



Agriculture and
Agri-Food Canada

Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Sondage 2021-2022 sur les enjeux stratégiques des producteurs (Vague VII)

Sommaire

Fournisseur : Léger Marketing inc.

Numéro de contrat : 01B68-210085/001/CY

Valeur du contrat : 99 471,08 \$ (TVH comprise)

Date d'octroi : 9 décembre 2021

Date de livraison : 21 mars 2022

Numéro d'enregistrement : POR 063-21

Pour obtenir des renseignements supplémentaires sur ce rapport, communiquez avec Agriculture et Agroalimentaire Canada à l'adresse aafc.info.aac@agr.gc.ca.

This report is also available in English.

Canada

Sondage 2021-2022 sur les enjeux stratégiques des producteurs (Vague VII)

Sommaire

Préparé pour Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Léger Marketing inc.

Date : 21 mars 2022

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par Léger Marketing inc. pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. L'étude quantitative a été menée entre janvier et mars 2021.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse aafc.info.aac@agr.gc.ca.

Agriculture et Agroalimentaire Canada
1341, Baseline Road
Ottawa (ON) K1B 0A3

Numéro de catalogue : A22-623/4-2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-42823-9

Numéro d'Agriculture et Agroalimentaire Canada : 13113F

Publications associées (numéro d'enregistrement) : POR 063-21

This report is also available in English under the name: 2021-2022 Strategic Issues Survey with Producers (Wave VII) – Final Report.

ISBN: 978-0-660-42820-8

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2022.

Sommaire

Léger Marketing inc. (Léger) est heureuse de présenter ce rapport à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) sur les résultats de la septième vague du sondage sur les enjeux stratégiques des producteurs, conçu pour en apprendre davantage sur les agriculteurs canadiens et les difficultés auxquelles ils font face.

Mise en contexte et objectifs

AAC mène le sondage sur les enjeux stratégiques auprès des producteurs depuis 2007. L'étude est conçue pour donner un aperçu de l'opinion des producteurs sur les questions agricoles actuelles au Canada et sur les priorités et les politiques qui touchent le secteur agricole et agroalimentaire.

Le sondage s'appuie sur les questions de suivi des vagues précédentes pour déceler les tendances dans le temps, mais fournit également des renseignements sur les nouveaux domaines d'intérêt d'AAC. Cette vague de la recherche met l'accent sur la durabilité, ainsi que sur d'autres priorités à venir. La recherche de cette année continue également de faire le suivi des points de repère du cadre stratégique agricole pluriannuel du ministère, le [Partenariat canadien pour l'agriculture](#). La valeur du contrat pour ce projet est de 99 471,08 \$, TVH comprise.

Les objectifs précis de la recherche comprennent notamment la cueillette et la transmission à AAC de renseignements à jour dans les domaines suivants :

- les perspectives du secteur, notamment en matière d'emploi et de croissance
- les programmes pour l'agriculture et les rôles des gouvernements et de l'industrie agricole
- la perception de la confiance du public envers le secteur;
- le développement durable
- l'innovation

Utilisation prévue de la recherche

Les résultats de la recherche seront utilisés pour l'élaboration de politiques, de programmes et d'initiatives, ainsi que pour améliorer les communications et mieux servir les clients. Elles seront également utilisées pour obtenir un aperçu critique des opinions, des questions et des difficultés auxquelles les producteurs agricoles au Canada sont confrontés.

Méthodologie

Cette recherche sur l'opinion publique a été réalisée au moyen d'un sondage téléphonique, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO). Le travail sur le terrain réalisé dans le cadre de ce sondage s'est déroulé entre le 18 et le 3 mars 2022. Au total, 1 447 producteurs canadiens âgés de 18 ans ou plus ont été interrogés. Pour être admissibles, les répondants devaient avoir au moins 18 ans, vivre au Canada, être au moins un co-décideur de leur exploitation agricole et avoir plus de 10 000 \$ de ventes agricoles en 2021. La durée moyenne de l'entretien était de 27 minutes et 42 secondes. La prise de contact s'est faite par le biais d'une liste téléphonique de personnes travaillant dans l'industrie agricole. Le taux de réponse global au sondage a été de 38 %. Sur la base d'une population totale de 373 940 producteurs agricoles au Canada, la marge d'erreur pour un échantillon de 1 447 producteurs est de $\pm 2,6$ %, 19 fois sur 20.

La pondération a été effectuée de la même manière que les vagues précédentes, par revenu et par région, afin de corriger l'échantillon en cas de déséquilibres mineurs. Cependant, certains sous-groupes sont encore de taille insuffisante pour tirer des conclusions significatives.

Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. L'instrument de sondage était conforme aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada.

Aperçu des résultats

Aperçu de l'échantillon

Environ la moitié (47 %) des producteurs qui ont été interrogés ont généré des revenus inférieurs à 100 000 dollars et un tiers (34 %) ont généré plus de 250 000 dollars, ce qui est semblable à l'étude de 2018. Un tiers des exploitations agricoles est composé d'exploitations de culture de plantes oléagineuses et de céréales (32 %), et un autre quart exerce des activités d'élevage de bovins (24 %). Par rapport à 2018, cette vague de l'étude comprend un peu moins d'exploitations de bovins laitiers et de production de lait (9 % contre 11 %) et d'exploitations avicoles (2 % contre 4 %), et davantage d'exploitations maraîchères (8 % contre 5 %).

Difficultés et pratiques générales

Alors que plus d'un tiers (36 %) des producteurs sont optimistes quant à l'avenir de leur exploitation agricole et s'attendent à ce que leur situation un peu mieux (27 %) ou beaucoup mieux (9 %) dans cinq ans, plus d'un producteur sur quatre (28 %) pense que sa situation sera un peu moins bonne (17 %) ou bien pire (11 %). Près d'un tiers (30 %) des producteurs ne s'attendent à aucun changement (positif ou négatif) dans leur exploitation au cours des cinq prochaines années, comme dans l'étude de 2018.

Les problèmes les plus importants auxquels l'agriculture canadienne sera confrontée au cours des cinq prochaines années sont les coûts de production et des intrants (28 %, en forte hausse par rapport à 13 % en 2018), suivis des impacts du changement climatique, y compris les conditions météorologiques extrêmes et les catastrophes naturelles (21 %, contre 11 % en 2018).

Cependant, l'impact du changement climatique reste le principal risque commercial auquel les producteurs sont confrontés (52 %), comme dans les vagues précédentes. Une proportion nettement plus importante de producteurs est également confrontée à une augmentation des coûts de production et des intrants cette année (en hausse de 7 % par rapport à 2018).

Environ un tiers (35 %) des producteurs agricoles ont déclaré avoir mis sur pied un plan de gestion des urgences, mais presque tous ont mis en œuvre une ou plusieurs mesures pour atténuer les risques auxquels leur exploitation pourrait être confrontée à l'avenir. La planification financière (72 %) et les mesures environnementales ou de développement durable (71 %) figurent en tête de liste, plus de sept exploitations sur dix ayant mis ces mesures en place. Par rapport à 2018, une plus grande proportion de producteurs a mis en œuvre des mesures de biosécurité (40 %, contre 36 %), des réserves de fournitures d'urgence (54 %, contre 43 %), des trousseaux d'urgence (59 %, contre 49 %) et des mesures environnementales ou de développement durable (71 %, contre 62 %).

La diversification des produits agricoles pour faire face aux incertitudes économiques a été jugée importante par neuf producteurs agricoles sur dix (87 %), mais seulement un producteur sur deux (53 %) a déclaré avoir diversifié ses marchés comme moyen de gérer les risques d'incident.

Les technologies peuvent apporter des solutions aux diverses difficultés auxquelles les agriculteurs font face, mais leur adoption est entravée par différents obstacles. Le coût est considéré comme l'obstacle le plus important (73 % le considèrent comme une grosse ou une moyenne difficulté), suivi du niveau de risque pour le retour sur investissement (64 %), du manque de temps pour en apprendre davantage sur les innovations technologiques (45 %) et du manque de temps pour mettre ces dernières en œuvre (48 %). Le manque d'accès à un service Internet à haute vitesse ou de téléphone cellulaire fiable présente un obstacle pour 38 % des producteurs. De plus, près d'un quart (22 %) des producteurs ont répondu que l'accessibilité à un service Internet était une grosse difficulté. Cette difficulté importante arrive en troisième position, derrière le coût (44 %) et le niveau de risque pour le retour sur investissement (26 %). Pour remédier à ces difficultés, les agriculteurs souhaitent une aide financière (64 %) et une formation générale sur les technologies afin de pouvoir en constater les avantages (possibilité de voir la technologie à l'œuvre : 59 %, avis techniques : 55 %, plus d'informations : 52 %).

Confiance du public

Pratiquement tous les producteurs (99 %) ont mis en œuvre au moins une mesure de renforcement de la confiance dans leur exploitation. Les programmes de gestion de l'environnement (67 %) et les plans de gestion des nutriments (67 %), ainsi que la réduction de l'utilisation de pesticides (66 %) sont les mesures les plus courantes mises en place.

La perception du public joue un rôle important dans la façon dont les producteurs prennent des décisions concernant leurs activités agricoles, car elle peut avoir une incidence sur les niveaux de la demande : six producteurs sur dix (59 %) ont estimé que la perception du public exerce une influence moyenne à très élevée dans leurs prises de décision, tandis que seulement un sur dix (14 %) a déclaré qu'elle n'avait aucune influence. La proportion de producteurs qui considèrent que la perception du public a une influence sur leur exploitation agricole est plus faible en 2022 par rapport à 2018 (59 % contre 66 %).

Les initiatives de durabilité environnementale (93 %) et la sécurité alimentaire (92 %) sont considérées comme étant les éléments qui jouent le rôle le plus important dans l'établissement et le maintien de la confiance du public à l'égard du secteur agricole. À cet effet, environ la moitié (47 %) des producteurs disposaient d'un plan environnemental officiel écrit. Les producteurs du Québec et de la région de l'Atlantique semblaient nettement plus conscients des difficultés et des initiatives en matière d'environnement, car ils étaient plus susceptibles de considérer la gestion environnementale comme importante pour établir et maintenir la confiance du public que leurs homologues des autres provinces (96 % et 98 % respectivement, contre 92 % pour l'ensemble).

Environnement et développement durable

Les producteurs considèrent beaucoup plus que leurs activités agricoles ont un impact positif sur l'environnement (69 %) plutôt que négatif (15 %), et près de trois producteurs agricoles sur quatre (73 %) estiment qu'ils prennent les mesures appropriées pour minimiser l'impact de leurs activités sur l'environnement. De plus, la moitié (50 %) des producteurs ont accordé une priorité élevée aux initiatives de durabilité, tandis que seulement un producteur sur dix (9 %) leur a accordé une faible priorité.

Bien que toutes les exploitations ne disposent pas d'un plan environnemental (environ la moitié d'entre elles, 47 %, en ont un), la plupart ont mis en œuvre au moins une mesure environnementale, voire plusieurs (98 %). La réduction de l'utilisation de pesticides (74 %), la rotation des cultures (74 %) et l'amélioration de la qualité et de la quantité de l'eau (67 %) sont les mesures les plus populaires mises en place par les producteurs agricoles.

Dans l'ensemble, un producteur sur dix (9 %) est titulaire d'une certification biologique, mais cette proportion triple presque lorsqu'il s'agit de volailles (20 %), de légumes (24 %) et de fruits (21 %).

Difficultés liées au marché de l'emploi

Environ un tiers (35 %) des producteurs ont été confrontés à des difficultés en matière de main-d'œuvre en 2022. La pandémie et les départs massifs de travailleurs qui l'ont suivie (la « Grande démission ») pourraient également avoir exacerbé les difficultés en matière de main-d'œuvre pour les producteurs agricoles. Le recrutement de personnel a constitué un problème pour plus de huit producteurs sur dix (84 %) parmi ceux qui ont fait face à des difficultés de main-d'œuvre. Les problèmes de recrutement concernaient principalement l'embauche de travailleurs hautement qualifiés (39 %) ou peu qualifiés (50 %). L'expérience pratique sur une ferme (18 %) et l'expérience dans l'utilisation de matériel agricole ou de machinerie lourde (16 %) sont deux des principales compétences difficiles à trouver.

Relation avec AAC et ses programmes

Environ un tiers (34 %) des exploitants agricoles connaissaient le Partenariat canadien pour l'agriculture. La proportion était plus élevée chez les producteurs de l'Alberta (40 %). Dans l'ensemble, les impressions sur le Partenariat étaient principalement positives (59 %, contre 15 % des producteurs ayant des impressions négatives). La notoriété et les impressions positives ont toutes deux connu une augmentation importante depuis 2018 (de 6 et 10 points de pourcentage, respectivement), mais cette augmentation ne s'est pas traduite par une bonne connaissance des programmes offerts par le Partenariat canadien pour

l'agriculture et AAC : six producteurs sur dix (59 %) n'avaient pas une connaissance spontanée des programmes d'AAC.

Bien que leur familiarité avec ceux-ci soit faible, les producteurs considèrent toujours que les investissements du Partenariat canadien pour l'agriculture sont importants. Selon eux, les priorités que le gouvernement du Canada devrait soutenir sont la progression de la science et de la recherche en agriculture (92 %) et la promotion du commerce et l'augmentation des exportations agricoles (87 %). Le soutien aux initiatives pour la santé mentale (85 %), la lutte contre le changement climatique (78 %) ainsi que le soutien à la diversité dans le secteur (72 %) ont gagné en importance pour les producteurs depuis 2018.

Accent sur les jeunes producteurs et sur les productrices

Les jeunes producteurs (âgés de 18 à 34 ans) et les productrices sont plus optimistes quant à l'avenir de leur exploitation agricole (53 % et 42 %, contre 36 % dans l'ensemble). Plus préoccupés par les défis environnementaux, ils accordent une priorité élevée à la durabilité (18-34 ans : 59 %, femmes : 57 %, contre 50 % dans l'ensemble). Ce souci accru quant au développement durable explique également pourquoi ils sont plus enclins à penser que les activités agricoles ont un impact positif sur l'environnement (79 % et 73 % respectivement, contre 69 % dans l'ensemble).

Les jeunes producteurs sont plus susceptibles d'avoir mis en œuvre un plan de gestion des urgences (46 %, contre 34 % chez les producteurs plus âgés), de déclarer avoir besoin d'une aide financière (77 %, contre 59 % chez les 55 ans et plus) pour surmonter les difficultés liées à l'innovation technologique et d'être confrontés à des difficultés sur le plan de la main-d'œuvre (57 %, contre 35 % dans l'ensemble).

Les productrices sont plus susceptibles de penser que la gestion de l'environnement (96 %, contre 91 %), le bien-être animal (92 %, contre 83 %), la sécurité alimentaire (96 %, contre 91 %) et les pratiques de travail (88 %, contre 82 %) sont importants pour établir et maintenir la confiance du public. Les productrices ont plus de réticences qui entravent l'adoption de nouvelles technologies que les hommes. Les productrices ont également fait face à plus de difficultés compliquant l'adoption de nouvelles technologies.

Remarques sur l'interprétation des conclusions de la recherche

Les opinions et les observations exprimées dans ce document ne reflètent pas celles d'AAC. Ce rapport a été rédigé par la firme Léger d'après la recherche menée expressément dans le cadre de ce projet.

Les répondants à ce sondage ont été sélectionnés à partir d'une liste de personnes travaillant dans l'industrie agricole. Comme la liste téléphonique d'où provient l'échantillon est exhaustive, les résultats peuvent être statistiquement projetés à la population cible (les producteurs canadiens). Les données ont fait l'objet d'une pondération afin de représenter la composition démographique de la population cible.

Déclaration de neutralité politique et coordonnées

Firme de recherche :

Léger Marketing inc. (« Léger »)

Numéro de contrat : 01B68-210085/001/CY

Date d'octroi du contrat : 9 décembre 2021

Léger Marketing inc. certifie par les présentes que les résultats livrés sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique décrites dans la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et dans la *Directive sur la gestion des communications*. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ni l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Signé :

Christian Bourque

Analyste principal de la recherche, Léger

Date : 21 mars 2022