

HABITUDES ET PRÉFÉRENCES DES CANADIENS

en matière d'étiquetage des
produits pour les renseignements
sur les substances chimiques et
la durabilité

-

Résumé
AOÛT 2022

Préparé pour : Environnement et Changement climatique Canada

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 17 décembre 2021

Date de livraison : août 2022

Valeur du contrat (TVH incluse) : 44 770,60 \$

Numéro de contrat : K2A00-220919/001/CY

Numéro de ROP : 067-21

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

POR-ROP@ec.gc.ca

This publication is also available in English.



En-4-481/1-2022F-PDF
978-0-660-45240-1
EC22057

À moins d'avis contraire, il est interdit de reproduire le contenu de cette publication, en totalité ou en partie, à des fins de diffusion commerciale sans avoir obtenu au préalable la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur d'Environnement et Changement climatique Canada. Si vous souhaitez obtenir du gouvernement du Canada les droits de reproduction du contenu à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne en communiquant avec :

Environnement et Changement climatique Canada
Centre de renseignements à la population
12^e étage, édifice Fontaine
200, boulevard Sacré-Cœur
Gatineau (Québec) K1A 0H3
Téléphone : 819-938-3860
Ligne sans frais : 1-800-668-6767 (au Canada seulement)
Courriel : enviroinfo@ec.gc.ca

Attestation de neutralité politique

J'atteste, par les présentes, à titre de président du groupe-conseil Quorus, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et la [Directive sur la gestion des communications – Annexe C](#).

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 ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rick Nadeau", is written over a light gray, textured rectangular background.

Rick Nadeau, président
Le groupe-conseil Quorus Inc.

Sommaire

Contexte et objectifs de la recherche

Les Canadiens sont de plus en plus préoccupés par les répercussions sur la santé et sur l'environnement des produits ménagers qu'ils achètent et utilisent, y compris les dangers que représentent les substances chimiques. Bien qu'ils soient nombreux à consulter les étiquettes de produits pour s'informer des risques, les consommateurs ont souvent de la difficulté à obtenir des renseignements sur les ingrédients préoccupants. La divulgation accrue des substances chimiques contenus dans les produits a été identifiée comme une priorité absolue du gouvernement du Canada.

Une meilleure compréhension des perspectives des consommateurs sur l'étiquetage des produits en général et l'accès à la composition chimique, ainsi que des données plus vastes sur la durabilité des produits, permettra d'élaborer des politiques et de prendre des décisions qui tiennent compte des préoccupations et des opinions des consommateurs.

Environnement et Changement climatique Canada, en collaboration avec Santé Canada, a commandé une étude nationale auprès des consommateurs canadiens pour mieux comprendre leurs préoccupations, leurs besoins, leurs préférences, leurs partis pris et leurs habitudes en lien avec les étiquettes de produits, y compris les renseignements les plus importants pour les consommateurs et les types d'étiquettes (par exemple, physiques ou numériques).

Méthodologie

Les résultats contenus au présent rapport sont basés sur un échantillon non probabiliste étant donné que les répondants se sont portés volontaires pour participer au sondage par le biais d'un panel en ligne. Les données ont été pondérées pour représenter la composition démographique de la population canadienne. Puisque les données recueillies ne représentent pas l'ensemble des Canadiens, le mot « Canadiens » utilisé dans le document désigne tous les répondants canadiens. Étant donné que l'échantillon est basé sur les répondants qui se sont initialement portés volontaires pour faire partie du panel en ligne, aucune estimation d'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée. La marge d'erreur équivalente pour une étude de probabilité est de +/-3,1 %. Tous les travaux de recherche ont été menés conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada.

La collecte de données s'est déroulée du 29 avril au 8 mai 2022. Au total, 1 000 sondages ont été effectués en utilisant une approche d'échantillonnage aléatoire stratifié auprès de ménages

canadiens membres du panel en ligne. Pour cette étude, les quotas par province ont été établis pour générer suffisamment de données régionales afin de permettre une analyse robuste. Les données ont été contrôlées pour obtenir une proportion égale d'hommes et de femmes dans chaque province et pour s'assurer qu'aucun groupe d'âge n'était sous-représenté. De plus, 4 % des répondants étaient des Autochtones des Premières Nations, des Métis et des Inuits.

Sommaire des résultats

A. Préoccupations en matière d'environnement et de santé

Préoccupations quant aux répercussions

La plupart des répondants canadiens sont préoccupés (énormément, assez ou moyennement) par les répercussions environnementales possibles (93 %) et les répercussions possibles sur la santé humaine (94 %) des produits qu'ils achètent et utilisent. Ceux qui sont moins préoccupés ont l'impression que les produits vendus au Canada sont sécuritaires (37 %).

Détermination à savoir si un produit est sécuritaire

Confiance générale envers les étiquettes de produits

La plupart des Canadiens s'entendent pour dire que les étiquettes de produits fournissent des renseignements utiles (82 %) et assez d'information pour faire des choix sains pour eux-mêmes et leur famille (61 %). Dans une plus faible proportion, ils sont d'avis que les étiquettes de produits sont claires et faciles à comprendre (48 %), qu'on peut s'y fier (43 %) et qu'elles fournissent assez d'information pour faire des choix respectueux de l'environnement (40 %).

Des produits sans danger pour la santé

Afin que les produits puissent être considérés sans danger pour la santé, les Canadiens veulent généralement savoir que ces derniers ont été testés par une autorité réglementaire (60 %), le fabricant (45 %) et les organisations tierces (42 %) et préfèrent des produits faits avec des ingrédients sains et sans danger. Les Canadiens apprécient les produits auxquels on n'associe pas d'effets à long terme sur la santé (58 %) et qui ne posent aucun danger immédiat pour la santé (50 %). Pour certains répondants, les produits ne devraient pas contenir de substances chimiques ou d'ingrédients préoccupants (49 %), ils doivent être fabriqués à partir d'ingrédients naturels (39 %) et reconnaissables (30 %), et contenir le moins d'ingrédients possible (27 %).

Produits respectueux de l'environnement

D'après la moitié des Canadiens, pour qu'un produit soit considéré comme respectueux de l'environnement, il doit être recyclable localement (55 %), ne pas générer de déchets inutiles (54 %) et être compostable localement (50 %).

Décisions d'achat éclairées

Lorsqu'il s'agit d'acheter un produit, les Canadiens considèrent que les trois considérations environnementales les plus importantes sont les ingrédients (45 %), s'il contient des substances potentiellement dangereuses pour l'environnement (41 %) et s'il est recyclable ou compostable (37 %).

Familiarité avec les éco-étiquettes

Un Canadien sur trois connaît à tout le moins moyennement les éco-étiquettes apposées sur les emballages de produits (35 %), une faible proportion les connaissent très bien (4 %) ou assez bien (11 %). Un tiers ne connaît pas du tout ces étiquettes (36 %) alors qu'un peu plus du quart affirme les connaître un peu (26 %). Les Canadiens qui se disent énormément préoccupés par les répercussions environnementales et des répercussions possibles sur la santé des produits qu'ils utilisent sont beaucoup plus enclins à très bien connaître ou à connaître assez bien les éco-étiquettes (28 % et 26 % respectivement).

Crédibilité des éco-étiquettes

L'utilisation des éco-étiquettes tend à refléter le niveau de familiarité avec celles-ci au moment de la décision d'achat. Même si la majorité des Canadiens ne consultent pas toujours les éco-étiquettes pour faire des choix éclairés, au moins la moitié leur confèrent une certaine crédibilité (58 %).

B. Achat de produits ménagers

Considérations d'ordre général

Dans l'ensemble, quatre Canadiens sur dix prennent en considération les répercussions sur la santé et la sécurité des personnes au moment d'acheter un produit (40 %) et trois sur dix tiennent compte des répercussions sur l'environnement (32 %). Les trois principaux facteurs qu'ils considèrent pour acheter un produit sont le coût (76 %), la qualité ou la durabilité (63 %) et la fonctionnalité (53 %). Notamment, la liste des ingrédients est essentielle pour ceux qui recherchent des renseignements utiles sur un produit (56 %). Au moins la moitié des répondants considèrent utile d'inclure les ingrédients dangereux pour la santé humaine (59 %), les substances chimiques ou les ingrédients préoccupants (53 %), ou les ingrédients que l'on sait être néfastes pour l'environnement (50 %).

Effet dissuasif au moment d'acheter un produit

L'information qui n'est pas claire ou qui porte à confusion (53 %), l'information importante qui n'est pas disponible (49 %) et les étiquettes difficiles à lire (48 %) ont été citées comme raisons qui dissuadent les répondants d'acheter certains produits.

Le fait que l'information soit disponible exclusivement en ligne est un facteur de dissuasion pour près du tiers des répondants (31 %). À l'inverse, plus d'un répondant sur cinq sont dissuadés lorsqu'ils ne trouvent pas l'information sur un produit en ligne (21 %). Parmi ceux qui ont mentionné que le fait que l'information sur le produit était seulement disponible en ligne pourrait les dissuader d'acheter un produit (31 %), la plupart ont invoqué le manque d'accès à cette information, un forfait de données peu fiable ou des problèmes de confiance. Parmi les autres raisons citées, notons l'absence d'un service de données mobiles (22 %), le manque de connaissance des codes QR (20 %), aucun accès à une connexion Internet fiable (12 %), et pas de téléphone intelligent ou d'ordinateur (8 %).

Choisir des produits avec éco-étiquettes

Les principales catégories de produits où la présence d'une éco-étiquette incite les consommateurs à en faire l'achat sont les produits de nettoyage (68 %), la peinture et les colorants (62 %), les cosmétiques et les produits d'hygiène personnels (60 %), les aliments et les boissons (57 %), et les produits pour les bébés et les enfants (57 %).

Impact des ingrédients

L'information relative aux ingrédients d'un produit est importante pour plus des deux tiers des Canadiens (68 %), et plus des trois quarts sont d'avis que l'information sur la composition d'un produit influencerait leur décision d'acheter ce produit (76 %).

C. Considérations liées à l'étiquetage

Produits recyclables et compostables

Les Canadiens sont également à l'affût des symboles de recyclage et de compostage, alors que plus de quatre sur cinq ont admis être influencés par la présence de ces symboles sur les étiquettes lorsqu'ils jettent un produit ou son emballage après utilisation (84 %).

Uniformité des étiquettes de produits

Près des trois quarts des répondants ont reconnu l'importance d'uniformiser les étiquettes pour s'assurer que l'information soit la même pour tous les produits (71 %). Cela aurait pour effet de faciliter la comparaison des produits (24 %) et de mieux comprendre les différents ingrédients contenus dans les produits (17 %).

Effets chroniques sur la santé

La plupart des Canadiens (79 %) considèrent important d'inclure les effets chroniques sur la santé d'un produit sur les étiquettes (79 %), la vaste majorité s'entendant pour dire que cela devrait être obligatoire (75 %).

Produits chimiques ménagers

La plupart des Canadiens consultent toujours ou souvent les étiquettes ou les emballages de produits chimiques ménagers pour connaître le mode d'emploi (72 %) et les directives sur la manière de les utiliser en toute sécurité (71 %). Les Canadiens consultent très souvent la marque ou le nom du produit (68 %) ainsi que les informations sur les risques pour la santé (66 %). La majorité lit également les directives concernant l'élimination du produit sans danger pour l'environnement (64 %) et l'entreposage sécuritaire du produit (64 %). Les répondants ont également mentionné qu'ils tenaient compte des informations sur les étiquettes de produits, comme la liste des ingrédients (52 %) et les éco-étiquettes incluses sur l'emballage (45 %).

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Numéro de contrat : K2A00-220919/001/CY

Date d'octroi du contrat : 17 décembre 2021

Valeur du contrat (TVH incluse) : 44 770,60 \$

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Environnement et Changement climatique Canada à ec.rop-por.ec@canada.ca.