



Sondage de 2019 sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments

(Vague V)

Sommaire

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom de la firme de recherche : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Numéro de contrat : 01B68-190716/001/CY

Valeur du contrat : 79 965,02 \$

Date d'attribution des services : 26 septembre 2018

Date de livraison des services : 2 mai 2019

Numéro d'enregistrement : POR 066-18

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec aafc.por-rop.aac@canada.ca

This report is also available in English

Sondage de 2019 d’AAC sur les perceptions des consommateurs à l’égard des aliments

Sommaire

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom de la firme de recherche : **LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**

Date : 2 mai 2019

Cette recherche sur l’opinion publique présente les résultats d’un sondage en ligne mené par les Associés de recherche EKOS inc. pour le compte du ministère de l’Agriculture et Agroalimentaire Canada. Cette étude a été menée auprès de 3 031 Canadiens âgés de 18 ans ou plus entre le 13 février et le 1^{er} mars 2019.

This report is also available in English under the title: 2019 Survey on Consumer Perceptions of Food (Wave V) - Summary.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut obtenir une permission écrite préalable d’Agriculture et Agroalimentaire Canada pour toutes autres utilisations. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à aafc.por-rop.aac@canada.ca ou encore à :

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

Numéro de catalogue :

A22-627/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-31425-9

Agriculture et Agroalimentaire Canada numéro :

12970F

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de de l’Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2019

Sommaire

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) soutient l'industrie canadienne agricole et agroalimentaire par le biais d'initiatives qui font la promotion de l'innovation et de la capacité concurrentielle. Les activités du ministère s'adressent aussi bien aux agriculteurs qu'aux consommateurs, des exploitations agricoles aux marchés mondiaux, dans toutes les étapes de production, de transformation et de commercialisation des fermes, des aliments et des produits biologiques. L'agriculture est également au Canada un domaine de compétence partagée, et le ministère travaille en étroite collaboration avec les gouvernements provinciaux et territoriaux à l'élaboration et à la prestation de politiques et de programmes. Pour le soutenir dans son mandat, le ministère mène régulièrement des enquêtes d'opinion publique afin de sonder les opinions et les attitudes des Canadiens, des producteurs agricoles et des transformateurs agricoles. Le ministère utilise les résultats des recherches qu'il commande pour élaborer des politiques, des services et des programmes, et pour planifier ses communications. Les résultats sont partagés à l'interne, avec des homologues provinciaux et territoriaux, et avec le public canadien.

AAC a commandé cinq vagues du Sondage sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments. La première vague a été menée en 2004, les autres ont eu lieu en 2006, en 2010 et en 2014. Chaque vague a été modifiée pour refléter des enjeux d'actualité tout en retenant quelques indicateurs permettant d'assurer le suivi des perceptions des consommateurs au fil du temps. Le *Sondage de 2019 sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments* se fonde sur un échantillon de 3 031 sondages remplis par des Canadiens âgés de 18 ans ou plus qui assument au moins la moitié des responsabilités de leur ménage en matière d'achat d'aliments. Le sondage a été mené du 13 février au 1er mars 2019.

Principales constatations

Connaissance et information :

- La plupart des Canadiens ont des connaissances limitées de certaines initiatives, comme le nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (20 % le connaissent) ou Une politique alimentaire pour le Canada (25 % la connaissent).
- Tous les répondants ont été interrogés sur leur impression du nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, ce qui comprenait une description de cette politique pour ceux et celles qui en ignoraient l'existence. Plus de la moitié des Canadiens (55 %) ont une impression positive du nouveau Règlement sur la salubrité des aliments au Canada.

- Les Canadiens se fient à diverses sources d'information pour prendre des décisions en matière d'alimentation et de nutrition. Quarante-huit pour cent (48 %) des Canadiens déclarent se fier aux médecins, nutritionnistes ou autres professionnels de la santé pour prendre des décisions dans ces domaines. Parmi les autres sources d'information populaires figurent la famille et les amis (40 %), les médias d'information (32 %), le Guide alimentaire canadien (32 %) et des sites Web sur des aliments en particulier (30 %).
- La connaissance du nouveau Guide alimentaire canadien est élevée, 76 % des répondants indiquant connaître le nouveau guide lancé en janvier 2019. Parmi les répondants qui le connaissent, 23 % affirment qu'il aura une influence sur leurs décisions d'achat d'aliments.

Décisions d'achat d'aliments

Principales caractéristiques que recherchent les Canadiens lorsqu'ils achètent des aliments :

- La plupart des Canadiens (84 %) recherchent des aliments qui offrent le meilleur rapport qualité-prix, ce qui était également le cas en 2014. La valeur nutritive aussi est importante (76 %) et est en hausse par rapport à 2014 (68 %).
- La plupart des Canadiens recherchent des aliments dont l'étiquette porte la mention « Produit du Canada » ou « Fait au Canada » (69 %), ou recherchent des produits locaux (63 %). Ces deux caractéristiques sont en augmentation par rapport à 2014, alors qu'elles affichaient respectivement 52 % et 48 %.
- Le pays d'origine est également important pour plus de la moitié des répondants (57 %, une hausse considérable par rapport aux 38 % de 2014), alors qu'environ la moitié se soucie de la commodité (49 %, comme en 2014).
- Plus de la moitié des Canadiens recherchent au moins à l'occasion des produits biologiques (55 %).
 - Le principal obstacle à l'achat de produits biologiques, parmi les répondants qui n'en recherchent pas même à l'occasion, est le prix (73 %).
- Quatre-vingt-onze pour cent (91 %) des Canadiens recherchent des aliments locaux au moins de temps à autre.
 - Parmi ces gens, 62 % achètent toujours ou souvent des aliments locaux. Parmi les répondants qui achètent au moins à l'occasion des produits locaux, 70 % se fient principalement à l'étiquette, qui précise l'emplacement de l'exploitation agricole, de l'agriculteur ou de l'entreprise de transformation d'où vient l'aliment.
- Soixante-et-onze pour cent (71 %) des consommateurs recherchent des aliments produits avec des pratiques respectueuses de l'environnement.
 - Les raisons pour lesquelles ils ne recherchent pas des aliments produits avec des pratiques respectueuses de l'environnement sont le manque de confiance par rapport à l'exactitude des étiquettes (44 %) et le coût (41 %).

- Soixante-six pour cent (66 %) des consommateurs recherchent des aliments produits dans des conditions où les animaux sont traités sans cruauté.
 - Les Canadiens qui achètent souvent des aliments produits dans des conditions où les animaux sont traités sans cruauté se fient principalement (68 %) à une étiquette faisant mention d'une allégation comme « dérivé d'animaux en liberté » ou « méthode d'élevage traditionnelle », ce qui représente une hausse par rapport aux 58 % de 2014.
- Les deux aspects des aliments qui ont le plus d'influence sur la plupart des Canadiens sont le coût (77 %) et la valeur nutritive (65 %).
- Plus de deux répondants sur trois (70 %) évitent ou boycottent un produit alimentaire en particulier en raison d'une préoccupation concernant la salubrité alimentaire, une hausse par rapport aux 58 % enregistrés en 2014. Une proportion légèrement inférieure boycotte une société (66 %) ou un pays (63 %) en particulier.

Utilisation de technologies pour obtenir de l'information

- Les résultats du sondage indiquent que 26 % des Canadiens ont utilisé un appareil mobile pour scanner le code à barres d'un aliment ou d'un produit au détail pour obtenir de l'information.

Impressions-Confiance

En ce qui concerne les perceptions à l'égard des aliments, le prix demeure l'aspect le plus important pour les Canadiens.

- La plupart des répondants (85 %) conviennent que le prix des aliments a une incidence sur leurs décisions d'achat et qu'ils font attention à la façon dont ils achètent et préparent les aliments pour minimiser le gaspillage (83 %).
- Soixante-huit pour cent (68 %) des gens disent prendre en considération les répercussions environnementales du plastique et de l'emballage lorsqu'ils prennent des décisions d'achat d'aliments.
- Plus de la moitié des Canadiens (56 %) croit que l'industrie agroalimentaire du Canada fait preuve de transparence quant à la façon dont les aliments sont produits, alors que peu d'entre eux croient que d'autres pays font preuve d'une telle transparence (18 %).
- La plupart des Canadiens (89 %) sont d'avis que la qualité des aliments produits au Canada est excellente (36 %) ou bonne (53 %). Une proportion beaucoup plus basse de répondants (50 %) considère la qualité des aliments importés comme excellente (6 %) ou bonne (44 %).
- La majorité des répondants se fient au système lorsqu'il est question de maladies animales (74 %), de contamination bactérienne (66 %) ou de la teneur en hormones, en antibiotiques et en produits chimiques dans les plantes et dans les animaux (52 %). Les résultats du sondage donnent à penser que le niveau de confiance est généralement à la hausse par rapport à 2014.

- La moitié ou un peu plus de la moitié des Canadiens disent se fier à l'exactitude de l'étiquetage lorsqu'il est question d'indiquer la production locale des aliments (58 %), la liste des ingrédients (53 %), les faits nutritionnels, le poids net (51 %) et le contenu nutritionnel (50 %).

Rôle du gouvernement dans la confiance du public

Le sondage cerne plusieurs facteurs qui, selon les Canadiens, sont importants pour gagner ou pour maintenir la confiance du public envers les aliments produits par l'industrie agroalimentaire et agricole du Canada.

- La garantie de la salubrité alimentaire (84 %), l'exactitude des étiquettes (82 %) ou l'étiquetage informatif et véridique sur les produits alimentaires (80 %) sont tous considérés comme des facteurs très importants pour gagner la confiance.
- L'abordabilité des aliments (72 %) et la conformité avec les réglementations du gouvernement (71 %) sont également considérées comme très importantes pour gagner ou maintenir la confiance. Soixante-six pour cent (66 %) des répondants mentionnent la transparence par rapport aux méthodes utilisées pour produire et transformer des aliments.
- Lorsqu'il est question des efforts que devrait déployer le gouvernement pour gagner, améliorer et conserver la confiance des consommateurs dans les produits alimentaires, aucun consensus ne se dégage. La moitié des Canadiens (50 %) croit que le gouvernement doit veiller à ce que les normes alimentaires du Canada respectent ou surpassent celles d'autres pays et veiller à ce que l'industrie agroalimentaire soit appuyée par un solide système de réglementation (49 %). Plusieurs répondants (43 %) considèrent aussi comme utile que l'étiquetage des produits inclue des renseignements sur la production alimentaire.
- Les médias sociaux (32 %) ou les sites Web du gouvernement du Canada (28 %) constituent les méthodes les plus efficaces que devrait utiliser le gouvernement pour partager des renseignements avec les consommateurs.

La valeur du contrat du projet de sondage d'opinion publique est de 79 965,02 dollars (TVH incluse).

Nom de la firme de recherche : Les Associés de recherche EKOS inc.

Numéro de contrat avec TPSGC : 01B68-190716/001/CY

Date du contrat : 26 septembre 2018

Pour obtenir de plus amples renseignements sur cette étude, veuillez envoyer un courriel à aafc.por-rop.aac@canada.ca.

Certification de neutralité politique

La présente certification s'appliquera au rapport définitif envoyé au chargé de projet.

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Signé par : Susan Galley (Vice-présidente)