biologiques. Psychologiquement, j'ai l'impression de faire mieux. » – Winnipeg

« Je ne sais pas si c'est vrai ou s'il s'agit d'une idée fausse. Tout ce que je sais c'est que c'est toujours beaucoup plus cher. » – Edmonton

D'autre part, certains participants disent qu'ils achètent intentionnellement des produits sur lesquels est inscrit Fabriqué au Canada ou Produit du Canada ce qui, d'après eux, est reconnaissable par la feuille d'érable.

Plus souvent qu'autrement, acheter un produit Fabriqué au Canada ou Produit du Canada est lié à un désir de soutenir « ses semblables », surtout pour des raisons économiques. Les participants ont aimé penser que ces produits sont transportés sur de plus courtes distances (ce qui est bon pour l'environnement). Finalement, plusieurs recherchent ces produits parce qu'ils sont d'avis que les aliments canadiens jouissent d'un certain niveau de confiance pour ce qui est de la qualité et de la salubrité, ce qui n'est pas nécessairement le cas pour les aliments provenant d'autres pays.

« Cela veut dire que c'est plus frais; que les produits ont moins voyagé. » – Winnipeg

« Cela signifie que c'est produit par des gens qui ont les mêmes valeurs. » – Winnipeg

Pour ce qui est de l'interprétation de ce type d'étiquetage, les discussions ont montré qu'il règne beaucoup de confusion parmi les participants. D'abord et avant tout, la plupart d'entre eux déduisent qu'un produit qui porte la mention Fabriqué au Canada ou Produit du Canada est 100 % canadien. En fait, certains ont déploré qu'un produit qui n'est pas 100 % canadien porte la mention Fabriqué au Canada ou Produit du Canada ce qui, à leur avis, est trompeur.

« Si cela dit *Fabriqué au Canada*, j'estime que c'est 100 % canadien. » – Montréal

Cependant, à l'invite, certains ont estimé que Fabriqué au Canada pourrait vouloir dire qu'un produit est « fabriqué » au Canada, ce qui signifie qu'un procédé est en cause (incluant la transformation d'ingrédients qui proviennent d'ailleurs). De la même manière, les participants ont semblé plus à l'aise avec le terme Produit du Canada pour des produits qui contiennent des éléments ne provenant pas du Canada ou qui ont été transformés au Canada. Toutefois, cette idée n'était pas généralisée. Certains ont interprété Produit du Canada comme étant quelque chose qui est 100 % canadien puisque, à leur avis, le terme « produit » sous-entend que tous les ingrédients proviennent du Canada. Autrement, quelqu'un a soulevé l'idée que bien que le sucre dans le ketchup ne vienne pas du Canada, si les tomates sont de l'Ontario, on considère habituellement que c'est un produit du Canada.

Après réflexion, quelques participants se sont demandé si cette stratégie de marque n'est pas une ruse de marketing pour amener les consommateurs à croire qu'un produit est canadien, donc meilleur.

« Personnellement, j'espère que je peux faire confiance à un produit *Fabriqué au Canada* ou dont l'étiquette dit *Produit du Canada* et que cela signifie que nos produits sont meilleurs. » – Edmonton

Très peu de participants ont indiqué qu'ils achètent intentionnellement des aliments qui affirment être produits soit selon des méthodes durables sur le plan environnemental, soit dans des conditions liées au traitement sans cruauté des animaux.

Habitudes d'achats de produits alimentaires – Principales caractéristiques des produits : Conclusions de la recherche quantitative

- Bien que plus du tiers des répondants au sondage aient indiqué qu'ils recherchent toujours ou souvent des produits alimentaires qui mentionnent avoir été fabriqués humainement (39 %) ou produits selon une méthode durable sur le plan environnemental (38 %), peu de participants aux groupes de discussion ont indiqué que cela constitue un facteur pour eux.

Bien que les méthodes durables sur le plan environnemental et le traitement sans cruauté des animaux soient abordés en détail ci-dessous, il convient de noter que dans le contexte des arguments de vente, les participants qui tentent d'acheter ce genre de produits avouent que le coût l'emporte souvent sur ces critères quand la différence de prix est importante.

« Si on offre des œufs de poules vivant en liberté et que leur coût est comparable, je vais en acheter. Si le coût n'est pas comparable, je vais acheter des œufs réguliers. » – Winnipeg

En ce qui concerne les aliments produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental, plusieurs participants ont été déroutés par le terme. En fait, dans la plupart des groupes, on a d'abord supposé que cela se réfère à un désir de limiter l'emballage du produit. À l'invite, les participants l'ont généralement lié à une distance moindre de transport des produits et quelques-uns ont deviné que cela pouvait se rapporter aux répercussions environnementales liées à l'utilisation d'eau ou à l'usage/la qualité du sol.

« Pour moi, durable sur le plan environnemental signifie que cela sera encore disponible dans cinq ans. Je ne suis pas sûr de ce que cela signifie dans le contexte des aliments. » – Toronto

« Je ne suis pas certain de ce que cela signifie. J'en ai entendu parler dans le cas des pêcheries. » – Toronto

Pour ce qui est de l'étiquetage, la majorité des participants pensent que les aliments produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental ne sont pas faciles à identifier; quoique, à part acheter un produit local ou canadien, ils ne l'ont pas vu comme un motivateur important d'habitude d'achat. Cela n'a certainement pas été soulevé spontanément comme un facteur clé des habitudes d'achat.

« Je veux être respectueux de l'environnement. J'essaie d'acheter en vrac et de limiter les emballages. » – Moncton

« Je ne saurais pas ce qu'il faut rechercher si je voulais acheter des aliments produits dans le respect de l'environnement. » – Winnipeg

Il n'est donc pas surprenant que ceux qui disent acheter intentionnellement des aliments qui sont supposément produits dans des conditions liées au traitement sans cruauté des animaux sont souvent des personnes qui se disent véganes ou végétariennes. Ces participants mentionnent souvent avoir vu des documentaires ou des vidéos montrant des pratiques de production qui prouvent le traitement cruel des animaux, ce qui a eu un effet sur leurs préférences alimentaires.

La plupart des autres participants n'étaient pas certains de ce que ces pratiques signifient. Par exemple, ils ont supposé que cela se réfère à des affirmations selon lesquelles les animaux sont élevés sans hormones ou sans antibiotiques. Cependant, ils ont remis en question ce que le terme sans cruauté signifie en ce qui concerne la façon dont les animaux sont élevés et abattus.

En ce qui concerne l'étiquetage et ce qu'ils recherchent lorsqu'ils achètent des aliments produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental et en fonction du traitement sans cruauté des animaux, les participants soulignent généralement un exemple : les œufs étiquetés comme « en libre parcours ». Un ou deux d'entre eux ont mentionné rechercher le symbole d'un lapin sur les produits qui, selon eux, sont exempts de cruauté envers les animaux. Le consensus, toutefois, était que ce n'est pas facile de repérer les aliments qui sont produits de cette façon autrement qu'en consultant la liste des ingrédients ou une liste des marques de commerce (compagnies) que quelques participants ont dressées pour identifier les entreprises qui ne respectent pas leurs règles personnelles d'éthique.

« C'est drôle. Ils disent qu'un produit est exempt d'antibiotiques et d'hormones mais je me demande ce qui est 'humain' » – Moncton

Confiance dans la salubrité alimentaire

Les discussions visaient à étudier la confiance des participants dans la qualité et la salubrité des aliments canadiens, plus particulièrement comparés aux aliments produits dans d'autres pays et importés au Canada. Les discussions ont permis d'étudier les points de vue des participants sur l'étiquetage des produits de même que leurs connaissances au sujet des politiques et réglementations récemment annoncées par le gouvernement.

La grande majorité des participants, dans toutes les régions, font généralement confiance au système alimentaire canadien. En effet, la majorité d'entre eux ont indiqué qu'ils ne se préoccupent pas de la qualité et de la salubrité des aliments qu'ils trouvent à l'épicerie. Cette confiance vient aussi du fait que les participants sont conscients de rappels d'aliments dans le passé ou parce qu'ils en ont entendu parler. En se fondant sur cette expérience, les participants comprennent que des erreurs peuvent se produire de temps en temps, que le gouvernement les avertit rapidement dans de tels cas et que les erreurs sont corrigées.

Confiance dans le système de salubrité des aliments : Conclusions de la recherche quantitative

- Les résultats du sondage démontrent généralement que les Canadiens font confiance au système alimentaire pour bon nombre de caractéristiques, quoique pas aussi largement que les groupes de discussion l'ont laissé entendre en ce qui concerne quelques problèmes.
- Bien que ces problèmes n'aient pas été abordés lors des discussions en groupe, la majorité des répondants (74 %) ont exprimé leur confiance dans le système dans le dossier des maladies des animaux comme la maladie de la vache folle ou la grippe aviaire, suivi de la contamination bactérienne (66 %). Ils ont moins confiance dans le traitement des additifs et agents de conservation alimentaires (45 %) et des OGM (46 %).

La qualité et la salubrité des aliments produits au Canada ont été très bien perçues en général. La plupart des participants estiment que les normes et règles canadiennes sont plus strictes que dans la plupart des autres pays. Par ailleurs, ils sont d'avis que notre système est transparent et qu'il est fortement réglementé et mis en application. Ils ont parlé du fait que le Canada a mis en place l'infrastructure nécessaire pour assurer la qualité et la salubrité de nos aliments. D'autre part, ils supposent que le gouvernement joue un rôle dans l'établissement et dans la mise en application des règlements.

« Nos normes sont définitivement meilleures que partout ailleurs. Nos producteurs sont beaucoup plus au courant des normes et des règlements. » – Montréal

« Les produits du Canada sont bons. Je ne douterais jamais de la salubrité de nos produits. » – Toronto

« Nous avons plus d'argent et plus de transparence ici. Quelqu'un me protège. » – Edmonton

Comparativement à d'autres pays, les participants estiment que le Canada a une bien meilleure réputation en matière de qualité et de sécurité des aliments. Par exemple, plusieurs ont admis avoir moins confiance dans les aliments provenant des États-Unis, surtout en raison du contexte politique actuel, et des pays asiatiques (la Chine ayant souvent été spécifiquement mentionnée).

« Je me pose beaucoup moins de questions sur la qualité et la salubrité des produits canadiens que sur ceux qui proviennent des États-Unis, par exemple. » – Montréal

« Je n'achèterais jamais des aliments provenant de la Chine. Ils utilisent des produits de blanchiment. » – Toronto

Bien qu'on ait noté une certaine incertitude au sujet des manœuvres spécifiques et de la façon de procéder, en général, les participants croient aussi que les produits importés au Canada sont soigneusement examinés. La plupart étaient au courant qu'un processus d'inspection existe et que les produits qui entrent au pays doivent répondre à des normes. Cependant, certains ont entendu dire qu'il y a une pénurie d'inspecteurs au Canada ce qui a soulevé la question de savoir dans quelle mesure ces produits sont inspectés et les ramifications potentielles de cette pénurie sur la qualité et la salubrité des aliments canadiens.

« Nous avons eu des incidents avec notre bœuf. Je pense que nous avons bien répondu. Cela importe aux gouvernements. Ils ne sont pas toujours parfaits mais ils ont mis de bons systèmes en place. » – Edmonton

« Je crois que le gouvernement canadien démontre un certain degré d'intégrité même en matière d'importations. Il s'assure que notre pays respecte certaines normes. » – Edmonton

Étiquetage des produits

Comme nous l'avons mentionné plus haut, en termes d'étiquetage des produits, la plupart des participants consultent les étiquettes pour prendre connaissance des valeurs nutritives et de la liste d'ingrédients. Ils sont peu nombreux à les consulter pour toute autre information, surtout quand vient le temps de prendre des décisions d'achat.

En général, les participants ont tendance à croire que l'information sur les étiquettes est correcte, que les fabricants ne tentent pas délibérément de tromper les gens et que le gouvernement canadien réglemente l'information qui doit paraître sur les étiquettes.

« Je suis peut-être naïve mais j'ai confiance dans le système d'étiquetage canadien et je pense qu'ils ont les meilleures intentions. » – Moncton

Cependant, le fait que les étiquettes soient également un important outil de marketing n'a pas échappé à bon nombre de participants. La plupart ont reconnu que les fabricants incluent différents types de renseignements sur les étiquettes comme les marques, les graphiques, les couleurs, le langage, etc. qui sont conçus pour plaire aux consommateurs. Voici trois éléments de l'étiquetage qui semblent trompeurs aux yeux de certains participants.

Premièrement, tel que nous l'avons mentionné plus haut, on a noté un certain degré de pessimisme à propos de l'étiquetage de produits dits biologiques, sans OGM, en libre parcours, etc. puisque ces termes sont considérés comme vagues et pas généralement connus. Il n'est pas rare que des participants aient laissé entendre que le fait d'étiqueter quelque chose comme biologique, par exemple, constitue une tactique de marketing visant à vendre ce produit plus cher.

Deuxièmement, d'autres participants se sont demandé si les fabricants tentent de cacher le fait qu'un produit contient certains ingrédients ou fournit des renseignements alimentaires trompeurs. Le sucre est l'exemple d'ingrédient inexact le plus souvent soulevé parce qu'il est habituellement désigné par des noms différents qui ne sont pas généralement compris comme : fructose, sucrose, (différent) sirops, etc. Aussi, lister la valeur nutritive d'un aliment en fonction d'une seule portion alors qu'une boîte en contient trois a été vu comme un exemple de valeurs nutritives trompeuses.

Troisièmement, on a soulevé certaines questions sur l'inclusion d'autres marques sur les étiquettes; la Fondation des maladies du cœur a été spécifiquement citée. Les participants se sont demandé ce que signifie l'inclusion de telles marques, en particulier lorsque la certification apparaît sur des produits qu'ils remettent en question (pour

des raisons de santé) et ils se sont étonnés de la légitimité et des motivations derrière ces marques sur les étiquettes alimentaires.

« Certaines certifications laissent à désirer. La certification de la Fondation des maladies du cœur, par exemple. Qu'est-ce que cette étiquette veut dire au juste? » – Moncton

Confiance dans l'étiquetage des aliments : Conclusions de la recherche quantitative

- Prenant en compte les résultats des groupes de discussion, l'étude quantitative a révélé que les répondants ont plus confiance dans certains aspects de l'étiquetage que d'autres.
- Environ la moitié (52 %) des répondants ont confiance dans les valeurs nutritives, comme ce fut le cas pour la plupart des participants des groupes de discussion. Cependant, les répondants au sondage sont moins sûrs de l'étiquetage des aliments biologiques (28 %) et des aliments sans OGM (23 %), traduisant les préoccupations soulevées dans les groupes de discussion à l'effet qu'un tel étiquetage est souvent vague ou incompris.

Finalement, les participants sont d'avis qu'il convient d'éduquer le public sur l'étiquetage des aliments, sur la terminologie et les pratiques de production, etc. D'autres ont proposé d'inclure plus d'information sur les étiquettes même si un certain nombre de participants se sont demandé s'ils prendraient la peine de lire les étiquettes avec plus d'attention qu'ils le font maintenant; il convient de garder à l'esprit l'importance placée par les participants sur la commodité et l'efficacité lorsqu'ils achètent des aliments.

L'exception qu'il faut noter est ceux qui magasinent pour des personnes souffrant d'allergies ou ayant des restrictions alimentaires. Ces participants ont fait part d'un réel désir d'uniformisation des renseignements sur l'étiquetage. Le défi le plus important semble être lié à la difficulté de discerner l'information importante d'un produit à l'autre. Les participants ont défendu les mérites d'un moyen rapide, efficace et généralisé d'identification des renseignements dont ils ont besoin.

« Cela me prend un temps fou pour comprendre si un produit est exempt de gluten ou pas. Il faudrait plus d'uniformité dans les pratiques d'étiquetage. » – Edmonton

Connaissances et points de vue sur les récentes politiques du gouvernement

Pour terminer la discussion sur la confiance dans la salubrité des aliments, on a demandé aux participants s'ils étaient au courant ou s'ils avaient vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de la nouvelle version du Guide alimentaire canadien, du nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada et de la Politique alimentaire pour le Canada. Les participants connaissaient mieux la nouvelle version du Guide alimentaire canadien que le nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada ou que la Politique alimentaire pour le Canada.

Dans chaque groupe, habituellement au moins la moitié des participants ont entendu parler de la mise à jour du Guide alimentaire canadien bien que leurs connaissances sur les changements soient limitées. En général, ils ont indiqué qu'ils ne suivent habituellement pas à la lettre les recommandations du guide et plusieurs ont estimé que le Guide alimentaire canadien a essentiellement été mis à jour pour l'harmoniser aux réflexions actuelles sur une saine alimentation.

Lorsqu'on leur a posé la question, les participants ont admis avoir entendu dire que le nouveau Guide alimentaire canadien met l'accent sur la consommation de fruits et de légumes, sur le recours à l'eau comme boisson de choix, la réduction de produits laitiers (y compris le lait) et de viande (tout en recommandant de consommer des protéines de source végétale).

Quelles que soient leurs connaissances, très peu de participants ont indiqué avoir changé leurs habitudes à la suite de la publication du nouveau Guide alimentaire canadien. Encore une fois, quelques-uns ont dit qu'ils ne suivaient pas les recommandations de l'ancien guide. D'autres ont exprimé leur scepticisme au sujet de l'influence des entreprises (lobbies politiques) sur les directives du guide.

Connaissances et impressions au sujet de la nouvelle version du Guide alimentaire canadien : Conclusions de la recherche quantitative

- Faisant écho aux conclusions des groupes de discussion, les répondants au sondage étaient plus nombreux à connaître la nouvelle version du Guide alimentaire canadien (76 %) que les autres initiatives du gouvernement du Canada.
- Les deux tiers (65 %) des répondants étaient d'avis que cela ne changerait pas leurs décisions d'achat. Cette conclusion s'aligne sur celles de la recherche qualitative – quelques participants seulement ayant dit que le nouveau guide avait influencé leur comportement.

Les quelques participants qui se sont efforcé de changer leurs habitudes alimentaires, après la publication du nouveau Guide alimentaire canadien, ont indiqué avoir changé les proportions d'aliments qu'ils consomment, fait un effort pour manger plus de légumes et avoir diversifié les aliments qu'ils mangent.

« Ils ont rattrapé leur retard par rapport à ce que nous faisons déjà. » – Montréal

« L'eau devrait être la boisson de choix. Nous essayons de boire moins de lait. » – Winnipeg

Nous n'avons noté aucune connaissance spontanée du nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada et de la Politique alimentaire pour le Canada; en effet, peu importe le groupe de discussion, personne ne les connaissait.

Connaissances et impressions au sujet des politiques du gouvernement : Conclusions de la recherche quantitative

- Les répondants au sondage quantitatif ont semblé mieux connaître les initiatives du gouvernement du Canada que les participants aux groupes de discussion, ce qui n'est pas surprenant quand on mène des sondages en ligne.
 - Le quart des répondants avaient entendu parler de la Politique alimentaire pour le Canada alors qu'une personne sur cinq avait entendu parler du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada.
- Après qu'on leur ait présenté une description du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, la majorité des répondants (55 %) ont eu une opinion positive, tout comme la plupart des participants aux groupes de discussion.

Puis les participants ont entendu une brève description du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada :

Le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada vise à rendre le système alimentaire canadien encore plus sécuritaire en mettant l'accent sur la prévention et en permettant de retirer plus rapidement les aliments non salubres du marché. Les règlements exigent aussi que les aliments importés soient préparés avec le même niveau de sécurité alimentaire que s'ils étaient préparés au Canada.

En se fondant sur cette description, les participants ont généralement réagi de manière positive bien que certains aient demandé s'il s'agit de nouveaux règlements puisque la plupart avaient l'impression que ces mesures sont déjà en place. En effet, la grande majorité des participants espéraient que cette description s'applique au processus actuel (et désiré) qui réglemente déjà le système alimentaire canadien. Tel que présenté, l'idée qu'il s'agit d'une nouvelle réglementation et non pas de la réglementation déjà en place, a soulevé des questions de la part des participants.

La définition leur a semblé trop large et trop comme un jargon du gouvernement pour comprendre exactement ce qui serait fait pour assurer la sécurité alimentaire. Après réflexion, certains ont remis en question la capacité du gouvernement à appliquer ce règlement surtout en ce qui concerne les inspections d'importations d'aliments (par ex., le Canada compte-t-il un nombre suffisant d'inspecteurs? Comment le Canada inspecte-t-il les processus alimentaires en sol étranger? Tous les aliments importés au Canada sont-ils inspectés? etc.). Comme nous le verrons dans la section Communications du rapport, bon nombre de participants ont démontré leur intérêt à obtenir plus d'information sur les inspections.

« C'est fantastique! En supposant que ces règles seront suivies, je me sens rassurée. » – Moncton

« Cela ne veut rien dire. Il n'y a pas suffisamment d'inspecteurs pour faire le travail. Comment vont-ils pouvoir y arriver? » – Montréal

De même, en raison du manque de connaissances sur la Politique alimentaire pour le Canada, on a lu la brève description suivante aux participants de Winnipeg et d'Edmonton :

La Politique alimentaire pour le Canada est une démarche du gouvernement fédéral lancée le 17 juin 2019 dans le but de relever les défis liés à l'alimentation au Canada, incluant les enjeux sociaux, sanitaires, environnementaux et économiques.

Cet investissement de 134,4 millions de dollars sur cinq ans porte sur quatre domaines d'action :

- Aider les collectivités canadiennes à se procurer des aliments sains;
- Faire des aliments canadiens le premier choix au pays et à l'étranger;
- Soutenir la sécurité alimentaire dans les collectivités autochtones et du Nord; et
- Réduire le gaspillage alimentaire.

Pour apprendre ce que les Canadiens veulent et ce dont ils ont besoin dans leur système alimentaire, Agriculture et Agroalimentaire Canada a tenu des consultations publiques au cours de 2017. Plus de 45 000 Canadiens et intervenants ont fait part de leurs idées. On a soigneusement tenu compte de leurs commentaires dans l'élaboration de la Politique alimentaire pour le Canada.

Les réactions à la Politique alimentaire pour le Canada – telle que décrite ci-dessus – ont été extrêmement positives. Les participants ont été particulièrement heureux d’apprendre que le gouvernement a l’intention de répondre aux besoins des habitants des collectivités nordiques; et, dans une moindre mesure, qu’il a un plan pour réduire le gaspillage alimentaire. Leur seule préoccupation ou hésitation était liée aux coûts d’une telle politique et à l’idée de savoir si le gouvernement dispose de suffisamment d’argent pour atteindre tous ses objectifs. Certains ont craint que les contribuables canadiens se fassent refiler la facture en quelque sorte.

« Cela semble fantastique mais qu’en est-il des coûts? Pour y arriver, ils devront être refilés aux municipalités. » – Winnipeg

« Cela fonctionne seulement si c’est rentable. Nous ne pouvons pas répondre à la demande. Nous n’avons pas la capacité étant donné notre climat. » – Winnipeg

« Je suis vraiment désolé pour les Autochtones. En termes de besoins, c’est la plus grande priorité. C’est un droit humain fondamental d’avoir de la nourriture. » – Edmonton

« Je suis plus porté à magasiner dans une épicerie qui est plus responsable et consciente du gaspillage alimentaire. Nous pourrions nourrir les sans-abri avec les aliments que les épiceries gaspillent; c’est de la nourriture parfaitement saine. » – Edmonton

Aussi, il convient de noter qu’un certain nombre de participants ont indiqué leur intérêt à recevoir de l’information de suivi. Ils estiment qu’il est important de faire un suivi des progrès et des conclusions de cette politique.

Confiance du public

La discussion portant sur la qualité et la salubrité des aliments canadiens a débouché sur une discussion au sujet de la confiance du public dans le système alimentaire canadien.

Tel que mentionné plus tôt, la majorité des participants ont eu tendance à penser que le secteur agricole fait de son mieux pour répondre aux préférences des consommateurs bien que la plupart d’entre eux aient reconnu que, de nos jours, le secteur subit des pressions. Les participants ont souligné la hausse de la demande (plus de bouches à nourrir) dans un secteur effréné et en constant changement confronté à des problèmes liés à la température et au climat. Ils ont reconnu que ce n’est pas une mince affaire. Le fait que très peu de participants aient remis en question la disponibilité des aliments ou se soient inquiétés à ce sujet en dit long sur la confiance qu’ils ont dans le système alimentaire et dans le secteur agricole du Canada.

« Nous sommes convaincus que les gens font leur travail. » – Moncton

« Le secteur agricole est restreint. Il y a une limite à ce qu’on peut faire avec le changement de température, nos saisons, etc. » – Edmonton

Les points de vue sur les agriculteurs et les producteurs ont également été extrêmement positifs, en particulier ceux au sujet des exploitations locales de plus petite taille. Les agriculteurs et producteurs locaux ont été décrits comme travaillant d’arrache-pied, infatigables et fiers et comme le sel de la terre.

« Je suis convaincu que les fermiers disent la vérité. J’ai une belle image en tête de champs verdoyants, de choses qui poussent, etc. C’est leur affaire. Ils sont fiers de leur travail. » – Moncton

« Sortiriez-vous du lit à 5 h chaque jour sans jamais prendre de vacances? C'est un travail éreintant et ingrat. » –
Moncton

« Ce sont de vraies personnes. Ils se soucient vraiment. Ils aiment leur travail. C'est leur gagne-pain. » –
Edmonton

En revanche, ceux qui ont de grandes exploitations agricoles ont souvent été vus comme des entreprises plutôt que comme des personnes; motivées surtout par des considérations économiques. Curieusement, dans la plupart des groupes, un ou deux participants ont d'abord formulé des craintes sur les motivations des plus gros producteurs; toutefois, dans chaque groupe, un ou deux participants se sont empressés de dire que la réputation des grandes exploitations repose aussi sur la qualité et la salubrité de leurs produits. Ils ont également indiqué que, étant donné leur taille, les grandes exploitations possèdent souvent les fonds et l'infrastructure nécessaires pour assurer la qualité et la salubrité de leurs produits.

« Les plus grosses entreprises dépendent plus souvent de freins et contrepoids. Elles tirent des leçons à la dure et sont poussées à se surpasser. » – Edmonton

Il convient de noter qu'à Moncton, plus que dans toute autre ville, les participants ont attribué la responsabilité aux épicerie qui, selon eux, doivent garantir la qualité des aliments disponibles dans leur magasins. En fait, bien que certains participants en aient fait mention dans d'autres villes, ceux de Moncton ont le plus fermement tenu les épicerie responsables d'assurer la qualité des aliments dans leurs magasins.

« Parce que j'achète mes aliments à l'épicerie, ce sont eux qui sont responsables d'acheter local, de se procurer des produits à un prix décent et d'assurer la qualité et la salubrité des produits disponibles dans leurs magasins. » – Moncton

« Je crois que mon épicier vérifie toutes ces choses. C'est une grande entreprise de renom. Ils sont responsables. » – Moncton

Communications

Les discussions se sont terminées par une revue des préférences et besoins en matière de communications.

La plupart des participants n'étaient pas d'avis qu'ils aimeraient être consultés par le gouvernement ou qu'ils aimeraient que cela se produise. En effet, bon nombre d'entre eux se sont demandé pourquoi ils devraient avoir des nouvelles du gouvernement au sujet de la qualité ou de la salubrité des aliments, à part les rappels d'aliments dont on entend parler à l'heure actuelle; quoiqu'ils aimeraient une meilleure communication sur la fin des rappels. Cela illustre à quel point ils se sentent à l'aise à propos de la qualité et de la salubrité du système alimentaire canadien; le fait qu'ils ne se posent pas de question sur l'un ou l'autre aspect de la nourriture disponible; et le fait qu'ils n'ont pas connu d'incident inquiétant dans le passé. Certains ont même dit qu'ils préféreraient vivre dans un état d'ignorance, en alléguant qu'ils aiment trop manger pour se sentir mal au sujet de ce qu'ils mangent; c'est spécialement le cas pour la viande.

« Je n'ai jamais eu de problème. En fin de compte, nous devons tous manger. » – Moncton

« Je ne suis pas intéressé à obtenir plus d'information. C'est comme ouvrir une boîte de Pandore. L'ignorance est une bénédiction. » – Montréal

Ceux et celles qui seraient intéressés à en savoir davantage sur le système alimentaire canadien ont fait quelques suggestions. D'abord et avant tout, comme nous l'avons mentionné plus tôt, les participants aimeraient mieux comprendre la signification des divers termes dont il a été question durant les séances, comme : biologique, aliments produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental, pratiques sans cruauté envers les animaux (c.-à-d., en libre parcours), etc. Parmi les autres suggestions des participants, on compte :

- L'évolution d'un aliment (chaîne de contrôle) incluant l'endroit où il a poussé, comment et où il a été transformé, l'endroit où il a été inspecté, la distance sur laquelle il a été transporté, etc.;
- Des données comparatives sur la qualité et la salubrité des aliments produits dans d'autres pays;
- L'endroit où sont menées les inspections (en sol étranger ou lors de l'entrée au pays) et la façon dont elles sont menées (c.-à-d., pourcentage de produits inspectés), etc.;
- L'information sur les infractions pertinentes à l'extérieur du Canada;
- La façon d'interpréter les étiquettes en fonction de l'éducation du public sur les divers termes utilisés dans le système alimentaire (tel qu'indiqué ci-dessous);
- La responsabilité et le rôle des différents joueurs participant au système alimentaire canadien, comme les agriculteurs/producteurs, les installations de production, le gouvernement, les marchands, etc.;
- La façon dont le gouvernement du Canada soutient les agriculteurs et les producteurs; et
- La réglementation entourant les diverses pratiques d'agriculture/de production (c.-à-d., usage d'OGM, pesticides, hormones, antibiotiques, etc.).

« Plus de transparence. Où cela a-t-il commencé et comment en est-on arrivé là? » – Moncton

« J'aimerais comprendre les étapes concernées; et savoir comment les choses sont faites » – Montréal

Les participants n'ont pas été surpris d'apprendre que bon nombre des renseignements mentionnés plus haut sont probablement disponibles sur le site Web du gouvernement du Canada. Et, bien qu'ils soient d'avis qu'il est important pour le gouvernement d'assurer la disponibilité de cette information sur son site Web, il ne s'agit pas du moyen de communication préféré de la plupart d'entre eux. Compte tenu de leur expérience passée, la majorité des participants estiment qu'il est difficile et frustrant d'explorer le site Web du gouvernement du Canada.

« J'aimerais voir plus de transparence. L'information doit être accessible. » – Montréal

Pour ce qui est de leurs moyens de communications préférés, les participants étaient d'avis que des pubs dans les médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram et YouTube), à la télévision, la radio, par la poste et dans les épiceries, de même que l'éducation dans les écoles seraient les façons les plus efficaces de communiquer avec eux. Pour ce qui est de YouTube, plus spécifiquement, les participants, surtout les hommes, étaient d'avis que ce serait plus efficace d'avoir une pub du gouvernement invitant les visiteurs à se rendre sur un site Web (en gardant en tête les commentaires déjà faits sur les sites Web du gouvernement) avant la programmation populaire.

Bien qu'il ne s'agisse pas d'un avis majoritaire, une autre suggestion proposée dans un certain nombre de villes a été d'inclure des éléments dans des émissions d'enquête comme Marketplace et Découverte de même que dans des émissions de cuisine ou en partenariat avec des blogueurs alimentaires. On a également proposé l'idée d'avoir des chefs célèbres faisant la promotion d'information dans leurs émissions de cuisine. Ce sont des sources d'information que les participants disent consulter et croire; ils estiment que ce serait un moyen intéressant de communiquer des renseignements sur les aliments et le système alimentaire canadiens.

Communications : Conclusions de la recherche quantitative

- Comme ce fut le cas pour les groupes de discussion, les résultats du sondage indiquent que les médias sociaux sont un des moyens les plus efficaces de joindre les Canadiens (32 %), suivi de près par les sites Web du gouvernement du Canada (31 %), lesquels ont été indiqués moins fréquemment dans les groupes de discussion.

Dans le cadre de la discussion, nous avons présenté un certain nombre d'idées de communications spécifiques dont une liste d'entreprises ayant agi avec négligence; la diffusion en continu d'activités agricoles et de production; et la disponibilité des informations grâce aux codes QR (*Quick Response Codes*).

Pour ce qui est de ces idées spécifiques, les participants ont pensé qu'il serait intéressant d'établir une liste des entreprises qui ont agi avec négligence; cependant, certains se sont demandé si elle ne serait pas inutilement provocatrice (c.-à-d., qu'elle pourrait nommer des entreprises qui ont commis des infractions pour des situations hors de leur contrôle et sans lien avec la salubrité/qualité des aliments qu'elles produisent). À ce point, les participants ont estimé qu'une telle liste devrait porter sur une infraction spécifique et sur sa conclusion (c.-à-d., si elle a été corrigée et quand).

« Je pense qu'il pourrait être intéressant d'avoir une liste mais que cela pourrait jouer sur deux tableaux. Je peux imaginer un scénario où ils pourraient être dénoncés pour une chose sur laquelle ils n'ont aucun contrôle comme une fuite d'eau dans leur manufacture. » – Moncton

« J'aime cette idée. C'est comme une liste des restaurants. Il faudrait inclure la raison et la démarche faite pour corriger les problèmes. Il faudrait aussi un suivi à la liste. » – Montréal

L'idée de diffuser en continu le travail dans les fermes ou les installations de production alimentaire a paru intéressante à certains participants et quelques-uns ont mentionné avoir regardé des documentaires sur le travail agricole dans le passé, spécialement celui portant sur le traitement cruel des animaux. Cependant, plusieurs se sont demandé s'ils regarderaient une diffusion en continue et ont pensé qu'il serait plus facile de regarder des vidéos ou des documentaires. Là encore, tel que mentionné plus tôt, plusieurs participants préfèrent ne pas en savoir trop au sujet de la production alimentaire parce qu'ils ne veulent pas se sentir coupables de manger des aliments qui leur plaisent vraiment.

« Je ne veux pas y penser. » – Edmonton

Les réactions aux codes QR ont été neutres ou négatives. Certains ont remis en question la popularité/l'utilisation de cette forme de communication. Personne n'était d'avis qu'ils les utiliseraient pendant qu'ils font des courses à l'épicerie, car ce serait trop fastidieux.

« Je ne suis pas vraiment sûr de la façon de les utiliser [codes QR]. Ai-je besoin d'une appli? » – Winnipeg

Conclusions

Dans l'ensemble, les participants ne se préoccupent pas de la qualité ou de la salubrité des aliments disponibles puisque ni l'un ni l'autre ne sont des facteurs qui influent sur leurs habitudes d'achat, possiblement en partie parce qu'ils n'ont jamais connu quoi que ce soit de majeur lié à la consommation d'aliments et parce que le système alimentaire canadien est perçu comme bien réglementé. Plutôt, les principaux facteurs derrière les décisions d'achat d'aliments sont le prix et le rapport qualité-prix, les participants ayant indiqué prendre des mesures comme établir un budget, consulter les circulaires, acheter en vrac et surveiller l'alignement des prix pour s'assurer de ne pas dépenser outre mesure. Après le prix et le rapport qualité-prix, on trouve la qualité des aliments soit le « goût », la « texture » et la « tendreté » (pas nécessairement la « salubrité »). Pour certains, la qualité (telle que définie ci-dessus) l'emporte sur le prix en particulier dans le cas de la viande, achetée chez le boucher ou dans un magasin spécialisé, ou de produits achetés dans un marché de producteurs locaux. La commodité a été citée comme un facteur important par certains.

Quand on leur a demandé les caractéristiques qu'ils recherchent au moment de faire leurs achats, quelques-uns ont répondu qu'à part les aliments produits localement ou portant la mention Fabriqué au Canada ou biologiques (pour certains) – lesquels sont des indicateurs de qualité – ils s'attardent aux ingrédients qu'eux-mêmes ou un membre de la famille doivent éviter en raison d'allergies ou de restrictions alimentaires (c.-à-d., sans gluten, faibles en sodium, etc.).

L'élément le plus important de l'achat local est souvent lié au désir de soutenir les producteurs locaux et de redonner à la collectivité et, parce que la mention aliments produits localement suppose généralement que ces produits sont de meilleure qualité (tel que défini ci-dessus) et meilleurs pour l'environnement puisqu'ils sont transportés sur de moins longues distances jusqu'à destination. Certains participants ont désigné les aliments produits localement comme biologiques. Ces personnes ont indiqué acheter de tels produits parce qu'elles veulent consommer des aliments qui sont plus naturels et moins dommageables (sans agents de conservation, hormones, pesticides, etc.), mais plusieurs ont admis ne pas savoir à quoi le terme fait référence. Certains ont même avoué être quelque peu sceptiques à propos de la légitimité de l'affirmation ou ont estimé qu'il pourrait s'agir d'une ruse de marketing pour permettre aux producteurs et aux détaillants d'exiger un prix plus élevé.

Par ailleurs, les participants achètent intentionnellement des produits portant la mention Fabriqué au Canada ou Produit du Canada. Encore une fois, ils estiment que ces produits sont transportés sur de plus courtes distances, ce qui est bon pour l'environnement et se traduit par des aliments plus frais. Cependant, plusieurs font beaucoup confiance à la salubrité et à la qualité des aliments canadiens. En termes de marque, les groupes de discussion ont signalé qu'il existe un certain degré de confusion sur l'interprétation des termes Fabriqué au Canada, Produit du Canada et Transformé au Canada. Pour certains, les mentions Fabriqué au Canada et Produit du Canada signifient qu'un produit est 100 % canadien et on avait l'impression qu'il serait trompeur d'étiqueter un produit qui n'est pas 100 % canadien à cet égard. Pour les produits qui sont transformés au Canada, l'étiquette Transformé au Canada est beaucoup plus claire et mieux comprise.

Très peu de participants ont indiqué qu'ils achètent intentionnellement des produits alimentaires produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental ou dans des conditions liées au traitement sans cruauté des animaux. La plupart estiment qu'il n'est pas du tout facile d'identifier les produits qui répondent à ces descriptions.

La plupart des participants croient que la nourriture canadienne est sécuritaire et de haute qualité, du simple fait que les normes et règles canadiennes sont plus rigoureuses que celles de la plupart des autres pays et que le système canadien est plus réglementé et qu'il est mis en application plus fermement. Aussi, les participants avaient l'impression que le gouvernement du Canada réglemente l'étiquetage et ils ont eu tendance à croire que

l'information sur les étiquettes est bonne bien que la plupart d'entre eux aient reconnu que le sens de certains termes n'est pas clair et qu'une dimension importante des étiquettes est leur fin commerciale.

Les agriculteurs, en particulier les petits exploitants, et leurs produits sont perçus positivement. Ils sont décrits comme des gens qui travaillent d'arrache-pied et qui sont fiers. En revanche, ceux qui ont des exploitations agricoles plus grandes sont quelquefois vus comme des entreprises motivées surtout par des facteurs économiques. Cependant, certains participants dans chaque groupe ont rapidement souligné que la réputation des plus grandes exploitations repose sur la qualité et la salubrité de leurs produits et que, étant donné leur taille, elles ont les fonds et l'infrastructure en place pour assurer, justement, la qualité et la salubrité de leurs produits.

Personne n'avait entendu parler de la Politique alimentaire pour le Canada ou du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada. Cependant, les participants ont réagi positivement aux deux et ont été ravis d'apprendre que la politique vise à répondre aux besoins des personnes qui vivent dans les régions nordiques et qu'elle porte, dans une moindre mesure, sur la question du gaspillage alimentaire. En général, leurs premières réactions au Règlement sur la salubrité des aliments au Canada ont été positives bien qu'ils se soient demandé s'il s'agit d'une nouvelle réglementation car la plupart d'entre eux avaient l'impression (ou espéraient) que ces mesures sont déjà en place.

Dans toutes les villes où le sondage a eu lieu, on a noté que les répondants connaissent mieux le Guide alimentaire canadien quoique la plupart des participants aient indiqué qu'ils n'ont pas changé leurs habitudes d'achat à la suite de la mise à jour du guide. En effet, plusieurs ont avoué n'avoir pas suivi de près les recommandations des guides antérieurs de toutes façons.

Un petit nombre seulement de participants ont estimé avoir besoin d'être consultés par le gouvernement, ce qui est dû en grande partie à l'impression qu'en général tout va bien et qu'il n'y a pas eu d'incident. Ce que les participants ont voulu le plus savoir au sujet du système alimentaire canadien est lié au manque de connaissances sur les divers termes mentionnés plus tôt (c.-à-d., produits biologiques, OGM, aliments produits selon des méthodes durables sur le plan environnemental, etc.). Des participants ont pensé qu'une liste des entreprises qui ont agi de façon négligente présenterait un intérêt; quoique que certains se soient demandé si la liste en question ne serait pas inutilement provocatrice. Ils ont pensé qu'il serait préférable de diffuser en direct des agriculteurs et des pratiques de production tout en disant qu'il serait plus facile de regarder des vidéos ou des documentaires. Les meilleurs moyens de communiquer avec eux sur ces sujets sont les médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram et YouTube), la télévision, la radio, les renseignements envoyés par la poste et affichés dans les épiceries de même que l'éducation dans les écoles.

Annexe A: Guide de discussion

Introduction

10 minutes

Le modérateur/la modératrice se présente et décrit son rôle qui est de poser des questions, de s'assurer que tout le monde a la chance de s'exprimer, de respecter le temps imparti, d'être objectif et sans parti pris.

- Le modérateur/la modératrice travaille pour Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe), une firme indépendante en recherche marketing
- Rôle des participants : parler ouvertement et franchement de leurs opinions, se rappeler qu'il n'y a pas de mauvaises réponses et qu'ils n'ont pas à être d'accord avec les autres membres du groupe
- Les participants n'ont pas à adresser tous les commentaires à l'animateur; ils peuvent échanger des idées entre eux.
- Les résultats sont confidentiels et rapportés dans leur ensemble/les personnes ne sont pas identifiées/la participation au groupe de discussion est volontaire
- Durée de la séance (deux heures/une heure et demie à Montréal)
- Présence d'observateurs, leur rôle et leur objectif ainsi que les moyens d'observation (présence d'observateurs dans la salle et de collègues qui écoutent à distance)
- Présence et but de tout enregistrement de la séance (audio et vidéo de la discussion)
- Éteindre les cellulaires pour la durée de la discussion
- Comme nous vous l'avons mentionné lorsque nous vous avons invité à participer à ce groupe de discussion, nous menons des consultations pour le gouvernement du Canada afin d'explorer les points de vue concernant les programmes et les services et d'aider à éclairer les politiques publiques.

Le modérateur/la modératrice fait un tour de table et demande aux participants de se présenter.

- Introduction des participants : Pour commencer, veuillez nous dire votre prénom, qui vit avec vous (par ex., vous vivez avec une famille et des enfants (dans ce cas, veuillez nous dire le nombre d'enfants et leur âge)), et le rôle que vous jouez dans les achats d'épicerie et la préparation des repas dans votre ménage.

Comportement d'achat d'aliments

30 minutes

Comme vous le savez, les groupes d'aujourd'hui/de ce soir sont menés au nom du gouvernement du Canada, plus précisément du ministère d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Le gouvernement s'intéresse à vos points de vue sur divers sujets liés à la façon dont vous prenez des décisions concernant les aliments que vous achetez et consommez dans votre foyer, ainsi qu'à la confiance dans la salubrité des aliments.

Pour commencer, j'aimerais passer un peu de temps à comprendre votre comportement d'achat d'aliments. Cela peut être le cas lorsque vous faites l'épicerie ou lorsque vous dînez à l'extérieur de la maison.

- Où achetez-vous vos aliments? Vérifier : épicerie, en ligne, marché des agriculteurs.
 - Avez-vous tendance à magasiner pour toutes vos provisions d'épicerie à un seul endroit ou magasinez-vous pour différentes catégories d'aliments (c.-à-d. fruits et légumes, viande, etc.) à différents endroits? Pourquoi?
- Que vous fassiez l'épicerie ou que vous mangiez au restaurant, quels critères utilisez-vous pour prendre des décisions sur ce que vous allez acheter? Pourquoi?
 - Quels renseignements, en particulier, consultez-vous? Pourquoi?
 - Qu'est-ce que vous cherchez? Pourquoi?

- Est-ce différent selon la catégorie d'aliments? Pourquoi?
- [Levez la main] Regardez-vous les étiquettes d'emballage?
 - Lorsque vous regardez l'étiquette d'emballage, quels renseignements cherchez-vous?
 - Qu'est-ce qui vous aide à prendre une décision d'acheter ou non un certain produit? Pourquoi?
- Quels sont les attributs dont vous tenez compte lorsque vous prenez des décisions d'achat d'aliments? Pourquoi?
 - Préciser :
 - Produits fabriqués localement
 - Produit du Canada ou Fabriqué au Canada inscrit sur l'étiquette
 - Pays d'origine
 - Étiquette de certification
 - Meilleur rapport qualité-prix
 - Valeur nutritive
 - Commodité
 - Allégations relatives aux effets sur la santé (y compris les problèmes non allergiques tels que l'absence de gluten)
 - Liste des ingrédients
 - Végétarien ou végétalien
 - Production responsable au plan de l'environnement
 - Production biologique
 - Traitement des animaux sans cruauté
 - Commerce équitable
 - Sans hormones ni antibiotiques (produits de viande seulement)
 - Pas un OGM (organisme génétiquement modifié)

J'aimerais passer un peu de temps à en examiner quelques-uns plus précisément. [Modérateur pour faire une rotation de l'ordre suivant]

- [Levez la main] Combien d'entre vous achètent intentionnellement des produits locaux?
- Au meilleur de votre connaissance, à quoi réfèrent les produits locaux?
- Dans quelles circonstances achetez-vous des produits locaux? Pourquoi? Comment déterminez-vous si un produit en particulier est d'origine « locale »?
- Quels sont les avantages les plus importants d'acheter des aliments locaux à l'épicerie? Pourquoi dites-vous cela?
- [Pour ceux qui n'achètent pas de produits biologiques] Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'achetez pas des produits locaux? Pourquoi?

- [Levez la main] Combien d'entre vous achètent intentionnellement des produits alimentaires Produits du Canada ou Fabriqués au Canada ?
- Comment déterminez-vous si un produit est un produit du Canada ou un produit fabriqué au Canada?
 - Préciser :
 - L'étiquette indique Produit du Canada ou Fabriqué au Canada
 - Drapeau canadien sur l'emballage
 - Présomption fondée sur l'achat au marché local
- Lorsque vous voyez Produit du Canada ou Fabriqué au Canada, quelles sont vos présomptions sur la signification de l'étiquette? [Note à l'animatrice - par exemple : c'est 100 % canadien, il a été transformé au Canada, une partie du contenu provient du Canada, il est sécuritaire, il est certifié par le gouvernement du Canada...].

- [Levez la main] Combien d'entre vous achètent intentionnellement des aliments produits avec des méthodes respectueuses de l'environnement?
- Au meilleur de votre connaissance, à quoi se réfèrent les aliments produits à l'aide de méthodes écologiquement durables?
- Dans quelles circonstances achetez-vous des aliments produits selon des méthodes respectueuses de l'environnement? Pourquoi?
- Comment déterminez-vous si un produit en particulier est respectueux de l'environnement?
- Quels sont les plus importants avantages des aliments produits selon des méthodes respectueuses de l'environnement? Pourquoi dites-vous cela?
- [Pour ceux qui n'achètent pas de produits biologiques] Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'achetez pas de produits alimentaires dont l'étiquette fait mention qu'il s'agit d'un produit issu de méthodes de production respectueuses de l'environnement? Pourquoi?

- [Levez la main] Combien d'entre vous achètent intentionnellement des aliments produits dans des conditions où les animaux sont traités sans cruauté?
- Au meilleur de votre connaissance, à quoi font référence les aliments produits dans des conditions liées au traitement humain des animaux?
- Dans quelles circonstances achetez-vous des aliments produits dans des conditions liées au traitement humain des animaux? Pourquoi?
- Comment déterminez-vous si un aliment d'origine animale en particulier est vraiment un aliment produit dans des conditions où les animaux sont traités sans cruauté?
- Quels sont les avantages les plus importants des aliments produits dans des conditions liées au traitement humain des animaux? Pourquoi dites-vous cela?
- [Pour ceux qui n'achètent pas des produits biologiques] Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'achetez pas d'aliments produits dans des conditions où les animaux sont traités sans cruauté? Pourquoi?

Confiance envers la sécurité alimentaire

30 minutes

J'aimerais maintenant parler un peu de votre confiance envers les aliments canadiens.

- Quelle est votre impression générale de la qualité des aliments produits au Canada? Pourquoi dites-vous cela?
- Comment les aliments importés d'autres pays se comparent-ils en termes de qualité? Pourquoi dites-vous cela?
- Selon vous, dans quelle mesure les aliments produits au Canada sont-ils salubres? Pourquoi dites-vous cela?
- Selon vous, dans quelle mesure les aliments produits dans d'autres pays et importés au Canada sont-ils sécuritaires? Préciser : plus sécuritaire, tout aussi sécuritaire, moins sécuritaire que les aliments produits au Canada? Pourquoi dites-vous cela?
- Croyez-vous que les aliments importés au Canada suivent les mêmes lignes directrices que les aliments produits au Canada? Vérifier : Pensez-vous que les lignes directrices sont plus rigoureuses, à peu près les mêmes ou plus laxistes dans d'autres pays? Pourquoi dites-vous cela?
- Dans quelle mesure avez-vous confiance à l'égard des règlements et de leur surveillance :
 - Préciser :
 - Additifs alimentaires ou agents de conservation
 - Maladies animales (p. ex., maladie de la vache folle ou grippe aviaire)
 - Contamination bactérienne (p. ex., E. coli et la salmonelle)
 - OGM
 - Teneur en hormones ou en antibiotiques dans les plantes et les animaux

- Pourquoi le ressentez-vous comme ça?
- Dans quelle mesure êtes-vous certain que les aliments vendus dans les épiceries sont étiquetés avec exactitude? Pourquoi dites-vous cela?
- [Pour ceux qui ne sont pas certains que les aliments sont étiquetés avec précision] De quelle façon pensez-vous que les produits alimentaires sont mal étiquetés? Pourquoi dites-vous cela?
- Quelles sont vos principales préoccupations, le cas échéant, concernant l'étiquetage des aliments? Pourquoi dites-vous cela?
- [Levez la main] Êtes-vous certain que les produits alimentaires vendus dans les épiceries sont étiquetés avec précision pour...?
 - Préciser :
 - Produit localement
 - Respectueux de l'environnement
 - Valeur nutritive
 - Allégations relatives à la santé
 - Pratiques respectant le bien-être des animaux
 - Commerce équitable
 - Casher/halal
 - Biologique
 - Végétalien/végétarien
 - Exempt d'hormones ou d'antibiotiques
 - Génétiquement modifié ou exempt d'OGM
 - Poids net
 - Liste des ingrédients
 - Valeurs nutritives
 - Pourquoi ou pourquoi pas? [*concentrer sur le pourquoi*]
 - Que pourrait-on faire pour accroître votre confiance dans l'étiquetage?
 - Où obtenez-vous vos informations sur la sécurité alimentaire?
 - Quel moyen d'information attirerait votre attention?
- Lorsque vous voyez une étiquette de certification sur un produit alimentaire, quelle est votre compréhension de ce que cela signifie?
 - Faites-vous davantage confiance à la sécurité et/ou à la qualité d'un produit lorsqu'il est certifié? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Quel est votre niveau de confiance (faible, neutre, élevé) dans l'octroi d'une certification?
 - Groupes/associations de producteurs
 - Association des transformateurs de produits alimentaires
 - Détaillant (c.-à-d. menu étiquette bleue le Choix du Président, sans frais)
 - Association de soins de santé (c.-à-d. Fondation des maladies du cœur)
 - Organisme tiers indépendant
 - Le gouvernement du Canada
 - Organisation internationale
 - Pourquoi?
- Si vous pensiez qu'il y avait un problème avec vos aliments, que feriez-vous?
 - Selon vous, qui pourrait vous donner plus de renseignements au sujet du produit en question?
 - Qui contacteriez-vous?

- Avez-vous déjà évité d'acheter ou boycotté un produit alimentaire particulier parce que vous étiez préoccupé(e) par la salubrité de l'aliment? Dans quelles circonstances? Pourquoi?
- Qu'avez-vous fait à la place? Avez-vous cherché un produit alternatif?
- Êtes-vous au courant de la mise à jour du Guide alimentaire canadien? Avez-vous modifié certaines de vos habitudes d'achat en fonction des nouvelles lignes directrices? Lesquels et pourquoi/pourquoi pas?
 - Demander pourquoi si la réponse concernant la consommation de moins de viande - santé/environnement/bien-être des animaux?
- [Levez la main] Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur le nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, qui est entré en vigueur le 15 janvier 2019?
- Au meilleur de votre connaissance, quel est le but du Règlement sur la salubrité des aliments pour les Canadiens?

Pour que nous soyons tous sur la même longueur d'onde, le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada vise à rendre plus sûr le système alimentaire canadien en se concentrant sur la prévention et en permettant le retrait rapide d'aliments insalubres du marché. Le règlement exige également que les aliments importés soient préparés avec le même niveau de contrôle de la salubrité des aliments que les aliments préparés au Canada.

- Sur la base de cette description, quelle impression générale avez-vous des règlements? Pourquoi dites-vous cela?
- Ce règlement vous donne-t-il plus de confiance dans la salubrité du système alimentaire canadien? Pourquoi ou pourquoi pas?
- [Levez la main] Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur une politique alimentaire pour le Canada?
- Selon vous, en quoi consiste cette politique?

Confiance du public

30 minutes

J'aimerais maintenant parler un peu de votre confiance envers les aliments canadiens.

- Quel est votre niveau de confiance envers les aliments canadiens?
- Quelle a été ou qui a été la plus grande influence sur vos perceptions? Pourquoi?
- Pensez-vous que le secteur agricole répond efficacement aux préférences des consommateurs de façon opportune et coordonnée? Faut-il faire plus? Dans quels domaines? [Modérateur s'assurer que la conversation se concentre sur le secteur agricole plutôt que sur les détaillants comme les chaînes de restauration rapide]
- Selon vous, que diraient les agriculteurs et les producteurs canadiens au sujet de la qualité et de la salubrité des aliments qu'ils produisent?
 - Vous les croyez, vous? Pourquoi ou pourquoi pas?
 - Qu'est-ce qui renforcerait votre confiance envers les pratiques de production alimentaire?
 - Préciser :
 - Diffusion en direct de la production agricole
 - Diffusion en direct des installations de transformation des aliments
 - S'adresser directement aux agriculteurs sur les marchés
 - Disposer d'informations biographiques sur l'installation d'où proviennent les produits
 - Certification/Accréditation d'une installation, etc.

- En tant que consommateur, vous engagez-vous d'une façon ou d'une autre avec les agriculteurs ou les transformateurs d'aliments au sujet de leurs pratiques agricoles ou de transformation? Pourquoi et de quelle façon (p. ex. lire un code RQ, un site Web, un marché alimentaire local, des médias sociaux, des visites de fermes, etc.)
- Qu'est-ce qui pourrait vous aider à accroître votre niveau de confiance dans le système alimentaire canadien? (e.g. une liste des entreprises qui ont été condamnées à une amende ou suspendues pour des raisons de salubrité alimentaire)?

Communications

10 minutes

- Quelle serait la façon la plus efficace pour le gouvernement de partager l'information avec les consommateurs/vous au Canada?
- Quelle serait votre méthode de communication préférée? Comment pourraient-ils le mieux vous joindre?
- En tant que consommateur canadien, estimez-vous avoir l'occasion de collaborer avec les gouvernements et l'industrie alimentaire à l'élaboration de politiques sur la façon dont les aliments sont produits et vendus ? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Avez-vous des suggestions à faire à ce sujet? Vérifier : par l'entremise du gouvernement directement, d'un groupe de consommateurs, de séances de consultation, d'un forum en ligne, etc.?
- Qu'aimeriez-vous mieux comprendre au sujet de la production alimentaire du Canada?

Conclusion

10 minutes

Le modérateur/la modératrice demande aux observateurs dans la salle à l'arrière s'ils souhaitent aborder d'autres sujets.

- Cela conclut ce que nous devons couvrir ce soir.
- Y a-t-il quelque chose que vous pensez que j'aurais dû demander mais que je n'ai pas demandé ou que vous aimeriez ajouter?
- Nous vous sommes très reconnaissants d'avoir pris le temps de venir nous faire part de votre point de vue. Votre contribution est très importante.
- Rappel aux membres des premier et deuxième groupes de réserver des commentaires afin de ne pas influencer ceux qui attendent à la réception pour le groupe suivant.

Annexe B : Questionnaire de recrutement

Sommaire

- Recrutez 10
- Tous les participants doivent avoir 18 ans ou plus
- Tous doivent avoir la responsabilité principale ou conjointe des achats d'épicerie dans leur foyer (S2)
- Bon mélange démographique (âge, revenu, etc.)

Spécifications des groupes de discussion	Horaires de groupe et honoraires	
MONCTON Lundi 24 juin 2019 Groupe 1 (Anglais) Groupe 2 (Anglais) Groupe 3 (Français)		Compensation financière: \$85 5:00 pm 6:30 pm 8:00 pm
TORONTO Mardi 25 juin 2019 Groupe 1 Groupe 2		Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm
MONTRÉAL Mardi juin 25 2019 Groupe 1 (Français) Groupe 2 (Français) Groupe 3 (Anglais)		Compensation financière: \$85 5:00 pm 6:30 pm 8:00 pm
WINNIPEG Mercredi 26 juin 2019 Groupe 1 Groupe 2		Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm
EDMONTON Jeudi 27 juin 2019 Groupe 1 Groupe 2		Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm
Nom du répondant : No de téléphone du répondant : No de téléphone du répondant : No de télécopieur du répondant : Courriel du répondant : Source de l'échantillon : panel aléatoire référence du client	Interviewer : Date : Validé : Fichiers centraux : Listes : Quotas:	

Bonjour/Hello, je m'appelle _____ et je vous téléphone de la part d'Earnscliffe, une firme professionnelle de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada, plus précisément, pour Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le but de l'étude et de la discussion en petits groupes est de comprendre les perceptions et les opinions concernant la qualité et la production alimentaires. Nous recherchons des personnes prêtes à prendre part à une séance de discussion en groupe de 2 heures environ. Nous cherchons à recruter jusqu'à 10 participants, auxquels nous remettons une somme de [SI MONTRÉAL OU MONCTON] 85,00 \$,[SI TORONTO, WINNIPEG, OU EDMONTON] 100,00 \$. Puis-je continuer ?

- Oui Continuez
 Non Remerciez et terminez

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French? [Si français, continuez en français arrangez un retour un retour d'appel avec un interviewer francophone ou: Nous vous rappellerons pour mener cette entrevue de recherche en français. Merci. Au revoir].

La participation est volontaire. Nous désirons connaître votre opinion. Nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ou de vous faire changer d'avis. La discussion se déroulera sous forme de table ronde et sera animée par un professionnel de la recherche. Tous les commentaires émis demeureront anonymes et seront regroupés avec ceux des autres participants afin de nous assurer qu'ils ne sont pas associés à une personne en particulier. Avant que je puisse vous inviter à assister à un groupe de discussion, j'ai besoin de vous demander quelques questions afin d'assurer que chaque groupe comprenne une bonne distribution démographique. Puis-je vous poser quelques questions? Ceci ne prendra que cinq minutes environ.

Oui CONTINUEZ
Non REMERCIEZ ET TERMINEZ

LISEZ À TOUS : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. »

CLARIFICATIONS SUPPLÉMENTAIRES AU BESOIN:

- Pour s'assurer que je (l'intervieweur) lis les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision ;
- Pour évaluer mon rendement (le rendement de l'intervieweur) ;
- Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. évaluation de la programmation ITAO et de la méthodologie – s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche – comme un prétest) ;
- Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

S1. Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, travaillez... ?

	Oui	Non
Pour un firme de recherche marketing	1	2
Pour un magazine ou un journal en ligne ou imprimé	1	2
Pour une chaîne de radio ou de télévision	1	2
Pour une firme de relations publiques	1	2
Pour une agence de publicité ou de graphisme	1	2
Pour un média en ligne ou comme auteur(e) d'un blogue	1	2
Pour le gouvernement fédéral, provincial ou municipal	1	2
Secteur médical (LISEZ si nécessaire: par exemple médecin, nutritionniste, diététicien, etc.)	1	2
Le secteur agricole	1	2
Fabrication alimentaire/Industrie alimentaire	1	2

SI OUI À L'UNE DE CES OPTIONS, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

S2. Je vais vous lire trois énoncés. Veuillez me dire lequel reflète le mieux votre rôle au sein du ménage.

- a. J'ai la responsabilité principale de faire l'épicerie dans mon foyer.
- b. Je partage la responsabilité conjointe des achats d'épicerie dans mon ménage.
- c. Je n'ai pas la responsabilité principale ou conjointe de l'épicerie dans mon ménage.

TOUS LES PARTICIPANTS DOIVENT ÊTRE A OU B - PRÉFÉRENCE POUR A. SI C, REMERCIER ET TERMINER

S3. NE DEMANDEZ PAS – NOTEZ LE SEXE

Homme	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
Femme	2	

S4. Auquel des groupes d'âge suivants appartenez-vous ? Avez-vous... ?

18 à 24 ans	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
25 à 29 ans	2	
30 à 34 ans	3	
35 à 44 ans	4	
45 à 54 ans	5	
55 à 64 ans	6	
65 ans et plus	7	
DK/NR	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S5. Quelle est votre situation d'emploi à l'heure actuelle ?

Travailleur(euse) à temps plein	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
Travailleur(euse) à temps partiel	2	
Travailleur(euse) autonome	3	
Retraité(e)	4	
Sans emploi	5	
Étudiant(e)	6	
Ménagère	7	
Autre (veuillez préciser)	8	
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage, c'est-à-dire le total des revenus avant impôt de toutes les personnes habitant sous votre toit ? [LISEZ LA LISTE]?

Moins de 20 000 \$	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2	
De 40,000 \$ à moins de 60 000 \$	3	
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4	
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5	
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6	
150 000\$ ou plus	7	
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S7. Pourriez-vous me dire quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint ?

Études secondaires non terminées	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
Études secondaires terminées	2	
Études collégiales/universitaires non terminées	3	
Études collégiales/universitaires terminées	4	
Études de 2 ^e ou 3 ^e cycle	5	
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S8. Afin de nous assurer de parler à une diversité de personnes, pouvez-vous me dire quel est votre origine ethnique? **NE PAS LIRE**

Caucasien	1	<i>BONNE DIVERSITÉ</i>
Chinois	2	
Asiatique du Sud (Indiens orientaux, Pakistanais, etc.)	3	
Noir	4	
Philippin	5	
Latino-américain	6	
Asiatique du Sud-Est (soit, Vietnamien, etc.)	7	
Arabe	8	
Asiatique de l'Ouest (soit, Iranien, Afghan, etc.)	9	
Coréen	10	
Japonais	11	
Autochtone (Premières Nations, Métis, ou Inuit)	12	
Autre (veuillez préciser)	13	
NSP/RF	14	

S9. Avez-vous déjà participé à une séance de discussion en groupe ? Ces séances réunissent des gens afin de connaître leur opinion sur un sujet donné.

Oui	1	(MAX 1/3 PAR GROUPE DEMANDER S11,12,13)
Non	2	PASSEZ À S13
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S10. Il y a combien de temps de cela ?

Si dans les 6 derniers mois	1	REMERCIEZ ET TERMINEZ
Si hors des 6 derniers mois	2	CONTINUEZ
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S11. À combien de séances de discussion en groupe avez-vous assisté au cours des 5 dernières années ?

Si 4 ou moins	1	CONTINUEZ
Si 5 ou plus	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S12. Et quels étaient les principaux sujets traités lors de ces séances ?

S'ILS SONT LIÉS À L'ALIMENTATION, À LA QUALITÉ DES ALIMENTS, À LA PRODUCTION ALIMENTAIRE, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

INVITATION

S13. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer vos opinions devant des personnes que vous venez tout juste de rencontrer ? Diriez-vous que vous êtes... ?

Très à l'aise	1	MINIMUM 4 PAR GROUPE
Plutôt à l'aise	2	CONTINUEZ
À l'aise	3	CONTINUEZ
Pas très à l'aise	4	REMERCIEZ ET TERMINEZ
Pas du tout à l'aise	5	REMERCIEZ ET TERMINEZ
DK/NR	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S14. Parfois, les participants sont invités à lire du texte, examiner des images, ou d'écrire des réponses pendant la discussion. Y a-t-il une raison pour laquelle vous ne pouvez pas participer?

Oui	1	REMERCIEZ ET TERMINEZ
Non	2	CONTINUEZ
NSP/RF	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S15. D'après les réponses que vous m'avez données, vous avez un profil qui nous intéresse pour l'étude. J'aimerais donc vous inviter à participer à un petit groupe de discussion qui aura lieu à _____ le _____.

Comme vous le savez peut-être, les groupes de discussion servent à recueillir de l'information sur un sujet particulier ; dans ce cas, la discussion portera sur la sécurité alimentaire. De huit à dix personnes participeront à la discussion, qui sera très informelle.

[SI MONTRÉAL OU MONCTON] La discussion durera environ une heure et demi, des rafraîchissements seront servis et vous recevrez 85,00 \$ pour vous remercier de votre temps. Seriez-vous prêt à y participer?.

[SI TORONTO, WINNIPEG, OU EDMONTON] La discussion durera environ deux heures, des rafraîchissements seront servis et vous recevrez 100,00 \$ pour vous remercier de votre temps. Seriez-vous prêt à y participer?

Oui	1	ADMISSIBLE
Non	2	REMERCEZ ET TERMINEZ
NSP/RF	9	REMERCEZ ET TERMINEZ

QUESTIONS RELATIVES À LA CONFIDENTIALITÉ

J'ai maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1) Tout d'abord, nous fournirons une liste des noms et des profils (réponses au questionnaire de recrutement) des participants aux hôtes et au modérateur, afin qu'ils puissent vous inscrire. Ces renseignements ne seront pas divulgués au ministère du gouvernement du Canada qui organise cette recherche. Acceptez-vous que nous leur transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

Oui	1	PASSEZ À P2
Non	2	LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Nous devons donner votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. Les hôtes et le modérateur ont besoin de ces renseignements à des fins de vérification uniquement. Soyez assuré que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. PASSEZ À P1A

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion?

Oui	1	PASSEZ À P2
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P2) Il y aura un enregistrement audio ou vidéo de la séance; celui-ci servira uniquement à des fins de recherche. L'enregistrement sera uniquement utilisé par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche. L'enregistrement sera détruit lorsque le rapport sera terminé.

Acceptez-vous qu'un enregistrement audio ou vidéo de la séance soit effectué uniquement à des fins de recherche?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Nous devons faire un enregistrement audio ou vidéo de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous fassions un enregistrement audio ou vidéo de la séance?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P3) Des employés du gouvernement du Canada peuvent être sur place afin d'observer les groupes en personne derrière un miroir sans tain ou par vidéoconférence. Acceptez-vous d'être observé par des employés du gouvernement du Canada?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	PASSEZ À P3A

P3a) Il s'agit d'une procédure qualitative normalisée que d'inviter les clients, dans ce cas, des employés du gouvernement du Canada, à observer les groupes en personne ou par vidéoconférence. Ils peuvent être assis dans une pièce séparée et observeront derrière un miroir sans tain. Ils seront là simplement pour entendre vos opinions sans intermédiaire. Cependant, ils pourraient prendre leurs propres notes ainsi que s'entretenir avec le modérateur ou la modératrice pour lui faire part, s'il y a lieu, de toutes questions additionnelles à poser au groupe.

Acceptez-vous d'être observé par des employés du gouvernement du Canada?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

INVITATION :

Excellent, vous êtes admissible à participer à l'un de nos groupes de discussion. Comme je l'ai mentionné plus tôt, le groupe de discussion aura lieu en soirée le [JOUR, MOIS, DATE] à [HEURE] pour [INSÉREZ DURÉE].

Avez-vous un stylo à portée de main pour que je puisse vous donner l'adresse où se tiendra le groupe ? Elle se tiendra à :

Spécifications des groupes de discussion	Horaires de groupe et honoraires
MONCTON Lundi 24 juin 2019 Narrative Research (antérieurement Corporate Research Associates) 68 rue Highfield, Bureau 101 Moncton (NB) E1C 5N3 506-870-4277	Compensation financière: \$85 5:00 pm 6:30 pm 8:00 pm
TORONTO Mardi 25 juin 2019 Quality Response Inc. 2200 rue Yonge, Bureau 903 Toronto (ON) M4S 2C6 416-484-0072	Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm
MONTRÉAL Mardi juin 25 2019 MBA Recherche 1470 rue Peel, Bureau 800 Montreal (QC) H3A 1T1 514-284-9644	Compensation financière: \$85 5:00 pm 6:30 pm 8:00 pm
WINNIPEG Mercredi 26 juin 2019 Prairie Research Associates 500 – 363 Broadway Winnipeg (MB) R3C 3N9 204-987-2030	Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm
EDMONTON Jeudi 27 juin 2019 Trend Research 10011 80 Avenue NW Edmonton (AB) T6E 1T4 780-485-6558	Compensation financière: \$100 5:30 pm 7:30 pm

Nous vous demandons d'arriver quinze minutes avant l'heure prévue pour vous permettre de stationner votre voiture, de trouver l'endroit et de vous présenter aux hôtes. Il est possible que l'on vérifie votre identité avant la tenue de la séance. Par conséquent, assurez-vous d'avoir une pièce d'identité (par exemple, votre carte santé, votre carte étudiante ou votre permis de conduire). De plus, si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez les apporter.

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de personnes, votre participation est très importante pour nous. C'est pourquoi si, pour une raison ou une autre, vous ne pouvez pas vous présenter, nous vous demandons de nous téléphoner afin que nous puissions essayer de vous remplacer. Vous pouvez nous joindre à notre bureau au **[INSÉREZ NUMÉRO DE TÉLÉPHONE]**. Demandez à parler à **[INSÉREZ NOM]**. Quelqu'un communiquera avec vous dans les jours qui précèdent le groupe de discussion pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence au groupe de discussion ou pour vous informer si des changements surviennent, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées?

Prénom

Nom

Courriel

Numéro de téléphone (jour)

Numéro de téléphone (le soir)

Si le répondant refuse de donner son prénom, son nom ou son numéro de téléphone, dites-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et que ceux-ci seront uniquement utilisés pour le contacter afin de confirmer sa participation et pour l'informer de tout changement concernant le groupe de discussion. S'il refuse toujours, REMERCIEZ ET TERMINEZ.