



Groupes de discussion 2018-2019 sur les enjeux stratégiques des producteurs (Vague VI)

Résumé analytique de recherche qualitative

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Numéro du contrat : 01B68-190331/001/CY

Valeur du contrat : 244 259,77 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 13 août 2018

Date de livraison : 4 mars 2019

Numéro d'enregistrement : ROP 031-18

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.

AAC Groupes de discussion 2018-2019 sur les enjeux stratégiques des producteurs (Vague VI)

Résumé analytique de recherche qualitative

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Mars 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 février 2019.

This publication is also available in English under the title :

2018-2019 Strategic Issues Focus Groups of Producers (Wave VI) - Qualitative Research: Final Report Summary

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

Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, chemin Baseline
Ottawa (Ontario) K1A 0C5

Catalogue numéro : A22-624/1-2019F-1-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-30923-1

Agriculture et Agroalimentaire Canada numéro : 12910F

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

Résumé Analytique

L'agence Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureuse de remettre, à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), son rapport résumant les conclusions de groupes de discussion sur la phase de recherche qualitative portant sur les enjeux stratégiques auxquels sont confrontés les producteurs agricoles.

AAC mène régulièrement des recherches sur l'opinion publique auprès des producteurs afin de suivre l'évolution des données et d'offrir un aperçu des domaines d'intérêt nouveaux et changeants liés à l'élevage et à l'agriculture. En 2018, AAC a confié à Earnscliffe le soin de mener la sixième vague de l'étude du ministère auprès de producteurs ainsi que la deuxième version de groupes de discussion avec des producteurs. Le présent rapport porte uniquement sur les processus et les conclusions de la recherche qualitative. La phase de recherche quantitative est présentée sous pli séparé.

Les conclusions de la recherche seront utilisées pour surveiller tout changement dans le domaine de l'opinion publique parmi les producteurs et pour recueillir des données sur une gamme de nouveaux domaines d'intérêt pour AAC. Plus spécifiquement, les groupes de discussion ont servi à valider les conclusions du sondage quantitatif, tester les principaux thèmes qui sont ressortis des données et expliquer ou clarifier les réponses au sondage. Le coût total de ces travaux de recherche a été de 244,259.77 \$ y compris la TVH.

Pour les fins de cette étude, nous avons réuni dix groupes (personnes sur place) dans cinq villes canadiennes – Chatham, ON (4 février); Charlottetown, IPÉ (6 février); Winkler, MB (6 février); Saint-Jérôme, QC (7 février); et Lethbridge, AB (7 février). Les participants étaient des producteurs canadiens (18+); nous avons tenté au mieux d'avoir un bon mélange de tailles d'exploitations, de produits cultivés et de genres (dans la mesure du possible). Dans chaque ville, la discussion a commencé à 15 h pour se terminer à 17 h 30. Ces séances ont duré environ deux heures. Par ailleurs, la recherche qualitative comprenait deux (2) séances en ligne, lesquelles ont été menées auprès de résidents de communautés minoritaires de langue officielle (CMLO) (5 février). La première de ces séances a eu lieu en anglais avec des producteurs d'expression anglaise vivant au Québec; la seconde, en français avec des producteurs francophones vivant à l'extérieur du Québec. Les séances en ligne ont également duré 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 à partir 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.

Voici les principales conclusions de la recherche.

- **Les producteurs, surtout les propriétaires de grandes exploitations, sont en faveur d'une diversification des échanges commerciaux**, en particulier dans le contexte actuel car ils considèrent que le marché des États-Unis (É.-U.) est plus volatile.
 - Les producteurs qui ont de plus petites fermes sont moins favorables parce qu'ils ont tendance à porter leur attention sur les marchés locaux et ils estiment que le commerce international ne les touche pas autant.
- **Les accords commerciaux sont reconnus comme un aspect important et déterminant de croissance pour le secteur mais les participants ont souvent attiré l'attention sur les détails des accords commerciaux que le gouvernement du Canada a récemment négociés.** Plusieurs d'entre eux craignent plus les pertes potentielles liées à ces accords qu'ils se réjouissent des gains.
 - Cette tension était palpable quand il a été question de l'Accord-États-Unis-Mexique-Canada (AÉUMCA ou ACÉUM). La plupart des producteurs connaissaient bien l'accord mais ils ont divergé d'opinion selon le type d'exploitation agricole qu'ils possèdent. Les producteurs laitiers étaient carrément mécontents de l'accord alors que les autres se sont montrés modérément optimistes et soulagés qu'un accord ait été conclu.
 - Ils connaissaient les grandes lignes de l'Accord économique et commercial global (AECG) et de l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) mais ils étaient mal informés sur certains points. Comme dans le cas de l'ACÉUM, les quelques producteurs qui disent le mieux connaître ces ententes, typiquement les producteurs de lait, de porc et de bœuf, étaient d'avis que les producteurs laitiers avaient perdu quelque chose.
- Plusieurs producteurs ont parlé de leur inquiétude concernant la qualité des produits qui sont importés au Canada. Un certain nombre d'entre eux ont fait remarquer que les aliments importés ne sont pas soumis au même degré de certification que ceux produits au Canada, ce qui permet de vendre ces produits étrangers moins cher que ceux qui proviennent d'ici.
- Lorsque nous avons soulevé la question des programmes et services mis en place par le gouvernement fédéral, pour soutenir le secteur agricole, nous avons noté que les participants ne les connaissent que d'une façon limitée bien que quelques programmes aient été mentionnés spontanément dans la plupart des groupes : assurance, récolte, Agri-investissement et Agri-stabilité.
- **La plupart des participants considèrent que les programmes gouvernementaux sont fastidieux, en général, puisqu'il faut beaucoup de travail pour remplir la paperasse, suivre la formation, etc. sans aucune garantie que cela portera fruit.**
 - Certains d'entre eux étaient mécontents de la façon dont les fonds sont alloués par l'entremise des divers programmes (en particulier les producteurs laitiers).
 - Même ceux dont la demande a été approuvée ont décrit des problèmes liés aux délais dans l'obtention des fonds, qu'il s'agisse de liquidités ou de voir ce revenu compter dans une année subséquente alors que les récoltes sont meilleures, ce qui a pour effet de les léser sur le plan fiscal (c'est notamment vrai pour le programme Agri-stabilité).

- Malgré les défis auxquels ils sont confrontés, la plupart des participants étaient d'avis qu'il est important que le gouvernement fédéral continue d'offrir du soutien aux producteurs agricoles.
- **Très peu de producteurs semblent connaître le Partenariat canadien pour l'agriculture (le Partenariat)**, bien que certains d'entre eux aient spontanément mentionné les anciens programmes, Cultivons l'avenir et Cultivons l'avenir 2.
 - Lorsqu'on leur a brièvement décrit le Partenariat, la plupart ont réagi avec scepticisme. Cette réaction était souvent liée à une expérience passée avec des programmes gouvernementaux (pas toujours fédéraux) et un sentiment qu'il s'agit tout simplement d'une manœuvre politique (renommer un programme existant). Malgré leur scepticisme, la plupart des répondants ont indiqué qu'ils s'informeront sur le programme.
- **Pratiquement tous les participants pensent que la confiance du public dans les produits et les pratiques des producteurs canadiens est en régression et que ce déclin est problématique et injustifié.** D'après eux, si le public comprenait mieux les pratiques d'agriculture et la qualité des produits, leur confiance serait accrue.
- Bien que la plupart des participants aient dit vouloir personnellement contribuer à accroître la confiance du public, plusieurs, en particulier les grands exploitants, ont souligné le fait qu'ils n'ont pas beaucoup de contact direct avec la population ou les détaillants.
- L'opinion générale était que tout le monde, y compris les producteurs, les groupes d'agriculteurs, les détaillants, les scientifiques et les gouvernements (dont le gouvernement du Canada), a un rôle à jouer dans le maintien de la confiance du public dans l'agriculture canadienne.
- **La plupart des producteurs se considèrent comme des gardiens de la terre et ils estiment qu'il est primordial de protéger l'environnement puisque leur subsistance dépend de sa viabilité future.**
 - Plusieurs ont mis en place de nouvelles pratiques et ont investi dans de nouvelles technologies pour utiliser l'eau et l'énergie avec plus d'efficacité, pour protéger le sol et pour réduire le gaspillage, etc.
- Les producteurs ont semblé se fier à des formes de communication plus traditionnelles, notamment le bouche-à-oreille ou les discussions entre pairs. Ils semblent aussi se fier énormément (et faire confiance) aux groupes d'agriculteurs pour obtenir des renseignements pertinents et adaptés à leurs exploitations.
 - Pour cette raison, ils considèrent l'envoi de bulletins par courrier électronique comme un moyen efficace de communiquer avec eux. Par exemple, certains ont mentionné que leur association d'agriculteurs leur fait parvenir régulièrement des mises à jour par courriel. Cela étant dit, personne n'avait entendu parler du bulletin Agri-info.
 - Ils sont peu nombreux à utiliser les médias sociaux et ceux qui le font tendent à être des producteurs plus jeunes ayant des exploitations de plus petite taille et un contact plus direct avec la population.

Firme de recherche : Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : 01B68-190331/001/CY
Date d'attribution du contrat : 13 août 2018

J'atteste, par la présente, comme représentant d'Earnscliffe 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 :

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Doug Anderson", with a long horizontal flourish extending to the right.

Doug Anderson
Partenaire, Earnscliffe

Date : 4 mars 2019