



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Agriculture and
Agri-Food Canada

Recherche qualitative sur les perceptions des consommateurs à l'égard des systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité, 2022-2023

Rapport final

Préparé à l'intention d'Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Numéro du contrat : CW2248846

Valeur du contrat : 74 994,71 \$

Date d'attribution des services : 29 novembre 2022

Date de livraison : 10 février 2023

Numéro d'enregistrement : POR 084-22

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, à l'adresse suivante : aafo.info.aac@agr.gc.ca.

This report is also available in English.

Canada

Recherche qualitative sur les perceptions des consommateurs à l'égard des systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité, 2022-2023

Rapport final

Préparé à l'intention d'Agriculture et Agroalimentaire Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group
Mars 2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de séances de discussion en groupe menées par Earnscliffe Strategy Group pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le travail sur le terrain pour l'étude qualitative s'est déroulé en janvier 2023.

This publication is also available in English under the title *2022-23 Qualitative Research on Consumer Perceptions of Sustainability-Oriented Food Assurance Systems*.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Agriculture et Agroalimentaire Canada à aafc.info.aac@agr.gc.ca, ou à l'adresse suivante :

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

Numéro de catalogue : A22-681/1-2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-47992-7

Numéro d'Agriculture et Agroalimentaire Canada : 13155F

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 084-22)

Numéro de catalogue : A22-681/1-2023E-PDF (rapport final, en anglais)

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-47990-3

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2023

Table des matières

Résumé du rapport	1
Introduction.....	5
Constatations détaillées	8
1. Perceptions à l'égard du secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation.....	8
2. Perceptions de la durabilité environnementale et influence de celle-ci sur les comportements.....	10
3. Connaissance des systèmes et étiquettes d'assurance, confiance à leur égard, et effets de ces outils ..	12
4. Système d'étiquette d'assurance commune.....	17
5. Préférences en matière de communication.....	19
Conclusions.....	22
Annexe A : Rapport de méthodologie qualitative.....	24
Annexe B : Questionnaire de recrutement.....	28
Annexe C : Guide de discussion	37
Annexe D : Évaluation des concepts – matériel à évaluer	43

Résumé du rapport

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter à Agriculture et Agroalimentaire Canada ce rapport, qui vient résumer les résultats d'une étude qualitative menée pour comprendre les facteurs incitant les consommateurs à utiliser les systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité, ainsi que leurs attentes envers ces systèmes.

Le budget fédéral de 2019 prévoyait un investissement de 25 millions de dollars sur cinq ans pour qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) élabore une approche visant à mieux faire connaître le système alimentaire et le secteur agricole du pays, et à susciter la fierté des Canadiens et Canadiennes à cet égard. L'initiative Agri-communication a pour but d'accroître la reconnaissance et la fierté quant aux contributions des agriculteurs et des entreprises alimentaires, et de renforcer le lien de confiance entre les Canadiens et Canadiennes et les agriculteurs.

C'est dans cette perspective qu'AAC voulait mieux comprendre l'utilisation actuelle et future des systèmes et étiquettes d'assurance par les consommateurs, ainsi que la façon dont ils perçoivent ces outils. Les systèmes d'assurance font référence aux processus et aux procédures qui permettent de veiller à ce que les risques associés à la chaîne d'approvisionnement alimentaire soient traités de manière adéquate, et à ce que les affirmations relatives aux produits (par exemple, que les aliments sont sûrs et qu'ils répondent aux exigences du marché) puissent être prouvées. AAC collabore avec le secteur pour s'assurer que des systèmes, des normes et des outils, y compris des étiquettes d'assurance qui témoignent d'un système d'assurance complet, sont élaborés pour lui permettre de prévenir et de maîtriser les risques et de répondre aux demandes du marché.

À ce stade-ci, AAC souhaitait mener une étude qualitative pour approfondir les données quantitatives recueillies sur la connaissance des étiquettes d'assurance. La recherche avait comme objectif principal d'explorer le rôle joué par les étiquettes d'assurance, les facteurs clés incitant à utiliser ces étiquettes, les obstacles à leur utilisation, ainsi que les besoins et les perceptions liés aux systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité. La valeur du contrat pour ce projet de recherche s'élève à 74 994,71 \$ (TVH comprise).

Pour atteindre l'objectif établi, Earnscliffe a été chargée de mener une série de douze (12) séances de discussion en groupe, du 23 au 25 janvier 2023. Le public cible était composé d'adultes âgés de 18 ans ou plus ayant la responsabilité entière ou conjointe des achats d'épicerie dans leur ménage. Cinq (5) régions du pays étaient visées par l'étude : la Colombie-Britannique et les territoires (Colombie-Britannique, Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut), les Prairies (Alberta, Saskatchewan et Manitoba), l'Ontario, le Québec (en français), et le Canada atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador). Dans chaque région, deux groupes ont été formés en fonction de l'âge : un groupe de jeunes adultes de 18 à 34 ans, et un groupe d'adultes de 35 ans et plus. En outre, deux séances ont été organisées avec des consommateurs adultes s'identifiant comme des personnes autochtones, noires ou de couleur (PANDC) – une en anglais (avec des participants de partout au pays) et une en français (avec des participants de l'Ontario et du Québec).

Il est important de noter qu'une recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à

recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. En raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons. Ils doivent donc être utilisés à titre indicatif seulement.

Les principales constatations de la recherche sont présentées ci-dessous.

Principales constatations

- Lorsque les consommateurs pensent au secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation, les premières choses qui leur viennent à l'esprit sont souvent des images positives de terres agricoles et de produits variés (céréales, viande, produits laitiers, fruits et baies, légumes, etc.). L'agriculture locale, les marchés fermiers ainsi que la hausse des prix des aliments sont d'autres concepts qui ont été mentionnés.
- Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur niveau de confiance dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire au moyen d'une échelle de 10 points, la majorité des participants (54 sur 81) ont indiqué avoir généralement confiance (notes de 7 à 10) en ce secteur.
- Les réponses concernant la signification du terme « durable » en ce qui a trait au secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire sont divisées, selon qu'il est question d'approvisionnement (disponibilité, constance et fiabilité) ou d'environnement (méthodes de culture, émissions dues au transport, gestion des terres).
- Interrogées à savoir si elles croient que les aliments produits au Canada le sont d'une manière écologiquement durable, la plupart des personnes ont répondu ne pas le savoir, mais beaucoup ont dit qu'elles présument qu'ils le sont, surtout parce qu'elles n'ont pas lu ou entendu d'information indiquant le contraire (dans les médias). Les personnes ayant exprimé des doutes avaient tendance à faire preuve de scepticisme concernant l'utilisation d'organismes génétiquement modifiés (OGM) et de pesticides, en particulier par les plus grands producteurs; elles ont également fait part de préoccupations au sujet des pénuries d'aliments et du gaspillage alimentaire.
- Tous les participants n'étaient pas certains de savoir comment associer le concept de durabilité à leurs propres achats ou comportements. Cependant, le fait d'acheter des aliments produits localement, soit à l'épicerie ou dans un marché fermier, est la réponse la plus courante concernant la manière de savoir qu'un aliment ou un produit est écologiquement durable. Choisir des produits à emballage réduit ou dont l'emballage est recyclable ou biodégradable est une autre réponse fréquemment donnée à ce sujet.
- Nous avons demandé aux participants s'ils recherchent des aliments produits de manière écologiquement durable au moment de faire les courses à l'épicerie : dans chaque groupe, certains ont indiqué le faire, mais ce n'est pas le cas de la majorité.
 - Parmi eux, quelques-uns ont dit se baser sur les étiquettes pour repérer les aliments produits de façon durable; d'autres ont indiqué déterminer le caractère durable d'un

aliment en fonction de son emballage ou de son origine. Les participants ont expliqué qu'ils préfèrent acheter des aliments qui proviennent d'un endroit plus près de chez eux (une pratique également plus respectueuse de l'environnement puisque les aliments parcourent une plus courte distance) ou, à tout le moins, qui sont produits au Canada.

- On constate un faible taux de rappel spontané concernant les étiquettes d'assurance. En effet, si certaines personnes dans chaque groupe ont mentionné avoir vu des étiquettes indiquant que des aliments sont biologiques, sans OGM, issus d'un élevage en liberté ou pêchés de façon durable (ou responsable), un nombre égal ou plus grand de personnes dans chacun de ces groupes n'ont pas parlé spontanément de telles étiquettes.
- La crédibilité accordée aux étiquettes d'assurance varie grandement parmi les personnes interrogées et selon ce qui est indiqué sur l'étiquette. La confiance à l'égard des étiquettes a été décrite comme étant liée à la connaissance de celles-ci.
- Outre la confiance qu'ils leur accordent, environ la moitié des participants sont d'avis que les étiquettes d'assurance sont utiles dans une plus ou moins grande mesure. Quelques-uns se sont montrés fortement favorables aux étiquettes d'assurance, alors que d'autres estiment qu'elles « valent mieux que rien ».
- Peu de personnes interrogées ont affirmé que les étiquettes d'assurance influencent grandement leurs intentions d'achat, le prix étant souvent mentionné comme un facteur de décision plus important que les affirmations figurant sur les étiquettes.
- Pour qu'on accorde de l'importance à une étiquette, les participants estiment qu'il faut savoir ce qu'elle représente et de quel système de certification elle découle.
- Pour comprendre le point de vue des participants au sujet d'une étiquette d'assurance commune, nous leur avons montré des exemples d'un système d'étiquette d'assurance mis en place au Royaume-Uni, appelé Red Tractor. Nous leur avons également expliqué que ce programme d'assurance a été créé par le secteur agricole pour aider les consommateurs à reconnaître facilement l'étiquette et les normes qui la sous-tendent (salubrité alimentaire, durabilité environnementale, bien-être animal, traitement équitable du personnel, etc.).
- Les réactions envers le système d'étiquette d'assurance Red Tractor sont largement positives. En effet, les personnes interrogées aiment l'idée d'une étiquette d'assurance unique identifiant les produits qui répondent à certaines normes, le fait que les producteurs de différents types d'aliments participent à l'établissement des normes pour ceux-ci, et le fait qu'il existe des certifications supplémentaires pour certains aliments (p. ex., ceux issus d'un élevage en liberté).
- Le fait que le système d'assurance Red Tractor soit géré par les acteurs du secteur agricole a suscité des réactions partagées et du scepticisme chez certains participants. En outre, l'encadrement du système d'assurance a été mentionné comme un élément clé pour favoriser la confiance à long terme et l'importance accordées à un tel système.

- Les personnes interrogées ont tendance à vouloir confier cette tâche d'encadrement à un groupe de partenaires formé d'entreprises du secteur agricole, d'agriculteurs, de consommateurs, de scientifiques et de responsables gouvernementaux.
- Le rôle souhaité pour le gouvernement concerne l'octroi de subventions (en particulier aux petits producteurs), la sensibilisation du public, la réglementation, la surveillance, les inspections, et l'application des normes.
- La plupart des participants ont indiqué clairement qu'ils trouveraient bénéfique la mise en place d'un tel système d'étiquette d'assurance commune au Canada, pourvu que celui-ci fonctionne aussi bien que prévu. Plusieurs ont fait remarquer que ce genre de système pourrait influencer certains comportements d'achat, et quelques-uns estiment qu'il y aurait une valeur intrinsèque dans le fait d'acheter de nombreux produits portant une étiquette d'assurance commune.
- Si un système d'étiquette d'assurance commune était mis en place, la plupart des participants voudraient être informés des pratiques durables permettant d'obtenir la certification. Au cours des discussions, ils ont d'ailleurs mentionné qu'ils feraient leurs propres recherches pour s'assurer que des partenaires de confiance approuvent les normes ainsi que la façon dont elles sont appliquées.
- Parmi les ressources que les consommateurs trouveraient utiles pour obtenir de l'information sur un programme d'étiquette d'assurance commune, mentionnons des affiches aux points de vente, un site Web, et une campagne de sensibilisation du public. En ce qui concerne l'affichage aux points de vente, l'utilisation de codes QR a été soulevée – parfois spontanément – comme moyen d'accéder à des renseignements. Les opinions étaient toutefois partagées à savoir si cette méthode seule serait suffisante (en particulier dans le cas des consommateurs « plus âgés »).

Société responsable de la recherche : Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)

Numéro du contrat : CW2248845

Valeur du contrat : 74 994,71 \$

Date d'attribution du contrat : 29 novembre 2022

Par la présente, je certifie, en ma qualité de représentante pour la société Earnscliffe Research Group, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies 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. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature :

Date : 10 février 2023



Stephanie Constable
Partenaire, Earnscliffe

Introduction

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter à Agriculture et Agroalimentaire Canada ce rapport, qui vient résumer les résultats d'une étude qualitative menée pour comprendre les facteurs incitant les consommateurs à utiliser les systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité, ainsi que leurs attentes envers ces systèmes.

Le budget fédéral de 2019 prévoyait un investissement de 25 millions de dollars sur cinq ans pour qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) élabore une approche visant à mieux faire connaître le système alimentaire et le secteur agricole du pays, et à susciter la fierté des Canadiens et Canadiennes à cet égard. L'initiative Agri-communication a pour but d'accroître la reconnaissance et la fierté quant aux contributions des agriculteurs et des entreprises alimentaires, et de renforcer le lien de confiance entre les Canadiens et Canadiennes et les agriculteurs.

C'est dans cette perspective qu'AAC voulait mieux comprendre l'utilisation actuelle et future des systèmes et étiquettes d'assurance par les consommateurs, ainsi que la façon dont ils perçoivent ces outils. Les systèmes d'assurance font référence aux processus et aux procédures qui permettent de veiller à ce que les risques associés à la chaîne d'approvisionnement alimentaire soient traités de manière adéquate, et à ce que les affirmations relatives aux produits (par exemple, que les aliments sont sûrs et qu'ils répondent aux exigences du marché) puissent être prouvées. AAC collabore avec le secteur pour s'assurer que des systèmes, des normes et des outils, y compris des étiquettes d'assurance qui témoignent d'un système d'assurance complet, sont élaborés pour lui permettre de prévenir et de maîtriser les risques et de répondre aux demandes du marché.

À ce stade-ci, AAC souhaitait mener une étude qualitative pour approfondir les données sur l'utilisation de systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité. L'étude avait comme objectif principal d'explorer le rôle joué par les étiquettes d'assurance, les facteurs clés incitant à utiliser ces étiquettes, les obstacles à leur utilisation, ainsi que les besoins et les perceptions liés aux systèmes d'assurance alimentaire axés sur la durabilité.

Plus précisément, la recherche visait à comprendre ce qui suit :

- Le niveau de confiance global de la population canadienne à l'égard du secteur agricole, ainsi que les difficultés qui s'y rattachent et la façon dont celles-ci se rapportent aux systèmes et étiquettes d'assurance;
- Les facteurs incitant à utiliser des systèmes d'assurance pertinents;
- Les attentes des consommateurs relativement aux systèmes et étiquettes d'assurance;
- Les attentes des consommateurs en matière de durabilité dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire;
- L'importance relative de la durabilité et des systèmes et étiquettes d'assurance dans la prise de décisions relatives à l'achat d'aliments;
- Les obstacles à l'utilisation des systèmes et étiquettes d'assurance existants, en particulier en ce qui a trait à la durabilité;
- Les points de vue des consommateurs à propos des avantages d'un système d'étiquette d'assurance commune pouvant répondre à différents besoins;
- Les désirs et les besoins auxquels les consommateurs voudraient qu'un système d'étiquette d'assurance commune réponde;

- Les acteurs en qui les consommateurs feraient confiance pour administrer et certifier un tel système, et les ressources vers lesquelles ils se tourneraient pour obtenir des renseignements fiables à ce sujet.

Approche de recherche

Pour atteindre les objectifs fixés, Earnscliffe a été chargée de mener une série de douze (12) séances virtuelles de discussion en groupe, du 23 au 25 janvier 2023. Le public cible était composé d’adultes âgés de 18 ans et plus ayant la responsabilité entière ou conjointe des achats d’épicerie dans leur ménage. Cinq (5) régions du pays étaient visées par l’étude : la Colombie-Britannique et les territoires (Colombie-Britannique, Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut), les Prairies (Alberta, Saskatchewan et Manitoba), l’Ontario, le Québec (en français), et le Canada atlantique (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador). Dans chaque région, deux groupes ont été formés en fonction de l’âge : un groupe de jeunes adultes de 18 à 34 ans, et un groupe d’adultes de 35 ans et plus. En outre, deux séances ont été organisées avec des consommateurs adultes s’identifiant comme des personnes autochtones, noires ou de couleur (PANDC) – une en anglais (avec des participants de partout au pays) et une en français (avec des participants de l’Ontario et du Québec). Le tableau ci-dessous indique la composition et le nombre de participants de chaque groupe ainsi que la date et l’heure de chaque séance.

Au total, 81 Canadiens et Canadiennes ont pris part aux séances de discussion.

Tableau 1 – Composition des groupes, horaire des séances et nombre de participants

Numéro de séance	Date	Groupe cible	Région	Heure	Nombre de participants
1	Lundi 23 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/ 17 h 30 HNT	7
2	Lundi 23 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Québec (français)	18 h 00 HNE	8
3	Lundi 23 janvier 2023	PANDC	Anglais	19 h 00 HNE/20 h 00 HNA/ 20 h 30 HNT/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR/16 h 00 HNP	6
4	Mardi 24 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/ 17 h 30 HNT	8
5	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Québec (français)	17 h 00 HNE	7
6	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE	4
7	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR	7
8	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	C.-B./territoires (anglais)	20 h 00 HNE/19 h 00 HNC/ 18 h 00 HNR/17 h 00 HNP	7
9	Mercredi 25 janvier 2023	PANDC	Français	17 h 00 HNE/18 h 00 HNA/ 18 h 30 HNT	7
10	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE	8
11	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR	6
12	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	C.-B./territoires (anglais)	20 h 00 HNE/19 h 00 HNC/ 18 h 00 HNR/17 h 00 HNP	6

Les séances de discussion ont duré environ 90 minutes. Les participants ont reçu un montant de 100 \$ en guise de remerciement pour leur temps.

Le questionnaire de recrutement, le guide de discussion et les concepts présentés durant les séances se trouvent en annexe du présent rapport.

Il est important de noter qu'une recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. La recherche par groupes de discussion n'a pas pour but d'aider un groupe à atteindre un consensus ou à prendre une décision, mais vise plutôt à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. En raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.

Les citations utilisées tout au long du rapport ont été sélectionnées pour donner corps à l'analyse et rapporter textuellement les commentaires des participants des différents groupes cibles.

Constataions détaillées

La présentation des résultats qualitatifs est divisée en cinq sections : 1. Perceptions à l'égard du secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation; 2. Perceptions de la durabilité environnementale et influence de celle-ci sur les comportements; 3. Connaissance des systèmes et étiquettes d'assurance, confiance à leur égard, et effets de ces outils; 4. Système d'étiquette d'assurance commune; 5. Préférences en matière de communication.

1. Perceptions à l'égard du secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation

Les séances de discussion commençaient par une mise en contexte afin d'évaluer les perceptions et la confiance des consommateurs à l'égard du secteur agricole et agroalimentaire du Canada.

Comme d'autres études ont permis de le constater, les premières choses qui viennent à l'esprit des consommateurs lorsqu'il est question du secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation sont généralement des images positives d'aliments (céréales, fruits et baies, légumes, viande, produits laitiers, etc.), ainsi que l'agriculture locale et les marchés fermiers.

Sans grande surprise, surtout compte tenu de la situation économique actuelle, la hausse des prix des aliments et des autres produits d'épicerie a également été soulevée. En fait, comme nous le verrons dans ce rapport, la sensibilité aux prix est un aspect qui a teinté l'ensemble des discussions. Notons que ces observations sont conformes à ce qui a été constaté dans la [Recherche qualitative sur les points de vue des consommateurs et des producteurs sur la durabilité en agriculture – 2022](#).

« J'ai certainement réduit les achats inutiles. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Si vous trouvez que la tête de chou-fleur à 10 \$ est chère à Yellowknife, jetez un coup d'œil au prix de la version biologique! » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Colombie-Britannique/territoires

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur niveau de confiance dans le secteur agricole et agroalimentaire canadien au moyen d'une échelle de 10 points, la plupart des participants ont indiqué avoir une certaine confiance en ce secteur, bien que l'on constate une certaine diversité d'opinions à cet égard. La majorité (54 sur 81) d'entre eux ont accordé au secteur une note de confiance allant de 7 à 10; vingt-cinq participants lui ont accordé une note de 4 à 6, et deux participants ont donné une note de 1 à 3.

Tableau 2 : Résultats par groupe cible – Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout » et 10, « entièrement », dans quelle mesure faites-vous confiance au secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation?

Réponses	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Adultes (35 ans et plus)	PANDC	Total
Note de 7 à 10	21	28	5	54
Note de 4 à 6	10	8	7	25
Note de 1 à 3	1	0	1	2
Total	32	36	13	81

Tableau 3 : Résultats par région – Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout » et 10, « entièrement », dans quelle mesure faites-vous confiance au secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation?

Réponses	Canada atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B./Territoires	National (PANDC)	Total
Note de 7 à 10	12	12	8	9	8	5	54
Note de 4 à 6	3	3	4	4	4	7	25
Note de 1 à 3	0	0	0	0	1	1	2
Total	15	15	12	13	13	13	81

Parmi les différents groupes cibles, celui des 35 ans et plus semble être celui qui accorde la plus grande confiance au secteur agricole et alimentaire canadien. Les participants qui s'identifient comme des personnes autochtones, noires ou de couleur (PANDC) sont nombreux à avoir donné une note de 4 à 6, et les conversations suggèrent que les membres de ce groupe ont en effet un niveau de confiance plutôt moyen à l'égard du secteur visé, qui a souvent été comparé aux secteurs agricoles et alimentaires d'autres régions du monde (dont l'Europe et l'Afrique). Ces participants ont dit avoir l'impression que les règles sont moins sévères au Canada, surtout en ce qui concerne l'utilisation d'organismes génétiquement modifiés (OGM) et de pesticides.

« Je trouve qu'il y a trop d'OGM. Ici, les produits ne sont pas naturels. Ils sont difformes et ont un goût différent [moins bon]. Ce n'est pas bon pour la santé. »
– Membre du groupe des PANDC (français)

« J'ai donné une note de 2. Le Canada doit avoir des règles plus strictes concernant les OGM et les pesticides. L'industrie a une trop forte influence sur notre alimentation. En Europe, ils ont interdit les OGM. » – Membre du groupe des PANDC (français)

Sur le plan régional, les données figurant dans le tableau ci-dessus suggèrent que les personnes qui vivent dans les provinces de l'Atlantique et au Québec font davantage confiance au secteur agricole et alimentaire canadien.

En plus des notes de confiance généralement positives ou neutres, de nombreux participants ont expliqué qu'ils n'ont aucune raison de se méfier du secteur étudié, qu'ils font confiance au « haut niveau » de réglementation encadrant ce secteur, ou qu'ils n'en savent pas assez sur le sujet pour donner une note différente.

« Je n'ai jamais entendu parler de scandale [dans ce secteur]. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Québec

« J'ai assez confiance en notre capacité à produire des aliments de façon sécuritaire. De nombreux règlements sont en place pour y veiller. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« Pour moi, la mention "produit du Canada" est un gage de qualité. » – Membre du groupe des PANDC (anglais)

Bien que cela n'ait pas nécessairement été mentionné de façon spontanée, de nombreux participants ont déclaré avoir davantage confiance dans les exploitations agricoles « locales » ou « plus petites », et moins confiance dans les grands producteurs ou les « fermes-usines ».

« J'ai plus de méfiance envers les grosses entreprises. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« J'ai tendance à faire davantage confiance aux petits agriculteurs locaux, et moins aux gros producteurs. Les petits agriculteurs ont une approche plus personnelle, alors que les grands producteurs sont davantage axés sur les affaires et veulent seulement produire le plus possible, aussi rapidement que possible. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

On a demandé aux participants ce qu'ils auraient besoin de voir ou d'apprendre pour renforcer leur confiance à l'égard du secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire. Ceux qui se sont exprimés sur la question ont parlé d'une plus grande transparence et de renseignements sur la réglementation et sur la répartition des bénéfices (rémunération des agriculteurs).

Les réponses concernant la signification du terme « durable » en ce qui a trait au secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire sont divisées, selon qu'il est question d'approvisionnement (disponibilité, constance, fiabilité, etc.) ou d'environnement (méthodes de culture, émissions dues au transport, gestion des terres, etc.). Quelques personnes parmi celles qui habitent en Colombie-Britannique ou dans les territoires pensaient plutôt à la durabilité dans le sens d'un approvisionnement soutenu.

« Quand je vais à l'épicerie et que les étagères sont vides, je me demande si j'aurai de quoi manger demain. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« Des ressources renouvelables, des conditions décentes pour les animaux, et des terres qui sont réutilisées et non détruites. » – Adulte (35 ans ou plus), Colombie-Britannique/territoires

« Produire seulement ce dont nous avons besoin, sans surexploiter les ressources. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

2. Perceptions de la durabilité environnementale et influence de celle-ci sur les comportements

Les discussions portaient aussi sur les impressions concernant la durabilité environnementale en ce qui a trait au secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire au Canada, ainsi que sur l'influence potentielle de ce concept sur les habitudes d'achat d'aliments.

Interrogées à savoir si les aliments produits au Canada le sont d'une manière écologiquement durable, la plupart des personnes ont répondu avec indifférence qu'elles ne le savaient pas, mais beaucoup ont dit présumer qu'ils le sont. Plusieurs personnes ont affirmé qu'elles devraient en savoir plus à ce sujet, mais qu'elles n'avaient pas vraiment fait de recherches sur la question. D'autres, comme cela a été mentionné plus tôt, font généralement confiance au secteur agricole et alimentaire canadien et disent ne pas s'attarder à la façon dont nos aliments sont produits, surtout du point de vue de l'environnement. Une personne adulte (35 ans ou plus) qui réside au Québec l'explique ainsi : « J'ai du respect envers nos normes. Je pense que nous

avons beaucoup d'inspections et de normes de haute qualité ici [au Canada]. » D'ailleurs, les personnes qui ont traité la question en faisant des comparaisons avec d'autres pays ont tendance à penser que le Canada dispose de normes en matière d'agriculture responsable; cet avis est toutefois moins répandu chez les PANDC.

Cela dit, certains participants ont l'impression que le secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire n'est peut-être pas écologiquement durable ou, du moins, que cela dépend des aliments produits. Par exemple, l'élevage bovin a été pointé du doigt comme défi particulier en matière d'émissions. D'autres ont exprimé des préoccupations concernant : le transport d'aliments sur de longues distances (en particulier vers le Nord); l'utilisation d'OGM et de pesticides; les problèmes comme le ruissellement; le suremballage des produits; les pénuries d'aliments; et le gaspillage alimentaire. Ces inquiétudes sont particulièrement vives chez les personnes qui habitent en milieu rural, surtout dans les territoires; elles sont en effet nombreuses à avoir parlé de la distance que les aliments parcourent avant d'arriver dans leur région, et des difficultés que cela pose sur le plan de la disponibilité, du choix et des coûts.

En ce qui concerne l'utilisation de pesticides, il ressort des discussions que cette pratique n'est, de toute évidence, pas souhaitable. Lorsqu'on leur a demandé d'expliquer pourquoi l'utilisation de pesticides est préoccupante, les participants ont expliqué qu'ils craignent que l'ingestion de produits chimiques ne soit pas bonne pour la santé. Quelques-uns ont mentionné le lien entre la prévalence accrue de certains problèmes de santé (le cancer en particulier) et l'ingestion d'une plus grande quantité de produits chimiques (dans les aliments). Lors des conversations à ce sujet, des participants ont fait valoir que les agriculteurs doivent avoir recours à ces produits pour répondre à la demande alimentaire mondiale croissante. Un adulte de 35 ans ou plus des Prairies a d'ailleurs affirmé ce qui suit : « Il est tellement plus difficile pour les agriculteurs de faire pousser leurs produits comme ils le voudraient en utilisant moins de pesticides. Pour être concurrentiels, ils n'ont pas d'autre choix. »

Enfin, même si tous les participants n'étaient pas certains de savoir comment associer le concept de durabilité à leurs achats et à leur consommation d'aliments, le fait d'acheter les produits localement ou dans un marché fermier et l'achat de produits ayant un emballage réduit (ou un emballage recyclable ou biodégradable) ont été les réponses les plus courantes concernant la manière de savoir qu'un aliment est écologiquement durable.

En ce qui concerne l'achat local, beaucoup de participants ont exprimé des réserves par rapport à la taille des exploitations agricoles. Ils ont en effet l'impression que les petits producteurs sont plus susceptibles d'utiliser des pratiques écoresponsables que les gros producteurs, souvent décrits comme des entreprises.

« Cela dépend du producteur et de la provenance des aliments. Je ne pense pas vraiment que les grandes entreprises ont des pratiques durables. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Je fais mes achats localement, dans des marchés fermiers. On y vend des produits issus d'un élevage en liberté, ce qui signifie qu'il n'y a pas de cruauté envers les animaux. Ce n'est pas de l'agriculture industrielle. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

Nous avons demandé aux participants s'ils recherchent des aliments produits de manière écologiquement durable au moment de faire les courses à l'épicerie : dans chaque groupe, certains ont indiqué le faire, mais ce n'est pas le cas de la majorité. En effet, la vaste majorité

des personnes interrogées ont dit que c'est principalement le prix qui influence leurs décisions d'achat. Celles qui cherchent à acheter des aliments issus de pratiques durables ont affirmé se baser sur les indications de l'emballage et les étiquettes d'assurance pour les repérer. D'autres ont expliqué qu'elles se basent plutôt sur la façon dont l'aliment est emballé ou sur l'origine du produit, précisant qu'elles préfèrent acheter des aliments qui proviennent d'un endroit près de chez elles (et qui parcourent donc une plus courte distance) ou, à tout le moins, qui sont produits au Canada.

Il convient également de souligner que certaines personnes vivant en milieu rural, en particulier dans les territoires, ont dit ne pas tenir compte des pratiques durables dans leur choix d'aliments, puisqu'elles essaient de consommer davantage de produits issus des cours d'eau et des terres de leur région.

Bien que ce ne soit pas le cas de la majorité d'entre eux, les adultes de 18 à 34 ans sont plus susceptibles que ceux de 35 ans et plus de chercher à acheter, au moins parfois, des aliments produits de manière écologiquement durable. Cette tendance est plus marquée chez les jeunes adultes qui habitent encore avec des membres de leur famille (parents, frères et sœurs, etc.) et qui n'ont pas la responsabilité d'acheter tout ce qu'ils consomment. Ces jeunes adultes ont mentionné faire des recherches en ligne sur la réputation des producteurs et évaluer la distance parcourue par les aliments pour déterminer si ceux-ci sont écologiquement durables.

« Je ne sais pas comment savoir si un aliment est écologiquement durable. Pour les fruits de mer, c'est clairement indiqué, mais autrement nous devons nous contenter de croire que c'est le cas. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« Il m'arrive de lire les étiquettes, mais ce n'est pas le cas pour tous les produits. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« Je regarde sur l'étiquette lorsqu'il y en a une. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Colombie-Britannique/territoires

« Je regarde le prix, mais aussi l'emballage : s'il contient beaucoup de plastique à usage unique, je n'achèterai probablement pas le produit. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

3. Connaissance des systèmes et étiquettes d'assurance, confiance à leur égard, et effets de ces outils

Au cours des discussions, les participants ont fait part, spontanément ou non, de leurs points de vue concernant les systèmes et étiquettes d'assurance et leur rôle dans les décisions d'achat.

On constate un faible taux de rappel sans aide concernant les étiquettes d'assurance. En effet, si certaines personnes dans chaque groupe ont mentionné avoir vu des étiquettes indiquant que des aliments sont biologiques, sans OGM, issus d'un élevage en liberté ou pêchés de façon durable (ou responsable), un nombre égal ou plus grand de personnes dans chacun de ces groupes n'ont pas parlé spontanément de telles étiquettes.

Le taux de rappel avec aide est beaucoup plus élevé pour trois exemples (consulter l'annexe D pour voir les exemples d'étiquettes présentés aux participants). Chez les participants qui ne se rappelaient pas spontanément avoir vu des étiquettes d'assurance, certains en ont reconnu au

moins une parmi les trois exemples présentés. Le nombre de participants ayant reconnu chaque étiquette varie selon l'exemple présenté. Ceux qui se souvenaient de l'une ou l'autre des étiquettes semblaient également en avoir une opinion très favorable.

La crédibilité accordée aux étiquettes d'assurance varie grandement parmi les personnes interrogées et selon ce qui est indiqué sur l'étiquette. Certaines personnes disent croire entièrement ce qui y figure, alors que d'autres considèrent les affirmations au sujet des produits avec plus de scepticisme. La confiance à l'égard des étiquettes a été décrite comme étant liée à divers facteurs, qui se résument essentiellement aux connaissances et à l'information que les gens estiment avoir au sujet de ce type de système. Pour se renseigner, ces derniers consultent des sources extrêmement variées et parfois contradictoires. Il peut s'agir, par exemple, d'information scientifique, d'avis d'experts ou de messages provenant de documentaires, généralement ceux dans lesquels sont dévoilés des « secrets invouables » qui jettent le doute sur des affirmations au sujet de produits.

« Il y a un processus à suivre pour obtenir cette étiquette. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Je pense que c'est un pas dans la bonne direction, mais qu'il y a encore des améliorations à apporter. Je préfère voir des étiquettes d'assurance comme celles-ci plutôt que rien du tout. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Colombie-Britannique/territoires

« Je suis généralement sceptique à l'égard de ces étiquettes, mais si j'ai le choix, je vais acheter le produit qui en porte une. » – Adulte (35 ans ou plus), Prairies

« Je ne dis pas que les gens se méfient, mais la certification n'est valide que pour un certain temps. Comment savoir si, une semaine après la certification, la situation n'a pas complètement changé? Je ne sais pas à quelle fréquence on procède au renouvellement de la certification. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Les produits biologiques sont sans pesticides ni OGM. Ils sont plus susceptibles d'être issus de pratiques durables, mais le sont-ils tous à 100 %? Pas nécessairement. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Québec

Outre la confiance qu'ils leur accordent, environ la moitié des participants sont d'avis que les étiquettes d'assurance sont utiles dans une plus ou moins grande mesure. Quelques-uns se sont montrés fortement favorables aux étiquettes d'assurance, alors que d'autres estiment qu'elles « valent mieux que rien ». Peu de participants estiment en savoir assez sur le nombre d'étiquettes utilisées pour dire s'il y en a trop ou pas assez sur le marché. Un jeune adulte (de 18 à 34 ans) du Québec a déclaré à ce sujet : « De nos jours, il y a des étiquettes partout. On ne peut pas leur faire confiance. » D'autres personnes ont eu du mal, même avec de l'aide, à se rappeler avoir vu des étiquettes d'assurance pendant qu'elles faisaient leurs courses. Pour cette raison, elles n'arrivent pas à dire ce que les étiquettes peuvent signifier ni l'importance qu'elles revêtent à leurs yeux.

« Je n'ai pas d'opinion précise sur ces étiquettes, car je ne m'y attarde pas outre mesure lorsque je fais des achats. Ce sont probablement d'excellents programmes, mais je n'y pense pas dans ma vie de tous les jours. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« Je réalise que je ne fais pas assez attention aux aliments que j'achète! » – Adulte (35 ans ou plus), Colombie-Britannique/territoires

Peu de personnes interrogées ont affirmé que les étiquettes d'assurance influencent grandement leurs intentions d'achat. Le prix continue d'être le facteur qui influence le plus les décisions de la vaste majorité des participants. Certains, notamment chez les jeunes adultes, affirment que les étiquettes d'assurance peuvent les inciter à choisir un produit plutôt qu'un autre, mais seulement dans certaines circonstances (quand le prix des produits est le même). La plupart des groupes comptaient toutefois quelques participants qui se disent enclins à consentir un sacrifice (habituellement financier) pour acheter des produits écologiquement durables ou pour soutenir des producteurs écoresponsables.

« Ça ne veut pas dire que j'opterais pour le produit durable, mais ça pourrait me faire réfléchir à ce que j'achète. » – Membre du groupe des PANDC (anglais)

« Je n'accorde pas une si grande importance aux étiquettes. Je choisirais probablement le produit qui en porte une plutôt que celui qui n'en a pas, mais au fond de moi, je ne fais pas confiance aux étiquettes. » – Adulte (35 ans ou plus), Colombie-Britannique/territoires

Une minorité de personnes interrogées ont exprimé des doutes quant à la nécessité des étiquettes d'assurance, en particulier lorsqu'il est question de produits cultivés ou fabriqués au Canada. Encore une fois, la majorité croit que ces produits sont sûrs, durables et sains.

« Pourquoi nos aliments ne sont-ils pas tous certifiés biologiques? » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« Dans un système agricole idéal, nous n'aurions pas besoin d'étiquettes, parce que tout serait cultivé de façon sécuritaire et éthique. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« S'il y a des étiquettes, c'est parce qu'il existe des zones grises. Je préférerais pouvoir faire davantage confiance au secteur agricole plutôt que de devoir me fier aux étiquettes pour me rassurer lorsque j'achète des aliments. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Colombie-Britannique

Des obstacles communs ont été mentionnés pour expliquer ce qui influence les intentions d'achat, soit le prix et un manque de compréhension – et donc de confiance – par rapport à ce qui est indiqué sur les étiquettes d'assurance (et à la façon dont les affirmations sont vérifiées). Pour illustrer ce dernier facteur, les participants ont souvent donné l'exemple des œufs, expliquant qu'ils comprennent mal la signification des étiquettes indiquant que les œufs ont été pondus par des poules en liberté. Les adultes âgés d'au moins 35 ans sont plus susceptibles de nommer plusieurs facteurs influençant leurs intentions d'achat, alors que les jeunes adultes sont plus nombreux à n'avoir mentionné que le prix.

« Je bénéficiais de l'assurance-emploi jusqu'à tout récemment. Je ne me soucie pas vraiment des produits portant ces étiquettes si je ne peux pas me les permettre. C'est le prix qui détermine ce que j'achète. » – Adulte (35 ans ou plus), Prairies

« Il nous faut plus d'information pour les comprendre, sinon ce n'est qu'un slogan. »
– Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Québec

« Ce qui m'importe, c'est de savoir si ma famille va vouloir manger le produit et si celui-ci est en solde. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« Ça ne sert à rien de mettre des étiquettes sur les aliments si les gens ne savent pas ce qu'elles signifient. Les personnes sceptiques ne changeront pas d'avis à moins de savoir exactement quelles sont les exigences rattachées à l'étiquette. »
– Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

Pour accorder de l'importance à une étiquette d'assurance, les participants estiment qu'ils doivent savoir ce qu'elle représente et de quel système de certification elle découle. À maintes reprises, ils ont indiqué vouloir avant tout avoir la certitude que des normes pertinentes sont mises en place et que le respect de celles-ci est rigoureusement assuré par un organisme de renom. Il ressort des discussions un sentiment selon lequel même certaines des étiquettes d'assurance reconnues (avec de l'aide) peuvent partir d'une bonne intention, mais que les entreprises qui les utilisent ne le font pas nécessairement pour les bonnes raisons ni en respectant toutes les normes établies.

Certaines étiquettes sont vues comme des outils de marketing conçus simplement pour inciter les gens à acheter un produit, et non dans un souci d'altruisme. Affichant un plus grand scepticisme, certains participants estiment que les étiquettes d'assurance pourraient être obtenues de façon illégitime, que ce soit avec de l'argent ou sous la contrainte. Parmi les jeunes adultes résidant en Colombie-Britannique ou dans les territoires, une personne a demandé à ce sujet : « Les entreprises ne peuvent-elles pas simplement acheter ces étiquettes? » Il semble que dans la plupart des cas, cette perception est fondée sur des choses lues ou vues dans les médias ou dans des documentaires (comme cela a été mentionné précédemment).

Certaines étiquettes d'assurance sont considérées comme des allégations voilées visant à détourner l'attention d'autres inconvénients, peut-être plus importants, d'un produit. Un exemple qui est revenu souvent est celui du transport des produits, que beaucoup jugent comme étant un facteur aussi déterminant que d'autres. En effet, des personnes ont soulevé que même si un produit est biologique, le fait qu'il ait pu traverser tout un continent avant d'arriver sur les tablettes des épiceries canadiennes enlève de la valeur aux affirmations sur son caractère durable.

Néanmoins, les participants ont dit qu'ils souhaiteraient avoir accès à des étiquettes leur assurant qu'un aliment est produit selon des normes qui contribuent à garantir sa salubrité et à protéger l'environnement dans lequel il a été cultivé. En ce qui concerne les moyens de déterminer la durabilité environnementale d'un produit, les participants ont donné diverses réponses : l'origine du produit (local ou non); la distance parcourue par le produit pour arriver au lieu où il est acheté; l'utilisation d'OGM ou de pesticides; le bon traitement des animaux; la rémunération adéquate des agriculteurs; et l'emballage du produit (emballage réduit ou écologique).

« Le lieu de production, les salaires des agriculteurs, les pratiques sans cruauté (pour les animaux), l'emballage et la transparence, pour ne nommer que quelques critères. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Colombie-Britannique/territoires

« Cultiver des aliments qui nécessitent le moins de produits chimiques possible et qui sont originaires de la région où ils sont cultivés. » – Adulte (35 ans ou plus), Colombie-Britannique/territoires

On a demandé aux participants s'ils préféreraient consulter une simple étiquette d'assurance ou plutôt un classement quelconque indiquant la mesure dans laquelle un produit est écologiquement durable. Les réponses à ce sujet sont partagées : les deux approches ont trouvé écho chez des participants, qui basent toutefois leur choix sur beaucoup de détails. L'étiquette d'assurance simple est un concept assez facile à comprendre pour les participants, mais leur appréciation de celui-ci dépend de nombreux aspects mentionnés précédemment. Les personnes qui ont dit préférer ce type de système sont nombreuses à penser qu'une étiquette basée sur un classement serait inefficace pour changer les habitudes d'achat, puisque « le public » ne la comprendrait pas. D'autres estiment qu'une étiquette d'assurance simple serait plus facile à expliquer aux enfants, une population auprès de laquelle elles jugent que de la sensibilisation devrait aussi être faite.

« Plus l'étiquette est simple, mieux c'est, et plus elle est facile à expliquer. »
– Membre du groupe des PANDC (anglais)

« Je préfère une étiquette simple, à condition de pouvoir savoir comment la certification a été obtenue. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

Beaucoup de personnes ont manifesté un certain intérêt pour un système d'assurance plus complexe basé sur un classement; elles avaient toutefois de nombreuses questions et réserves à cet égard. Par exemple, certaines avaient l'impression que ce type de système leur permettrait de porter un jugement, alors que d'autres estimaient ne pas pouvoir comprendre immédiatement tous les éléments pris en compte. Les personnes les plus favorables à une approche par classement ont tendance à adopter cette position parce qu'elles reconnaissent la complexité du processus de production durable d'aliments et de ses nombreux aspects : émissions, gestion des terres, utilisation efficace (ou absence d'utilisation) de produits chimiques indésirables, traitement éthique des animaux, traitement équitable des producteurs et des employés. Certaines ont suggéré d'utiliser une liste de vérification permettant de déterminer selon quelles normes un produit a été certifié; les consommateurs pourraient ainsi choisir des produits répondant à des exigences plus importantes à leurs yeux.

« Pour les produits qui obtiendraient une note de C ou D, il est peut-être préférable de n'avoir aucune étiquette. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« Je préfère une approche par classement pour qu'il y ait une étiquette sur plus de produits, y compris les moins bons. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

Dans la plupart des groupes, au moins un participant doutait de l'efficacité d'un système de classement, puisque les producteurs obtenant de mauvaises notes n'y souscriraient tout simplement pas.

En outre, l'encadrement du système d'assurance est considéré comme un élément clé. Beaucoup de participants estiment d'ailleurs que l'approche la plus problématique est la gestion du système par les membres du secteur eux-mêmes; ils jugent toutefois que ces derniers peuvent jouer un rôle vital dans la conception et la mise en œuvre du système. En ce qui concerne l'agriculture et l'agroalimentaire, les participants étaient systématiquement d'avis que les agriculteurs – plus précisément ceux ayant de petites exploitations non industrielles –

devraient être consultés pour déterminer les comportements et les pratiques jugés les plus responsables aux fins de l'établissement des normes.

4. Système d'étiquette d'assurance commune

Les discussions visaient également à comprendre le point de vue des participants concernant une étiquette d'assurance commune, leurs espoirs et leurs souhaits à l'égard d'un tel système, et les entités qui devraient, selon eux, gérer le tout.

Pour comprendre le point de vue des participants au sujet d'une étiquette d'assurance commune, nous leur avons montré des exemples d'un système mis en place au Royaume-Uni, appelé Red Tractor. Nous leur avons aussi expliqué que ce programme d'assurance a été créé par le secteur agricole pour aider les consommateurs à reconnaître facilement l'étiquette et les normes qui la sous-tendent (salubrité alimentaire, durabilité environnementale, bien-être animal, etc.).

Les réactions envers le système d'étiquette d'assurance Red Tractor étaient largement positives, bien que certaines personnes aient soulevé des occasions d'amélioration, surtout en ce qui a trait à l'administration du programme par les acteurs du secteur. Lorsqu'on leur a présenté des images et une courte description de l'étiquette utilisée, les participants s'y sont généralement montrés favorables. Voici des exemples des forces du système qui ont été relevées, souvent directement en lien avec les préoccupations exprimées lors des discussions :

- L'utilisation d'une seule étiquette d'assurance simple pour divers produits, que les consommateurs peuvent reconnaître et comprendre facilement;
- La présence de normes basées sur des pratiques considérées comme dignes d'être reconnues;
- La participation des producteurs à l'établissement des normes et exigences relatives aux produits qu'ils cultivent ou fabriquent;
- Les certifications supplémentaires visant des caractéristiques précises (p. ex., des logos sur des produits de volaille indiquant que ceux-ci sont issus d'un élevage en liberté et de pratiques améliorées pour assurer le bien-être des animaux).

Comme mentionné précédemment, le fait que le programme Red Tractor soit géré par des membres du secteur a suscité des réactions partagées. C'est cet aspect, parmi tous ceux qui ont été présentés au sujet de ce système d'étiquette d'assurance, qui a le plus alimenté les échanges concernant les avantages et inconvénients du programme. De nombreuses personnes ont dit que, pour se sentir à l'aise avec cette approche, elles devaient en savoir plus sur la manière dont le secteur gère le programme et, surtout, sur l'efficacité de cette façon de faire. En outre, l'encadrement du système d'assurance a été mentionné comme un élément clé pour favoriser la confiance à long terme et l'importance accordées à un tel système.

« Il faut que le système soit approuvé par le gouvernement. Sinon, les entreprises du secteur peuvent affirmer ce qu'elles veulent à propos de leurs produits. »
– Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« L'intervention d'un tiers impartial permet de veiller à ce que les agriculteurs soient bien informés. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

La plupart des participants sont clairement d'avis qu'il vaudrait la peine de mettre en place un tel système d'étiquette d'assurance commune au Canada, surtout en raison des avantages mentionnés ci-dessus. Ils pensent aussi que ce système pourrait influencer certaines habitudes d'achat, pour autant qu'il fonctionne comme prévu. Certains voient même une valeur intrinsèque et des avantages évidents sur le plan de la durabilité dans le fait d'acheter de nombreux produits portant une étiquette commune.

« Si je pouvais acheter beaucoup de produits qui portent l'étiquette, et non juste une laitue par exemple, j'aurais plus l'impression de contribuer à changer les choses. »
– Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Il faut pouvoir repérer facilement les produits canadiens. C'est ce qu'on essaie d'acheter dans ma famille quand c'est possible. » – Adulte (35 ans ou plus), Ontario

Certains inconvénients ont cependant été soulevés par les participants, surtout en ce qui a trait au prix. Beaucoup ont l'impression que les produits portant une étiquette d'assurance commune coûteraient plus cher; selon eux, ce type de système entraînerait des coûts supplémentaires pour les agriculteurs, ce qui se répercuterait ensuite sur des consommateurs déjà aux prises avec une hausse des prix des aliments. Les personnes qui jugent que les produits qu'elles achètent répondent déjà à des normes leur tenant à cœur estiment toutefois qu'un tel système les conforterait dans leurs choix.

« Ça ne devrait rien coûter aux producteurs ni être associé à des prix élevés. Il ne faut pas que seules les personnes qui en ont les moyens puissent manger des aliments sains et bons pour la planète. Tout le monde mange, alors il faut une approche démocratique. » – Membre du groupe des PANDC (anglais)

« C'est surtout le prix qui influence mes décisions d'achat, surtout en ce moment. J'essaie de faire mes achats localement et d'acheter des produits du Québec, mais je ne crois pas que je changerais complètement mes habitudes pour acheter uniquement des produits [Red Tractor]. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Québec

Parmi les autres inconvénients soulevés au sujet d'un système d'étiquette d'assurance commune, notons : le manque de rigueur dans l'établissement et l'application des normes; les difficultés posées par l'immensité du territoire canadien; les différences régionales, culturelles et climatiques dans le pays; l'encadrement potentiellement inadéquat du programme.

« Qui formerait le groupe d'experts? Les petites régions bénéficieraient-elles d'une voix égale dans ce système? Ce qui fonctionne dans certaines régions pourrait ne pas être considéré comme durable ailleurs, sur le plan culturel notamment. »
– Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

En ce qui concerne l'encadrement du programme, les participants sont favorables à l'intervention d'un organisme tiers indépendant, comme l'explique une personne du groupe des 18 à 34 ans résidant au Québec : « Il est préférable que le système soit géré par un tiers indépendant. La certification est mieux respectée lorsqu'elle est administrée par des gens qui ne sont pas directement concernés ou qui n'ont pas d'intérêts à faire valoir dans le processus. » Pour ce qui est de déterminer à qui reviendrait la gestion du système, les personnes interrogées ont tendance à vouloir la confier à un groupe de

partenaires formé agriculteurs/producteurs, des consommateurs, des organisations non gouvernementales (ONG), l'industrie et des scientifiques.

Le rôle que les participants avaient à l'esprit pour le gouvernement concernait la surveillance, la réglementation, l'inspection, l'application et les subventions. Les participants ont également noté un rôle du gouvernement dans la sensibilisation et l'éducation du public autour d'un système et d'un label communs. Comme la mise en œuvre d'un tel système pourrait obliger certaines exploitations de petite taille à faire des investissements afin de modifier leurs activités et leurs pratiques pour répondre aux exigences du programme et pour demeurer concurrentielles (et en affaires), une aide financière sous la forme de subventions du gouvernement pourrait se révéler nécessaire. En outre, étant donné l'importance d'informer davantage les gens au sujet des systèmes et étiquettes d'assurance, les participants estiment que le gouvernement devrait jouer un important rôle de sensibilisation du public à cet égard. Une personne du groupe des 18 à 34 ans résidant au Québec l'explique ainsi : « J'aimerais qu'ils contribuent à la sensibilisation du public, qu'ils utilisent les médias sociaux et la télévision pour informer les gens sur le programme, ses implications, et les exigences auxquelles les agriculteurs doivent répondre pour obtenir la certification. »

5. Préférences en matière de communication

Nous avons également discuté des besoins des participants en matière d'information sur un système d'étiquette d'assurance commune, ainsi que des ressources qu'ils consulteraient pour en savoir plus à ce sujet.

L'information qui intéresse le plus les participants concerne les pratiques durables et les exigences à respecter pour obtenir la certification. Plus précisément, ils aimeraient avoir la certitude que les pratiques encouragées sont des comportements réellement adéquats.

« J'aimerais savoir ce qu'il faut pour obtenir l'étiquette, c'est-à-dire les normes auxquelles le produit répond. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Ontario

« Comment ce programme fonctionne-t-il? Qui l'administre? J'aimerais en savoir plus sur le processus de certification et les effets du programme sur l'environnement. » – Membre du groupe des PANDC, (français)

« L'information doit être présentée le plus clairement possible, d'une manière simple et transparente. » – Adulte (35 ans ou plus), Québec

Quelques personnes ont affirmé qu'elles feraient des recherches pour mieux comprendre le système d'étiquette d'assurance. En plus de vouloir connaître les exigences de conformité relatives à la durabilité mentionnées précédemment, elles souhaiteraient également en savoir plus sur les points suivants :

- Sur le plan de la durabilité environnementale :
 - Les méthodes de production jugées acceptables;
 - Les exigences en matière de bien-être animal;
 - Les pratiques jugées acceptables en ce qui a trait aux pesticides;
 - Les exigences relatives à l'utilisation d'OGM;
 - La présence d'additifs dans les produits;

- La transformation de certains produits;
- La signification de termes précis (durable, biologique, certifié, etc.);
- Les effets sur l'environnement associés à l'augmentation du nombre de consommateurs achetant les produits visés;
- Les bienfaits pour la santé associés à la consommation de produits certifiés;
- Les entreprises qui financent le système d'assurance, le cas échéant;
- Le bon traitement et la rémunération des personnes qui participent à chaque étape de la production des aliments;
- Le coût des aliments certifiés par rapport à ceux qui ne le sont pas;
- La possibilité pour les agriculteurs canadiens de récolter les fruits de leurs investissements et de leur engagement;
- Les organisations responsables de gérer le système d'assurance;
- Les organisations responsables de définir les exigences en matière de durabilité;
- Les organisations responsables de faire respecter les normes du système d'assurance;
- Les mesures prises à l'égard des exploitants agricoles qui ne respectent plus les normes (pénalités, retrait de la certification, etc.).

« Je me demande ce qui se passe lorsque les produits ne répondent plus aux normes. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« Comment les termes sont-ils définis? Qu'est-ce qu'un aliment durable, biologique ou certifié? » – Adulte (35 ans ou plus), Colombie-Britannique/territoires

Lorsqu'on leur a demandé quelles sources ils aimeraient consulter pour s'informer sur le système d'étiquette d'assurance, les participants ont parlé d'affiches en magasin et au point de vente, de sites Web (du gouvernement ou des organisations qui gèrent le système), de médias traditionnels (journaux, télévision, radio, panneaux d'affichage, sacs de circulaires, courrier, etc.) et de médias sociaux. La majorité estime qu'il serait important que le gouvernement fasse de la sensibilisation auprès de la population canadienne si un système d'étiquette d'assurance commune était mis en place.

Il est intéressant de noter que les codes QR (en magasin, au point de vente ou directement sur le produit) ont souvent été décrits comme un moyen efficace de communiquer de l'information sur un tel système. Dans les deux groupes d'âge, certaines personnes ont dit qu'elles utiliseraient le code QR en magasin, alors que d'autres l'utiliseraient à la maison après l'achat; certaines n'auraient pas du tout recours à ce mode d'information. Notons également que certains participants doutaient de l'efficacité de cet outil de communication, en particulier pour les personnes plus âgées qui n'ont pas de téléphone intelligent ou ne l'utilisent pas pour s'informer. Néanmoins, le code QR est vu de façon générale comme un bon moyen de communiquer des renseignements.

« Il faudrait un code QR sur le produit. On fait davantage confiance aux renseignements auxquels on peut accéder facilement. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Canada atlantique

« C'est une bonne idée de mettre un code QR sur l'emballage ou en magasin. Il suffit de le balayer avec un téléphone, chose que nous avons toujours sur nous. » – Jeune adulte (de 18 à 34 ans), Prairies

« Les codes QR sont maintenant un moyen très répandu d'informer les gens. »
– Adulte (35 ans ou plus), Ontario

« J'aime cet outil, mais il ne convient vraiment pas à tout le monde. » – Adulte
(35 ans ou plus), Ontario

Un participant a également suggéré d'utiliser une application comme outil d'information sur le système d'assurance.

Conclusions

L'étude a permis de démontrer qu'il y a un degré de confiance assez élevé à l'égard des aliments produits au Canada, surtout comparativement aux aliments importés. La confiance des participants envers le secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire dépend souvent de la façon dont ils perçoivent le caractère « industriel » du producteur : plus l'exploitation agricole est petite, plus ils la jugent digne de confiance.

Cette confiance porte également sur l'aspect de la durabilité dans la production alimentaire, quoique les personnes interrogées ne comprenaient pas toutes le sens et l'utilisation du terme « durable ». En effet, ce concept a été traité comme faisant référence à la gestion des terres, au bien-être animal et au traitement équitable des différentes personnes qui participent à la production des aliments, notamment les agriculteurs et les employés des exploitations agricoles. Par conséquent, les discussions sur la durabilité du secteur agricole et agroalimentaire canadien n'étaient pas nécessairement axées sur la protection ou la responsabilité environnementales.

Les participants semblent par ailleurs prendre des raccourcis dans leur évaluation de la durabilité environnementale; plus ils considèrent une exploitation agricole comme étant « locale » ou « petite », plus ils présument qu'elle produit des aliments de façon écologiquement durable. Ils ont également tendance à penser que les produits canadiens sont plus écologiquement durables que les produits importés, bien que peu l'affirment avec certitude. Ce point de vue repose généralement sur deux facteurs : la distance parcourue par les aliments, et l'impression que les procédures d'exploitation normalisées que les agriculteurs doivent suivre au Canada sont plus adéquates ou responsables que celles mises en place dans d'autres pays auprès desquels nous importons des aliments.

De nombreux participants ont également indiqué avoir l'habitude de choisir des aliments locaux, ce qui fait en sorte qu'ils achètent des aliments issus de pratiques écologiquement durables alors que ce n'était pas nécessairement leur intention à la base. La qualité (c'est-à-dire la saveur et la fraîcheur) des produits et le désir d'éviter ce qui est considéré comme mauvais pour la santé (pesticides, hormones, OGM, etc.) ont souvent été nommés comme des facteurs plus importants que l'impact environnemental dans le choix des aliments.

Les gens semblent peu se fier aux systèmes et étiquettes d'assurance axés sur la durabilité, le taux de rappel sans aide à cet égard étant plutôt faible. Les systèmes et étiquettes d'assurance reconnus par les participants ne sont par ailleurs pas nécessairement considérés comme un gage de production écologiquement durable. Cela dit, l'idée d'un système d'étiquette d'assurance commune qui permettrait d'évaluer les produits sur la base de critères jugés pertinents a été accueillie favorablement, même si elle ne répond pas forcément à un besoin latent.

Les principaux désavantages perçus d'un tel système sont le fait qu'il entraînerait une hausse déraisonnable des coûts pour les consommateurs, et que les plus petits agriculteurs se retrouveraient dans une position défavorable par rapport aux gros producteurs. Dans un contexte où les prix des aliments sont exorbitants – ce qui préoccupe grandement les participants – et où la viabilité économique de petites exploitations agricoles locales qu'ils affectionnent particulièrement est menacée, certains participants se montrent très réticents à l'idée de désavantager encore plus ces dernières sur le plan opérationnel ou commercial. Ce sentiment est exacerbé par l'impression que les gros producteurs, dont les méthodes

d'exploitation sont souvent jugées comme étant axées davantage sur la rentabilité que sur la durabilité, auraient plus de facilité à payer les coûts reliés au processus de certification, ce qui leur conférerait un avantage concurrentiel inéquitable.

Pour les personnes interrogées, la valeur d'un système d'étiquette d'assurance commune repose beaucoup sur l'établissement des critères évalués et les seuils fixés pour le respect des normes. La plupart estiment qu'un tel système devrait être géré par un groupe de partenaires formé notamment d'exploitants agricoles, de consommateurs, de responsables gouvernementaux, d'entreprises du secteur et de scientifiques. Le rôle souhaité pour le gouvernement concerne principalement l'octroi de subventions, la sensibilisation du public, la réglementation, la surveillance, les inspections, et l'application des normes.

Pour avoir la capacité d'influencer les décisions d'achat, le système d'assurance doit être présenté d'une manière qui prouve sa crédibilité et sa pertinence, en montrant notamment la façon dont il permet de déterminer avec certitude la durabilité des produits. Le succès d'un tel outil dépend également de la manière dont les consommateurs perçoivent son impact sur les prix des aliments qu'ils achètent déjà et sur les producteurs auxquels ils font déjà confiance.

Annexe A : Rapport de méthodologie qualitative

Méthodologie

Cette étude comprenait une série de douze (12) séances de discussion en groupe. Celles-ci ont été menées du 23 au 25 janvier 2023 auprès d'adultes de 18 ans et plus ayant la responsabilité entière ou conjointe des achats d'épicerie dans leur ménage. Cinq (5) régions du pays étaient visées par l'étude : la Colombie-Britannique et les territoires (C.-B., Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut), les Prairies (Alberta, Saskatchewan et Manitoba), l'Ontario, le Québec (en français) et les provinces de l'Atlantique (Terre-Neuve-et-Labrador, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse et Île-du-Prince-Édouard). Deux groupes ont été formés dans chaque région en fonction de l'âge : un groupe de jeunes adultes de 18 à 34 ans, et un groupe d'adultes de 35 ans et plus. En outre, deux séances ont été organisées avec des consommateurs adultes s'identifiant comme des personnes autochtones, noires ou de couleur (PANDC) – une en anglais (avec des participants de partout au pays) et une en français (avec des participants de l'Ontario et du Québec). Reportez-vous au questionnaire de recrutement, à l'annexe B du présent rapport, pour connaître tous les critères pertinents de sélection et d'admissibilité.

Pour les besoins de ce rapport, les résultats de chaque groupe cible ont été regroupés. Il s'avère toutefois que les points de vue étaient assez semblables d'un groupe cible à l'autre. Sauf indication contraire, les constatations présentées dans le présent rapport sont communes à tous les groupes cibles; seules les différences importantes sont mentionnées.

Tableau 4 : Calendrier des groupes de discussion, avec le nombre de participants par groupe cible et par région

Numéro de séance	Date	Groupe cible	Région	Heure	Nombre de participants
1	Lundi 23 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/ 17 h 30 HNT	7
2	Lundi 23 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Québec (français)	18 h 00 HNE	8
3	Lundi 23 janvier 2023	PANDC	Anglais	19 h 00 HNE/20 h 00 HNA/ 20 h 30 HNT/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR/16 h 00 HNP	6
4	Mardi 24 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/ 17 h 30 HNT	8
5	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Québec (français)	17 h 00 HNE	7
6	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE	4
7	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR	7
8	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	C.-B./territoires (anglais)	20 h 00 HNE/19 h 00 HNC/ 18 h 00 HNR/17 h 00 HNP	7
9	Mercredi 25 janvier 2023	PANDC	Français	17 h 00 HNE/18 h 00 HNA/ 18 h 30 HNT	7
10	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE	8
11	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/ 17 h 00 HNR	6
12	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	C.-B./territoires (anglais)	20 h 00 HNE/19 h 00 HNC/ 18 h 00 HNR/17 h 00 HNP	6

Recrutement

Quality Response, notre sous-traitant pour le travail sur le terrain, ainsi que ses fournisseurs ont d'abord communiqué avec les membres de leur base de données respective par courriel, puis ont réalisé un suivi par téléphone afin d'effectuer une présélection des participants. Cette approche est la plus souvent utilisée. Ils ont ensuite procédé à un recrutement téléphonique afin de compléter les groupes dans chaque marché.

Pour le recrutement dans les provinces de l'Atlantique et en Ontario, Quality Response a utilisé sa propre base de données exclusive comptant environ 35 000 Canadiens et Canadiennes dont le profil est établi selon diverses caractéristiques, notamment les données démographiques personnelles types, la composition du ménage, les antécédents médicaux, l'utilisation de la technologie, les services financiers, la santé et le bien-être, le profil d'affaires et d'autres critères pertinents. Cette base de données est constamment mise à jour et renouvelée. Les participants potentiels sont recrutés au sein de leur base de données au moyen d'une approche mixte : à la suite d'un sondage exclusif mené au téléphone ou en ligne, par recommandation, dans les médias sociaux et à l'aide de publicité imprimée. Une présélection est souvent d'abord effectuée par courriel ou par téléphone, après quoi ont lieu un recrutement direct par téléphone et une confirmation de la présence avant la tenue des discussions en groupe.

Quality Response a également fait appel à Metroline et à Brookson Research pour effectuer le recrutement dans les provinces de l'Atlantique et en Ontario. La base de données de Metroline comprend environ 4 500 Canadiens et Canadiennes résidant principalement en Ontario (hors du Grand Toronto) et dans le Canada atlantique. De nouveaux participants y sont ajoutés grâce à des recommandations et à des publicités en ligne. Metroline configure sa base de données pour obtenir une variété de caractéristiques, y compris, sans toutefois s'y limiter : l'emplacement, l'état matrimonial, la profession, le revenu, les habitudes tabagiques, et les habitudes de consommation d'alcool. Les répondants d'autres régions qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés en fonction de leur code postal, au moyen de Canada 411 et de la sollicitation à froid.

Située à Ottawa, en Ontario, la base de données de Brookson Research compte environ 9 500 personnes vivant à Ottawa et dans les environs. Les données sont stockées localement et sauvegardées par un fournisseur de services externe de la région. De nouvelles personnes sont ajoutées à la base de données à l'aide de communications par téléphone, message texte, courriel et sur le site Web de l'entreprise. Deux fois par année, l'entreprise met à jour sa base de données en anglais et en français. Celle-ci indique le nom, le genre, l'âge, les coordonnées, la ville de résidence, le niveau de scolarité, la langue maternelle, la profession et l'historique de participation à des séances d'études de marché. Les répondants des régions voisines qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés en fonction de leur code postal ou de leur municipalité au moyen de la sollicitation à froid, dans les deux langues officielles, sauf indication contraire.

Pour le recrutement au Québec, Quality Response s'est associée à MBA Recherche. La vaste base de données de MBA Recherche comprend environ 35 000 Canadiens et Canadiennes de partout au Québec. La société se sert d'annonces sur Google, de son site Web, de sondages téléphoniques à composition aléatoire et de recommandations pour recruter de nouveaux participants. Outre des caractéristiques sociodémographiques variées, le profilage effectué par MBA Recherche comprend les types d'automobiles, la toxicomanie et les attributs des

téléphones mobiles. Les répondants des régions voisines qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés au moyen de la composition aléatoire à partir d'un échantillon acheté.

Pour le recrutement dans l'Ouest canadien et les territoires, Quality Response s'est associée à Walmsley Research, Pele Research et Qualitative Coordination. La base de données de Walmsley Research compte environ 5 500 personnes qui résident en Colombie-Britannique. L'entreprise compte sur les recommandations et les annonces en ligne pour faire grossir sa base de données. Outre une variété de caractéristiques sociodémographiques, celle-ci indique l'âge des enfants, la profession, la profession du conjoint, les problèmes de santé, etc. Les répondants des régions voisines qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés par recommandation seulement.

La base de données de Qualitative Coordination contient environ 5 500 personnes qui résident en Alberta. L'entreprise utilise des recommandations et des publicités en ligne pour trouver de nouveaux participants. Sa base de données n'est pas organisée par catégorie, et les nouveaux inscrits doivent uniquement indiquer leur nom complet, leur courriel, leur date de naissance et leur lieu de résidence. Les répondants des régions voisines qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés par sollicitation à froid ou par recommandation.

Située au Manitoba, la base de données de Pele Research compte environ 3 000 Canadiens et Canadiennes par province de l'ouest du pays (Colombie-Britannique, Alberta, Saskatchewan et Manitoba). Les données sont stockées localement et sauvegardées sur deux services internes distincts. Pele Research configure sa base de données pour obtenir le nom, l'âge, le genre, le revenu, la scolarité, la profession et le numéro de téléphone. Les répondants des régions voisines qui ne font pas partie de leur base de données sont recrutés au moyen de recommandations généralement faites par d'anciens participants.

Nous comprenons les nuances du recrutement qualitatif et l'importance de trouver des répondants admissibles et intéressés. Quality Response effectue son recrutement dans le strict respect des normes du gouvernement du Canada en matière d'étude qualitative.

Animation

Nous avons fait appel à deux animateurs compétents. Compte tenu de l'échéancier du projet, le recours à deux animateurs nous a permis de mener toutes les séances de discussion en une semaine (trois soirées).

Les deux animateurs ont assisté à la soirée de lancement des séances de discussion. Ainsi, les deux connaissaient le déroulement de la discussion et ont participé aux conversations sur les changements potentiels à apporter au guide ou au déroulement des prochaines séances.

D'après notre expérience, il est avantageux de faire appel à plusieurs animateurs (dans les limites raisonnables), car cela permet d'éviter qu'un seul animateur tire des conclusions trop rapidement. Chaque animateur prend des notes et résume les séances après chaque soir, fournissant un compte rendu sur la fonctionnalité du guide de discussion, les problèmes liés au recrutement, à la participation ou à la technologie et les principales constatations, notamment en notant les réponses uniques et les commentaires semblables à ceux communiqués dans les séances précédentes. Ensemble, ils discutent des constatations de façon continue pour pouvoir approfondir les thèmes nécessitant des précisions dans les séances suivantes et avant que les résultats définitifs ne soient rapportés.

Remarque sur l'interprétation des résultats de la recherche qualitative

Il est important de noter à la lecture des résultats qu'une recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, sur les politiques et sur l'opinion publique. Une recherche basée sur des séances de discussion en groupe vise à recueillir un éventail d'idées, de réactions, d'expériences et de points de vue auprès d'un échantillon choisi de participants s'exprimant sur un sujet donné. En raison de leur faible nombre, les participants ne peuvent être considérés comme étant statistiquement parfaitement représentatifs de l'ensemble de la population dont ils sont un échantillon. Les résultats obtenus ne peuvent donc pas être généralisés au-delà de ces échantillons.

Glossaire des termes

Voici un glossaire des termes utilisés tout au long du rapport pour transmettre les résultats qualitatifs. Ces expressions sont utilisées lorsque des groupes de participants ont un point de vue commun. À moins d'indication contraire, il ne faut pas en conclure que le reste des participants n'était pas d'accord. Ils pourraient s'être abstenus de tout commentaire ou n'avoir pas d'opinion arrêtée sur la question.

Peu

Peu est utilisé lorsque moins de 10 % des participants ont fourni des réponses semblables.

Plusieurs

Plusieurs est utilisé lorsque moins de 20 % des participants ont fourni des réponses semblables.

Certains

Certains est utilisé lorsque plus de 20 %, mais nettement moins de 50 % des participants ont fourni des réponses semblables.

Beaucoup

Beaucoup est utilisé lorsque près de 50 % des participants ont fourni des réponses semblables.

Majorité/majorité relative

Majorité ou majorité relative sont utilisés lorsque plus de 50 %, mais moins de 75 % des participants ont fourni des réponses semblables.

La plupart

La plupart est utilisé lorsque plus de 75 % des participants ont fourni des réponses semblables.

Grande majorité

Grande majorité est utilisé lorsque presque tous les participants ont fourni des réponses semblables, mais que plusieurs avaient des points de vue différents.

Unanime/presque tous

Unanime ou presque tous sont utilisés lorsque tous les participants ont fourni des réponses semblables ou lorsque la grande majorité des participants ont fourni des réponses semblables et que les quelques autres ont refusé de formuler des commentaires sur le sujet.

Annexe B : Questionnaire de recrutement

Résumé des séances de discussion en groupe

- Total de 12 groupes de discussion
- Recrutez 8 participants par groupe de discussion
- Les séances de discussion durent 90 minutes
- Tous doivent avoir la responsabilité principale ou conjointe des achats d'épicerie dans leur ménage
- Les participants doivent disposer d'un accès Internet à haut débit et d'une webcam
- Veillez à ce qu'il y ait une bonne combinaison de données démographiques (p. ex., milieu rural/urbain, genre, revenu)

Tableau 5 : Calendrier par groupe cible et par région

Numéro de séance	Date	Groupe cible	Région	Heure
1	Lundi 23 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/17 h 30 HNT
2	Lundi 23 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Québec (français)	18 h 00 HNE
3	Lundi 23 janvier 2023	PANDC	Anglais	19 h 00 ET/20 h 00 AT / 20 h 30 NT/18 h 00 CT/17 h 00 MT/16 h 00 PT
4	Mardi 24 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/17 h 30 HNT
5	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Québec (français)	17 h 00 HNE
6	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE
7	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/17 h 00 HNR
8	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	BC/Territoires (anglais)	20 h 00 ET/19 h 00 CT/18 h 00 MT/17 h 00 PT
9	Mercredi 25 janvier 2023	PANDC	Français	17 h 00 HNE/18 h 00 HNA/18 h 30 HNT
10	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE
11	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/17 h 00 HNR
12	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	BC/Territoires (anglais)	20 h 00 ET/19 h 00 CT/18 h 00 MT/17 h 00 PT

Nom du répondant :

N° de téléphone du répondant (travail) :

N° de téléphone du répondant (cellulaire) :

Courriel du répondant :

Intervieweur :

Date :

Validé :

Bonjour/Hello, mon nom est _____ et je vous appelle de la part d'Earnscliffe, une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada, plus précisément pour Agriculture et Agroalimentaire Canada, au sujet d'enjeux d'importance pour les Canadiens. Nous recherchons des personnes qui seraient prêtes à participer à une séance de discussion en ligne d'une durée maximale de 90 minutes. Nous cherchons à recruter jusqu'à 8 participants, auxquels nous remettrons une somme de 100 \$ pour les remercier de leur temps. Puis-je poursuivre?

Oui [continuez]
Non [remerciez et terminez]

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French? [si français, continuez en français ou planifiez un retour d'appel avec un intervieweur francophone : Nous vous rappellerons pour mener cette entrevue de recherche en français. Merci. Au revoir].

Votre participation est volontaire et confidentielle. Nous désirons connaître votre opinion. Nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ou de vous faire changer d'avis. Tous les commentaires émis demeureront anonymes et seront regroupés avec ceux des autres participants afin de nous assurer qu'ils ne sont pas associés à une personne en particulier. Avant de vous inviter à participer, nous devons vous poser quelques questions visant à assurer la diversité des participants. Puis-je vous poser quelques questions? Cela ne prendra que 5 minutes environ.

Oui [continuez]
Non [remerciez et terminez]

Texte relatif à la surveillance des appels :

Lisez à tous : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. »

Clarifications supplémentaires au besoin :

- Pour s'assurer que je (l'intervieweur) lis les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision;
- Pour évaluer mon rendement (le rendement de l'intervieweur);
- Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. à l'évaluation de la programmation et de la méthodologie de l'ITAO – pour s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche – comme un prétest);
- Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

1. Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, travaillez...?

Pour une firme de recherche marketing ou d'opinion publique
Pour un magazine ou un journal en ligne ou imprimé

Pour une chaîne de radio ou de télévision
Pour une agence de relations publiques
Pour une agence de publicité ou de graphisme
Pour un média en ligne ou comme auteur(e) d'un blogue
Pour le gouvernement fédéral, provincial ou une administration municipale
Dans le secteur agricole
Dans le secteur de la production alimentaire/l'industrie alimentaire

[si oui à l'une des autres options ci-dessus, remerciez et terminez]

2. Je vais vous lire trois énoncés. Veuillez me dire lequel reflète le mieux votre rôle au sein du ménage.

- a. J'ai la responsabilité principale de faire l'épicerie dans mon ménage.
- b. Je partage la responsabilité conjointe des achats d'épicerie dans mon ménage.
- c. Je n'ai pas la responsabilité principale ou conjointe de l'épicerie dans mon ménage.

[préférence pour a. Si c, remerciez et terminez]

3. Dans quelle province ou quel territoire demeurez-vous? [producteurs : assurez une bonne diversité]

Terre-Neuve-et-Labrador	1	
Nouvelle-Écosse	2	
Île-du-Prince-Édouard	3	
Nouveau-Brunswick	4	
Québec	5	
Ontario	6	
Manitoba	7	
Saskatchewan	8	
Alberta	9	
Colombie-Britannique	10	
Yukon	11	
Nunavut	12	
Territoires du Nord-Ouest	13	
Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]

4. Et dans quelle ville ou quelle collectivité demeurez-vous? [ne pas lire]

[si Canada atlantique]		
Région métropolitaine de Moncton	11	
Région métropolitaine d'Halifax	12	
Région métropolitaine de St. John's	13	
Région métropolitaine de Charlottetown	14	
Autre	77	[4 dans chaque groupe]

[si Québec]		
Région métropolitaine de Montréal	9	
Région métropolitaine de Québec	10	
Autre	77	[4 dans chaque groupe]
[si Ontario]		
Région métropolitaine de Toronto	7	
Région métropolitaine d'Ottawa	8	
Autre	77	[4 dans chaque groupe]
[si Prairies]		
Région métropolitaine de Calgary	3	
Région métropolitaine d'Edmonton	4	
Région métropolitaine de Saskatoon	5	
Région métropolitaine de Regina	6	
Région métropolitaine de Winnipeg	7	
Autre	77	[4 dans chaque groupe]
[si Colombie-Britannique]		
Région métropolitaine de Vancouver	1	
Région métropolitaine de Victoria	2	
Autre	77	[4 dans chaque groupe]
Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]
5. Auquel des groupes d'âge suivants appartenez-vous? Êtes-vous âgé de... [assurez une bonne diversité]		
18 à 24 ans	1	
25 à 34 ans	2	
35 à 54 ans	3	
55 à 64 ans	4	
65 ans et plus	5	
Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]
6. Quelle est votre origine ethnique? [ne pas lire] [assurez une bonne diversité]		
Blanche		1
Chinoise		2
Asiatique du Sud (p. ex., indienne, pakistanaise, etc.)		3
Noire		4
Philippine		5
Latino-américaine		6
Asiatique de l'Est ou du Sud-Est (p. ex., vietnamienne, etc.)		7
Arabe		8
Asiatique de l'Ouest (p. ex., iranienne, afghane)		9
Coréenne		10
Japonaise		11
Personne autochtone (membre des Premières Nations, Métis ou Inuit)		12
Autre		77
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]

[pour les groupes 11 et 12, aucun n'est caucasien. Assurent qu'au moins deux par groupe sont indigènes.]

7. À quel genre vous identifiez-vous? [ne lisez pas; assurez une diversité]

Homme	1	
Femme	2	
Personne transgenre	3	
Personne non binaire	4	
Préfère se décrire [précisez]	77	
Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]

8. Pourriez-vous me dire quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint? [assurez une bonne diversité]

Études secondaires non terminées	1	
Études secondaires terminées	2	
Études professionnelles non terminées	3	
Études professionnelles terminées (sans DES)	4	
Études professionnelles terminées (avec DES)	5	
Études collégiales/universitaires non terminées	6	
Études collégiales/universitaires terminées	7	
Préfère ne pas répondre	99	[remerciez et terminez]

9. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage, c'est-à-dire le total des revenus avant impôt de toutes les personnes habitant sous votre toit? [lisez la liste] [assurez une bonne diversité]

Moins de 20 000 \$	1	
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2	
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3	
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4	
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5	
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6	
150 000 \$ ou plus	7	
Préfère ne pas répondre	9	[remerciez et terminez]

Cette recherche nécessitera la participation à un appel vidéo en ligne.

10. Avez-vous accès à un ordinateur, un téléphone intelligent ou une tablette avec connexion Internet à haut débit qui vous permettra de participer à un groupe de discussion en ligne?

Oui	1	
Non	2	[remerciez et terminez]

11. Est-ce que votre ordinateur/téléphone intelligent/tablette possède une caméra qui vous permettra d'être visible pour l'animateur et les autres participants dans le cadre d'un groupe de discussion en ligne?
- | | | |
|-----|---|-------------------------|
| Oui | 1 | |
| Non | 2 | [remerciez et terminez] |
12. Avez-vous une adresse électronique personnelle qui est actuellement active et à votre disposition?
- | | | |
|-----|---|---|
| Oui | 1 | [veuillez enregistrer l'adresse courriel] |
| Non | 2 | [remerciez et terminez] |
13. Avez-vous déjà participé à une séance de discussion en groupe? Ces séances réunissent des gens afin de connaître leur opinion sur un sujet donné.
- | | | |
|-------------------------------------|----|-------------------------|
| Oui | 1 | [max. 1/3 par groupe] |
| Non | 2 | [passez à q16] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 99 | [remerciez et terminez] |
14. Il y a combien de temps de cela?
- | | | |
|-------------------------------------|----|-------------------------|
| Si dans les 6 derniers mois | 1 | [remerciez et terminez] |
| Si hors des 6 derniers mois | 2 | |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 99 | [remerciez et terminez] |
15. À combien de séances de discussion en groupe avez-vous assisté au cours des 5 dernières années?
- | | | |
|-------------------------------------|----|-------------------------|
| Si 4 ou moins | 1 | |
| Si 5 ou plus | 2 | [remerciez et terminez] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 99 | [remerciez et terminez] |
16. Au cours des groupes de discussion, on demande aux participants d'exprimer leurs opinions et leurs pensées. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer vos opinions devant d'autres personnes? Diriez-vous que vous êtes...? [lisez la liste]
- | | | |
|-------------------------------------|----|-------------------------|
| Très à l'aise | 1 | [minimum 4 par groupe] |
| Plutôt à l'aise | 2 | |
| À l'aise | 3 | |
| Pas très à l'aise | 4 | [remerciez et terminez] |
| Pas du tout à l'aise | 5 | [remerciez et terminez] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 99 | [remerciez et terminez] |
17. Les participants doivent parfois lire du texte, examiner des images ou taper des réponses au cours de la discussion. Y a-t-il une raison qui vous empêcherait de participer?
- | | | |
|-------------------------------------|---|-------------------------|
| Oui | 1 | [posez q18] |
| Non | 2 | [passez à q20] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 9 | [remerciez et terminez] |

18. Y a-t-il quelque chose que nous pourrions faire pour que vous puissiez participer?

- | | | |
|-------------------------------------|---|-------------------------|
| Oui | 1 | [posez q19] |
| Non | 2 | [remerciez et terminez] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 9 | [remerciez et terminez] |

19. Quoi en particulier? [question ouverte]

[notez la réponse pour une éventuelle entrevue individuelle]

Invitation

20. D'après vos réponses, il semble que vous ayez le profil que nous recherchons. J'aimerais vous inviter à participer à une discussion en petit groupe, appelé groupe de discussion, que nous organisons à [heure], le [date].

La discussion durera un maximum de 90 minutes et vous recevrez un montant de 100 \$ en guise de remerciement pour votre temps. Accepteriez-vous d'y participer?

- | | | |
|-------------------------------------|---|-------------------------|
| Oui | 1 | [recrutez] |
| Non | 2 | [remerciez et terminez] |
| Ne sait pas/Préfère ne pas répondre | 9 | [remerciez et terminez] |

Questions relatives à la confidentialité

J'ai maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1. Tout d'abord, nous fournirons une liste des noms et des profils (réponses au questionnaire de recrutement) des participants à l'animateur, afin qu'il puisse vous inscrire. Acceptez-vous que nous lui transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

- | | | |
|-----|---|----------------|
| Oui | 1 | [passez à p2] |
| Non | 2 | [passez à p1a] |

Nous devons donner votre nom et votre profil à l'animateur du groupe de discussion puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. L'animateur a besoin de ces renseignements à des fins de vérification. Soyez assuré que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. [passez à p1a]

P1A. Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre nom et votre profil à l'animateur du groupe de discussion?

- | | | |
|-----|---|---------------|
| Oui | 1 | [passez à p2] |
|-----|---|---------------|

Non 2 [remerciez et terminez]

P2. Il y aura un enregistrement de la séance; celui-ci servira à des fins de recherche. L'enregistrement sera uniquement utilisé par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche et pourrait être utilisé à des fins de rapports internes par le gouvernement du Canada avec laquelle il fait affaire.

Acceptez-vous qu'un enregistrement de la séance soit effectué uniquement à des fins de recherche et de compte rendu?

Oui 1 [remerciez et passez à p3]
Non 2 [lisez l'information ci-dessous au répondant et passez à p2a]

Nous devons faire un enregistrement de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2A. Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous fassions un enregistrement de la séance?

Oui 1 [remerciez et passez à p3]
Non 2 [remerciez et terminez]

P3. Il s'agit d'une procédure qualitative normalisée que d'inviter les clients, dans ce cas, des employés du gouvernement du Canada, à observer les groupes en ligne. Ils seront là simplement pour entendre vos opinions sans intermédiaire. Cependant, ils pourraient prendre leurs propres notes ainsi que s'entretenir avec l'animateur pour lui faire part, s'il y a lieu, de toutes questions additionnelles à poser au groupe.

Acceptez-vous d'être observé par des employés du gouvernement du Canada?

Oui 1 [remerciez et passez à l'invitation]
Non 2 [remerciez et terminez]

Invitation à un groupe de discussion

Excellent, vous êtes admissible à participer à l'un de nos groupes de discussion. Comme je l'ai mentionné plus tôt, le groupe de discussion aura lieu le [date] à [heure] et durera un maximum de 90 minutes.

Tableau 6 : Calendrier par groupe cible et par région

Numéro de séance	Date	Groupe cible	Région	Heure
1	Lundi 23 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/17 h 30 HNT
2	Lundi 23 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Québec (français)	18 h 00 HNE

3	Lundi 23 janvier 2023	PANDC	Anglais	19 h 00 ET/20 h 00 AT / 20 h 30 NT/18 h 00 CT/17 h 00 MT/16 h 00 PT
4	Mardi 24 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Canada atlantique (anglais)	16 h 00 HNE/17 h 00 HNA/17 h 30 HNT
5	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Québec (français)	17 h 00 HNE
6	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE
7	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/17 h 00 HNR
8	Mardi 24 janvier 2023	Jeunes adultes (de 18 à 34 ans)	BC/Territoires (anglais)	20 h 00 ET/19 h 00 CT/18 h 00 MT/17 h 00 PT
9	Mercredi 25 janvier 2023	PANDC	Français	17 h 00 HNE/18 h 00 HNA/18 h 30 HNT
10	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Ontario (anglais)	18 h 00 HNE
11	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	Prairies (anglais)	19 h 00 HNE/18 h 00 HNC/17 h 00 HNR
12	Mercredi 25 janvier 2023	Adultes (35 ans et plus)	BC/Territoires (anglais)	20 h 00 ET/19 h 00 CT/18 h 00 MT/17 h 00 PT

Pourriez-vous me confirmer votre adresse courriel afin que nous puissions vous envoyer le lien vers le groupe de discussion en ligne?

Nous vous demandons de vous connecter quelques minutes à l'avance afin de vous assurer que vous êtes en mesure de vous connecter et de tester votre son (haut-parleur et microphone). Si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez vous assurer que vous les avez également à portée de main.

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de personnes, votre participation est très importante pour nous. C'est pourquoi si, pour une raison ou une autre, vous ne pouvez pas vous présenter, nous vous demandons de nous téléphoner afin que nous puissions essayer de vous remplacer. Vous pouvez nous joindre à nos bureaux au [insérez numéro de téléphone]. Demandez à parler à [insérez nom]. Quelqu'un communiquera avec vous dans les jours qui précèdent le groupe de discussion pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence ou pour vous informer si des changements surviennent, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées?

Prénom :

Nom :

Courriel :

Numéro de téléphone (jour) :

Numéro de téléphone (soir) :

Si le répondant refuse de donner son prénom ou son nom, son adresse courriel ou son numéro de téléphone, dites-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels en vertu de la loi sur la protection des renseignements personnels et que ceux-ci seront uniquement utilisés pour le contacter afin de confirmer sa participation et pour l'informer de tout changement concernant le groupe de discussion. Si la personne refuse toujours, remercier et terminer.

Annexe C : Guide de discussion

Introduction

Durée de la section : 10 min/durée cumulative : 10 minutes

L'animateur se présente et explique son rôle : le rôle de l'animateur est de poser des questions, de veiller à ce que chacun ait la chance de s'exprimer, de s'assurer de respecter le temps alloué et d'être objectif/de ne pas avoir de parti pris.

- Le nom de l'entreprise pour laquelle l'animateur travaille, et le type d'entreprise qui l'emploie (p. ex., une société indépendante d'étude de marché).
- Rôle des participants : parler ouvertement et franchement de leurs opinions, se rappeler qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses et qu'il n'est pas nécessaire d'être d'accord avec les autres.
- Les résultats sont confidentiels et rapportés de manière combinée, les participants ne sont pas identifiés et la participation est volontaire.
- La durée de la séance est de 1,5 heure.
- La présence d'éventuels observateurs, leur rôle et leur objectif, ainsi que les moyens d'observation (observateurs qui regardent et écoutent à distance).
- La présence et le but de tout enregistrement de la séance.
- Confirmer que les participants sont à l'aise avec la plateforme et certains paramètres précis tels que : comment couper et rétablir le son, où se trouvent le bouton de levée de la main et la fenêtre de clavardage.
- Comme nous vous l'avons mentionné dans votre invitation à la séance de discussion/entrevue, nous effectuons une recherche pour le compte du gouvernement du Canada. Ces groupes sont organisés pour Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), plus précisément, afin d'explorer les questions liées au secteur de l'agriculture et de l'alimentation au Canada.

Animateur : faites un tour de table et demandez aux participants de se présenter.

Présentation des participants : Pour commencer, veuillez indiquer votre prénom, les personnes qui vivent dans votre foyer, c'est-à-dire les gens avec lesquels vous vivez, y compris les enfants (nombre d'enfants et âge de chaque enfant), et votre rôle dans les courses à l'épicerie et/ou la préparation des repas.

1. Perceptions des consommateurs et confiance du public à l'égard du secteur de l'agriculture au Canada

Durée de la section : 10 min/durée cumulative : 20 minutes

Justification 1 : Cette section vise à comprendre les perceptions globales spontanées du secteur de l'agriculture au Canada. Il s'agit d'une section de mise en situation qui permet d'encadrer la conversation.

Justification 2 : Définir la confiance globale du public à l'égard du secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire, y compris les défis perçus quant à la confiance du public, les solutions et la façon dont ils se rapportent aux systèmes et étiquettes d'assurance, s'il y a lieu.

Pour commencer, j'aimerais vous poser quelques questions. Veuillez répondre dans la fenêtre de clavardage. Vous pouvez envoyer vos réponses à tout le groupe [« *Everyone in the meeting* »]. Si vous éprouvez des difficultés en utilisant la fonction de clavardage, vous pouvez répondre verbalement.

- [fenêtre de clavardage] Tout d'abord, quand vous pensez au secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire (les activités visant à produire des aliments par l'entremise de l'agriculture), qu'est-ce qui vous vient spontanément à l'esprit?

La confiance du public à l'égard du secteur de l'agriculture désigne la confiance qu'ont les Canadiens envers la façon dont leurs aliments sont produits, transformés, étiquetés ou emballés.

- [sondage] Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout » et 10, « entièrement », dans quelle mesure faites-vous confiance au secteur canadien de l'agriculture et de l'alimentation? Veuillez préciser votre réponse.
- Faites-vous plus ou moins confiance aux différents acteurs (c.-à-d., les agriculteurs, les entreprises qui transforment les aliments) du secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire? Lesquels et pourquoi?
- S'il y a lieu, qu'auriez-vous besoin de voir ou d'apprendre pour faire confiance au secteur canadien de l'agriculture et de l'agroalimentaire? Pourquoi?
- Comment cela pourrait-il vous être présenté?

2. Durabilité environnementale en agriculture et décisions concernant l'achat d'aliments

Durée de la section : 15 minutes/durée cumulative : 35 minutes

Justification : Comprendre le point de vue général des participants concernant la durabilité environnementale et son utilisation lors de la prise de décisions concernant l'achat d'aliments.

- [fenêtre de clavardage] Maintenant, que signifie pour vous le terme « durable » quand il est question du secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire?
- Que signifie pour vous le terme « durabilité », lorsque nous l'utilisons relativement aux aliments et aux produits que vous achetez et consommez? Pourquoi?

Concentrons-nous sur la durabilité environnementale se rapportant aux aliments produits au Canada.

- [main levée] Croyez-vous qu'au Canada, les aliments sont produits de manière écologiquement durable? Pourquoi ou pourquoi pas?
- [main levée] Combien d'entre vous recherchent des aliments produits de manière écologiquement durable au moment de faire les courses à l'épicerie? Pourquoi ou pourquoi pas?
 - Que recherchez-vous en particulier?
 - Comment savez-vous qu'un aliment ou un produit est écologiquement durable?
 - ☞ Sur quoi vous basez-vous pour savoir qu'il s'agit d'un produit écologiquement durable? Explorez : Sources d'information? Lieux de magasinage? Vous basez-vous sur une certification quelconque?

- ☞ S'agit-il du type d'emballage (p. ex., recyclé, compostable), des renseignements sur l'étiquette, de la certification par un tiers, de sa provenance ou de vos propres recherches sur le produit ou la marque?
- ☞ [si « achat dans un marché fermier » est mentionné ici] Croyez-vous que ce produit est issu de pratiques plus durables que ceux offerts à l'épicerie? Pourquoi?

3. Connaissance des systèmes et étiquettes d'assurance des aliments et confiance à cet égard

Durée de la section : 5 minutes (sans aide); 20 minutes (avec aide)/durée cumulative : 60 minutes

Justification : Comprendre le point de vue des participants, avec et sans aide, concernant les systèmes et étiquettes d'assurance.

J'aimerais que nous discussions de la manière d'indiquer la durabilité environnementale sur les étiquettes des aliments.

- [main levée] Vous souvenez-vous d'avoir vu des étiquettes prétendant qu'un aliment est produit de manière écologiquement durable?
 - Si oui, lesquelles?
 - Où les avez-vous vues?
 - Qu'en pensez-vous? Pourquoi?

Aux fins de notre discussion de ce soir, j'aimerais vous présenter une description d'étiquettes d'assurance afin que nous soyons tous sur la même longueur d'onde.

Une étiquette d'assurance vous indique qu'un produit a été produit (cultivé, fabriqué ou emballé) d'une manière précise. Le produit doit répondre à certaines exigences pour utiliser l'étiquette.

Au Canada, on peut penser, par exemple, au programme Energy Star. Une telle étiquette est apposée sur les produits ayant été fabriqués de manière à afficher une haute efficacité énergétique. [Montrer l'étiquette et un diagramme indiquant qu'elle découle d'un système de certification.]

Réfléchissons maintenant aux étiquettes d'assurance et aux aliments. De telles étiquettes peuvent, par exemple, indiquer qu'un aliment est cultivé ou fabriqué conformément à des exigences ou des normes environnementales précises, ou qu'on certifie que l'aliment est fabriqué d'une manière précise.

- [main levée] En général, pouvez-vous nommer une étiquette d'assurance alimentaire que vous avez vue?
 - Dans quelle mesure faites-vous confiance à une telle étiquette?
 - Croyez-vous les renseignements indiqués sur l'étiquette? Pourquoi dites-vous cela?

[Montrer maintenant des exemples d'étiquettes d'assurance utilisées dans le cas des aliments : programme de la vache bleue, Fairtrade Canada et Marine Stewardship Council, mentionner que toutes ces étiquettes sont encadrées par des systèmes de certification].

Après avoir pris connaissance de cette description et avoir vu ces exemples...

- Dans l'ensemble, croyez-vous que les gens font confiance aux étiquettes d'assurance alimentaire? Pourquoi?
- Comment déterminez-vous si vous pouvez ou non faire confiance à une étiquette d'assurance? Pourquoi?
- Sont-elles utiles? Pourquoi?
- D'après vous, y a-t-il trop ou pas assez d'étiquettes d'assurance alimentaire sur le marché? Pourquoi?
- Quels sont les avantages d'avoir plusieurs étiquettes d'assurance alimentaire? Quels en sont les inconvénients? Pourquoi?
- D'après vous, quels sont les principaux obstacles ou défis associés à l'achat de produits portant des étiquettes d'assurance? Pourquoi?

Réfléchissons encore à la durabilité environnementale et aux étiquettes d'assurance alimentaire.

- Pouvez-vous penser à d'autres étiquettes d'assurance alimentaire indiquant précisément la durabilité environnementale?
- Dans quelle mesure êtes-vous informé(e) au sujet de cette étiquette et des normes qui la sous-tendent?
- Dans l'ensemble, faites-vous confiance aux étiquettes d'assurance alimentaire qui prétendent qu'un produit est écologiquement durable? Pourquoi? [Animateur, déterminer si les participants sont conscients de la notion de « confiance » attachée aux étiquettes d'assurance; en cas de confusion, pivoter vers la notion de « crédibilité ».]
 - S'il y a lieu, qu'auriez-vous besoin de voir ou d'apprendre pour faire confiance à cette étiquette? Pourquoi?
 - Après de quelles sources souhaiteriez-vous obtenir ces renseignements? Pourquoi?
- Quels facteurs sont importants pour vous lorsqu'il s'agit de déterminer si un produit alimentaire est écologiquement durable?
 - Explorer : emballage réduit ou renouvelable, sans plastique, culture ou fabrication locale, consommation réduite d'eau, émission moindre de gaz à effet de serre ou carboneutralité.

4. Rôle des systèmes d'assurance dans les comportements d'achat

Durée de la section : 10 min/durée cumulative : 70 minutes

Justification : Comprendre les comportements d'achat des participants et le rôle joué par les étiquettes d'assurance dans ces décisions.

Revenons à la question de la durabilité environnementale en ce qui concerne les décisions en matière d'achat d'aliments et les étiquettes d'assurance alimentaire.

- Est-ce qu'une étiquette d'assurance alimentaire indiquant qu'un produit est écologiquement durable pourrait influencer vos habitudes de magasinage?
 - Comment pourrait-elle les influencer? Pourquoi?
 - Pourrait-elle influencer votre décision d'acheter un produit alimentaire?

- Y a-t-il des aliments ou des produits alimentaires en particulier qui devraient, selon vous, porter une étiquette d'assurance indiquant qu'ils sont écologiquement durables? Pourquoi?
- Préférez-vous consulter une simple étiquette d'assurance ou plutôt un classement quelconque indiquant la mesure dans laquelle un produit est écologiquement durable? Pourquoi?

5. Système d'étiquetage commun

Durée de la section : 10 min/durée cumulative : 80 minutes

Justification : Comprendre le point de vue des participants concernant une étiquette d'assurance commune, leurs espoirs et leurs souhaits à l'égard d'un tel système, et les entités qui devraient, selon eux, administrer et certifier une telle étiquette et les normes sous-jacentes.

Certains pays utilisent une étiquette et un logo communs pour une vaste gamme de programmes d'étiquettes d'assurance (p. ex., les normes de salubrité alimentaire pour une variété de produits, la durabilité environnementale et le bien-être animal). Ces programmes d'étiquette d'assurance ont été créés par le secteur de l'agriculture pour aider les consommateurs à reconnaître facilement l'étiquette et à connaître les normes qui la sous-tendent.

[Montrer l'exemple du programme Red Tractor, qui regroupe plusieurs étiquettes, et expliquer comment le programme propose un certain nombre d'étiquettes pour différents programmes [Our Logos | Red Tractor](#)]

- À votre avis, dans quelle mesure est-il important que le Canada dispose d'une étiquette d'assurance commune pour une vaste gamme de produits alimentaires? Pourquoi?
- Si un programme d'étiquette d'assurance commune était créé au Canada, que devrait-il comprendre selon vous?
 - Quelles exigences ou certifications pourraient influencer votre décision d'acheter un produit alimentaire?
- Si un programme d'étiquette d'assurance commune était mis au point, croyez-vous qu'il influencerait d'une façon quelconque vos habitudes de magasinage? Pourquoi?
 - Si oui, comment?
 - Seriez-vous plus ou moins susceptible d'acheter des aliments portant une étiquette d'assurance commune? Pourquoi?
- Et si les aliments portant une étiquette commune étaient plus chers (pour couvrir le coût de production des aliments selon ces normes)? Le coût aurait-il une incidence sur votre décision d'acheter les aliments?
- S'il existait un programme d'étiquette d'assurance commune, qui devrait l'administrer selon vous? Pourquoi?
- S'il y a lieu, quel rôle pourrait jouer le gouvernement? Pourquoi?

[si le temps le permet]

Revenons maintenant à la durabilité environnementale.

- Comment la durabilité environnementale serait-elle intégrée à un système d'étiquette d'assurance commune?
- Pensez-vous que vous seriez plus susceptible d'acheter des aliments produits de manière écologiquement durable s'il existait une étiquette d'assurance commune? Pourquoi?

6. Préférences en matière de communication [si le temps le permet]

Justification : Comprendre les besoins des participants en matière de renseignements et déterminer les ressources qu'ils consulteraient pour obtenir des renseignements sur un tel système.

- Qu'est-ce que vous aimeriez le plus savoir ou apprendre au sujet d'une étiquette d'assurance commune? Pourquoi?
- Quelles ressources consulteriez-vous pour obtenir ces renseignements?

Conclusion

Durée de la section : 10 min/durée cumulative : 90 min

[Animateur : recueillez les questions supplémentaires soumises en privé par la fenêtre de clavardage, et explorez tout autre point d'intérêt.]

Voilà qui met fin à notre discussion de ce soir.

- Y a-t-il d'autres commentaires ou réflexions que vous souhaiteriez formuler?

Nous vous sommes vraiment reconnaissants d'avoir pris le temps de nous faire part de votre point de vue. Votre contribution est très importante.

Annexe D : Évaluation des concepts – matériel à évaluer

Étiquettes d'assurance – Exemple 1 :



Texte de remplacement :

Il y a deux images. La première est le symbole stylisé Energy Star, qui contient une étoile et au-dessous duquel se trouve le texte suivant : « Le programme est gratuit, à participation volontaire et issu d'un partenariat avec le gouvernement. »

La deuxième image est un exemple d'étiquette utilisée par une entreprise de fenêtres pour indiquer que ses produits sont certifiés Energy Star. L'étiquette comprend un petit symbole Energy Star et le texte « Canada energystar.gc.ca », ainsi que des indicateurs de performance énergétique comme le facteur U, le coefficient d'apport par rayonnement solaire, le coefficient de transmission de la lumière visible, et le taux de fuite d'air, qui certifient que le produit répond aux critères d'admissibilité au programme Energy Star.

Étiquettes d'assurance – Exemple 2 :



Texte de remplacement :

Il y a trois étiquettes d'assurance alimentaire. La première représente le logo des Producteurs laitiers du Canada, composé d'une image de vache sur laquelle il y a une feuille d'érable. La vache se tient debout sur le sol, et sous elle se trouve l'inscription « Les producteurs laitiers du Canada ». La deuxième étiquette est celle de Fairtrade Canada. Elle est composée d'un cercle contenant une figure stylisée d'une personne au bras droit levé, entre la terre représentée par du vert et le ciel représenté par du bleu. Sous l'image se trouve le texte « Fairtrade Canada » et le symbole de marque déposée. La troisième étiquette représente la certification de pêche durable du Marine Stewardship Council (MSC). Elle comporte une image de poisson à l'intérieur d'un cercle, ainsi que la mention de pêche durable du MSC, l'adresse de site Web www.msc.org/fr, et le symbole de marque de commerce.

Étiquettes d'assurance – Exemple 3 :



Texte de remplacement :

Il y a sept étiquettes du programme « Red Tractor », chacune représentant une certification différente. Les étiquettes sont de couleurs différentes en fonction de la norme qu'elles représentent. Les sept étiquettes comportent une image de crochet surmontée d'une image de tracteur. Dans la roue arrière du tracteur, il y a une forme de cœur à la place du moyeu. Les étiquettes affichent aussi une représentation partielle du drapeau du Royaume-Uni, sous laquelle se trouve du texte décrivant la norme associée à l'étiquette. Au-dessus de l'image du tracteur se trouvent les mots « Red Tractor ». Dans l'image principale, l'étiquette indique en anglais « Certified Standards », qui signifie « normes de certification » en français. Les autres étiquettes affichent les mentions : « certified milk », « certified beef », « certified lamb », « enhanced welfare » et « free range », qui signifient respectivement en français « lait certifié », « bœuf certifié », « agneau certifié », « pratiques améliorées pour assurer le bien-être des animaux », et « élevage en liberté ».