

Numéro du contrat TPSGC : 39903-120504/001/CY - Amend 001

Numéro d'enregistrement ROP : POR 038-11

Contrat accordé le : 22/11/2011



Compréhension et acceptation qu'ont les Canadiens sur les allégations relatives à la composition et la production

SOMMAIRE

This summary is also available in English.

Soumis à :

M. Denis Schryburt
Gestionnaire par intérim, Section de l'engagement du public
Agence Canadienne d'inspection des aliments (ACIA)
1400, rue Merivale
Ottawa, ON
K1A 0Y9

EKOS RESEARCH ASSOCIATES INC.

Mars 2012

EKOS RESEARCH ASSOCIATES

Bureau à Ottawa

359, rue Kent, Suite 300

Ottawa, Ontario

K2P 0R6

Tél : (613) 235 7215

Télécopieur : (613) 235 8498

Courriel : pobox@ekos.com

Bureau à Toronto

181, rue Harbord

Toronto, Ontario

M5S 1H5

Tél : (416) 598 8002

Télécopieur : (416) 533-4713

Courriel : toronto@ekos.com

www.ekos.com

SOMMAIRE

Antécédents et méthodologie

Le gouvernement du Canada émet des lignes directrices afin d'aider l'industrie, les consommateurs et les responsables gouvernementaux à mettre en application, à comprendre et à évaluer dans l'étiquetage des produits alimentaires les déclarations quant aux ingrédients et aux saveurs qui entrent dans leur composition. Il possède également des lignes directrices concernant l'utilisation du qualificatif « naturel » dans l'étiquetage alimentaire. Ces lignes directrices font l'objet d'une révision pour y apporter des éclaircissements susceptibles de garantir un étiquetage et de la publicité plus véridiques et non trompeurs. Toutefois, il arrive que le nom d'un ingrédient serve à décrire d'autres caractéristiques d'un aliment, comme sa texture, sa forme, sa couleur, voire une façon de le servir. Un examen s'impose donc afin de comprendre ce qui pourrait paraître trompeur aux yeux des consommateurs lorsque le nom d'un ingrédient (par exemple, les tartelettes au beurre) sert à décrire d'autres caractéristiques d'un aliment que les ingrédients ou les saveurs qu'il renferme.

Par conséquent, le gouvernement du Canada a confié aux Associés de recherche EKOS le soin de mener auprès des Canadiens un sondage portant sur leur compréhension et leur acceptation de diverses pratiques en matière d'étiquetage. Nous avons, à cette fin, procédé à un sondage en ligne auprès de 1 710 Canadiens et Canadiennes afin de connaître leur opinion touchant les questions ci-dessus.

Cette recherche a coûté globalement 16 525,00 \$ (sans TVH) et 18 673,25 \$ (avec TVH).

Observations découlant du sondage

Points de vue sur l'étiquetage des produits alimentaires

Les résultats témoignent d'une base de consommateurs très attentive puisque huit sur dix disent tenir compte du tableau de la valeur nutritive (82 p. 100), de la liste d'ingrédients (80 p. 100) et de l'information figurant sur le devant du produit (80 p. 100) lorsqu'ils achètent un produit alimentaire. Ils sont moins nombreux quoique nettement majoritaires (72 p. 100) à dire qu'ils portent attention au nom usuel du produit.

Après quelques mots sur certains aliments nommés d'après un ingrédient qu'ils contenaient à l'origine mais qu'ils ne contiennent plus (comme les tartelettes au beurre), on a demandé aux répondants si, d'après eux, il faudrait inscrire sur l'étiquette de ces produits des précisions afin que les consommateurs sachent que l'ingrédient nommé ne s'y trouve pas. Les résultats révèlent un assez ferme appui en faveur d'étiquettes plus précises, les deux tiers des répondants (65 p. 100) se disant favorables à une exigence comme celle-là.

Invités à expliquer spontanément leur réponse, ceux qui étaient en faveur d'éclaircissements ont avancé toute une gamme de réponses. Ils sont un sur sept à penser que l'absence de précisions pourrait constituer de la fausse représentation (16 p. 100), à croire dans la nécessité d'un étiquetage précis (13 p. 100) ou à trouver que les consommateurs doivent être parfaitement renseignés sur ce qu'ils mangent (13 p. 100). Parmi ceux qui ne jugent pas nécessaire que l'étiquette d'un produit alimentaire comporte une information précise, la conviction que c'est aux consommateurs qu'il appartient de s'informer (11 p. 100), qu'une exigence semblable n'est tout simplement pas nécessaire (10 p. 100) ou qu'il va de soi que le nom d'un produit ne consiste pas nécessairement en une description des ingrédients qu'il renferme (6 p. 100) sont les raisons les plus souvent mentionnées.

On a aussi demandé aux Canadiens s'ils trouvaient acceptable que le nom d'un produit alimentaire en soit venu à désigner certains ingrédients en tant que saveur, même si le produit ne contient pas les ingrédients en question (comme les beignes au miel). Six répondants sur dix (60 p. 100) pensent qu'une appellation de ce genre serait trompeuse, tandis que quatre sur dix (38 p. 100) ne trouvent pas problématiques les noms de ce genre. Ceux pour qui il serait trompeur qu'un produit porte le nom d'un ingrédient qu'il ne contient pas étaient invités à dire si l'étiquette d'un produit devrait dans ce cas indiquer que l'ingrédient ainsi mentionné est une saveur. La réponse a été à peu près unanime, 97 p. 100 s'étant déclarés en faveur d'une exigence de cette nature.

On a également donné aux répondants l'exemple d'un produit alimentaire nommé d'après un ingrédient avec lequel il est censé être consommé (comme les noix à la bière) mais qui ne se trouve pas dans sa propre composition. Les répondants étaient ensuite invités à dire s'ils croyaient que l'étiquette de ces produits devrait clairement indiquer au consommateur que l'ingrédient mentionné ne se trouve pas dans l'aliment. Les Canadiens sont plus divisés sur cette question, avec une légère majorité (55 p. 100) pour qui un étiquetage de cette nature n'est pas nécessaire.

Devant une liste de produits alimentaires portant le nom d'un ingrédient, les Canadiens devaient dire s'ils s'attendraient à ce que le nom de cet ingrédient serve à décrire le contenu de l'aliment ou bien son « style ». Les résultats varient énormément en fonction de l'aliment en cause. Les deux tiers (67 p. 100) s'attendraient à ce que les choux à la crème contiennent de la crème et ils sont 61 p. 100 à dire qu'ils s'attendraient à ce que les tartelettes au beurre contiennent du beurre. Ils sont une majorité relative (45 p. 100) à penser que la soupe Fish Tea devrait contenir du poisson (mais 27 p. 100 n'ont pas su quoi répondre, ce qui laisse entendre que ce produit ne leur était pas familier). En ce qui concerne tous les autres produits alimentaires à l'étude, les répondants se sont dits dans une majorité nette ou relative d'avis qu'ils s'attendraient à ce que l'ingrédient nommé serve à décrire le style de l'aliment et non à ce qu'il soit présent dans le produit alimentaire. Seulement quatre répondants sur dix s'attendraient à trouver de la bière dans du salami à la bière (41 p. 100) ou de la viande dans une tarte au mincemeat (39 p. 100). Trois sur dix (30 p. 100) s'attendraient à ce qu'une soupe Fish Tea contienne du thé (et ils étaient tout aussi nombreux (30 p. 100) à ne pas offrir de réponse). Seulement le quart des répondants s'attendraient à trouver du vin dans les jujubes Wine Gums (29 p. 100) ou du riz dans les ris de veau (27 p. 100). Au bas de la liste, il n'y a qu'un répondant sur cinq à penser que le bacon « peameal » devrait contenir des pois (23 p. 100) ou qu'il doit y avoir du jambon dans des hamburgers (17 p. 100).

On a aussi voulu connaître l'opinion des Canadiens au sujet de la modification du nom d'un produit alimentaire afin d'éviter qu'un produit porte le nom d'un ingrédient qui ne s'y trouve pas – par exemple, le qualificatif « chocolatés » pour désigner des biscuits ayant une saveur de chocolat artificielle. Les répondants sont divisés à cet égard : la moitié d'entre eux (50 p. 100) trouvent que l'appellation n'est pas claire, alors qu'ils sont un pourcentage semblable (47 p. 100) à la trouver suffisamment précise.

Connaissance du bacon « peameal » et opinion à ce sujet

Les Canadiens se sont ensuite fait poser une série de questions portant précisément sur le bacon peameal. On leur a d'abord demandé s'ils savaient ce qu'est le « peameal » ou bacon enrobé de semoule de pois. La moitié (52 p. 100) ont dit avoir entendu parler de ce produit, alors qu'ils sont une minorité importante (46 p. 100) à ne pas le connaître.

Il était ensuite demandé aux répondants qui connaissent le peameal de préciser, d'eux-mêmes, en quoi ce produit diffère d'autres genres de bacon. Pour la majorité (61 p. 100), le bacon peameal est enrobé de semoule de maïs ou de pois ou salaisonné dans ce genre de semoule, alors que pour un répondant sur cinq, la différence réside dans la coupe de la viande (21 p. 100) ou dans sa faible teneur en gras (17 p. 100).

Tous les répondants ont ensuite appris qu'à l'origine, le « peameal » était de la longe de porc enrobée de semoule de pois mais que, de nos jours, il n'y a plus de pois qui entrent dans sa préparation. Ils étaient alors invités à dire s'ils jugeaient acceptable que les producteurs continuent de se servir du mot « peameal » même si cela ne décrit plus de façon exacte ce genre de bacon. Les répondants semblent être en faveur d'utiliser le nom traditionnel puisque six sur dix (59 p. 100) affirment que l'appellation est acceptable. Ils sont le tiers (36 p. 100) à la trouver inacceptable et 5 p. 100 n'ont pas répondu à la question.

Perception des aliments naturels et biologiques

Le sondage comportait aussi un certain nombre de questions afin de connaître l'opinion des Canadiens sur les aliments « naturels » et « biologiques ». La moitié des répondants ont été interrogés au sujet des aliments « naturels », l'autre moitié au sujet des aliments « biologiques ».

Invités à dire spontanément ce qu'ils entendaient par « naturel », les répondants ont offert diverses interprétations dont, pour une majorité relative (30 p. 100), l'idée qu'un produit dit naturel provient d'ingrédients naturels. Ils sont un sur cinq (20 p. 100) à être d'avis qu'un produit « naturel » ne subit aucune transformation ou modification, et un sur sept à penser que « naturel » signifie sans produit de conservation (16 p. 100), sans pesticides ou herbicides (14 p. 100) ou sans aucune saveur ou couleur artificielle (13 p. 100).

On a également demandé à ces répondants d'énumérer, d'eux-mêmes, leurs raisons d'acheter des aliments naturels. Les raisons les plus souvent mentionnées pour l'achat de ces produits sont les suivantes : ils ne contiennent pas de saveurs ou de couleurs artificielles (69 p. 100); ils ne contiennent

pas d'additifs alimentaires ou de produits de conservation (69 p. 100) ou ils contiennent exclusivement des ingrédients naturels (62 p. 100).

Les résultats laissent de plus entendre que les Canadiens doutent en général que le mot « naturel » ait une quelconque signification juridique, étant donné que 65 p. 100 des répondants disent ne pas croire que les aliments dits naturels sont certifiés par le gouvernement du Canada du fait qu'ils seraient tenus pour satisfaire à certaines normes (ils ne sont qu'un sur cinq à croire que les aliments « naturels » sont certifiés).

À l'autre moitié des répondants, on a demandé de donner sans aide leur interprétation du mot « biologique ». Au contraire du mot « naturel », les répondants sont en grande partie d'accord dans leur interprétation du mot « biologique ». Six sur dix (62 p. 100) sont d'avis qu'un produit biologique ne contient pas de pesticides ni d'herbicides.

Ces répondants devaient, eux aussi, énumérer spontanément leurs raisons d'acheter des aliments biologiques. Ils sont une nette majorité (72 p. 100) à mentionner l'absence de pesticides et d'herbicides comme leur principale raison d'acheter ces produits alimentaires. Six sur dix mentionnent l'absence d'additifs alimentaires ou de produits de conservation (59 p. 100) ainsi que l'utilisation exclusive d'ingrédients naturels (57 p. 100).

Les répondants interrogés à propos des aliments « biologiques » se sont également fait demander s'ils croyaient que les aliments biologiques sont certifiés par le gouvernement du Canada. Comme pour les aliments naturels, ils sont plus de la moitié (55 p. 100) à ne pas croire que les aliments « biologiques » sont vérifiés quant à savoir s'ils sont conformes à certaines normes, bien qu'ils soient une minorité assez considérable (31 p. 100) à être persuadés qu'ils sont certifiés.

On a demandé aux Canadiens s'ils pensent que le mot « naturel » peut avoir une signification différente d'un aliment à un autre ou s'il doit signifier la même chose quel que soit l'aliment. Les résultats montrent que les Canadiens sont partagés sur cette question, malgré une tendance à accepter une certaine souplesse dans l'emploi du qualificatif « naturel » : 50 p. 100 accepteraient que les étiquettes puissent varier selon les aliments, alors que 43 p. 100 estiment que les exigences doivent s'appliquer uniformément à tous les produits alimentaires.

Il ressort en outre des résultats qu'une nette majorité de Canadiens (76 p. 100) ne sont pas d'accord pour qu'on désigne comme naturel un produit qui a été génétiquement modifié, tandis qu'ils ne sont qu'un sur sept (14 p. 100) à accepter cette idée.

Enfin, on a demandé aux répondants s'ils croyaient qu'on puisse tenir pour naturels des ingrédients naturels utilisés pour jouer la fonction d'un additif. Bien que la moitié des répondants (50 p. 100) soient d'avis qu'un produit doive perdre son statut de produit naturel s'il est utilisé comme additif alimentaire, ils sont près de quatre sur dix (37 p. 100) à penser qu'un ingrédient naturel demeure naturel quel que soit l'utilisation qu'on en fait.