



Canadian Food
Inspection Agency

Agence canadienne
d'inspection des aliments

Recherche sur l'opinion publique pour le secteur alimentaire 2023 à 2024

Agence canadienne d'inspection des aliments

Rapport final

Mars 2024

Préparé pour :

Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 15 décembre 2023

Date de livraison : mars 2024

Valeur du contrat (TVH incluse) : 261 052,60 \$

Numéro de contrat : CW2341947

Numéro de la recherche sur l'opinion publique : POR- 103-23

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Information@inspection.gc.ca

This report is also available in English.

Recherche sur l'opinion publique pour le secteur alimentaire 2023 à 2024

Rapport final

Préparé pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Mars 2024

Le présent rapport contient les résultats d'une étude en deux volets (quantitatif et qualitatif) menée par le groupe-conseil Quorus Inc. au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments en février et mars 2024. La recherche consistait en huit groupes de discussion en ligne avec des représentants du secteur alimentaire, dix groupes de discussion en ligne avec des consommateurs canadiens de 18 ans et plus, 850 sondages téléphoniques avec des personnes responsables de la sécurité alimentaire et du contrôle de la qualité pour leur entreprise, et 1 500 sondages en ligne avec des consommateurs canadiens de 18 ans et plus.

This publication is also available in English, under the title: CFIA Public Opinion Research for the Food Business Line 2023 to 2024

Le présent document peut être reproduit pour des fins non commerciales uniquement. Une permission écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments à Information@inspection.gc.ca ou à l'adresse suivante :

Agence canadienne d'inspection des aliments
1400, chemin Merivale
Ottawa (Ontario)
K1A 0Y9

Numéro de catalogue :

A104-631/1-2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-70117-2

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR- 103-23) :

Numéro de catalogue : A104-631/1-2024E-PDF (rapport final en anglais)

ISBN : 978-0-660-70116-5

© Sa Majesté le roi du chef du Canada, représenté par le Ministre de la Santé, 2024




Attestation de neutralité politique

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

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :

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

Le 20 mars 2024
Rick Nadeau, président
Le groupe-conseil Quorus Inc.

Table des matières

Sommaire	6
But et objectifs de la recherche	7
Méthodologie	9
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les consommateurs	9
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires.....	14
Résultats de la recherche quantitative – Sondage en ligne auprès des ménages canadiens	21
Résultats de la recherche quantitative – Sondage téléphonique auprès des représentants d’entreprises alimentaires canadiennes	26
Résultats détaillés.....	31
But et objectifs de la recherche	32
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les consommateurs	35
Opinions générales et expériences relatives à la fraude alimentaire.....	35
Réactions aux messages de l’ACIA concernant la fraude alimentaire	45
Opinions générales et expériences avec les dates « meilleur avant »	48
Sources d’information sur les aliments	50
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires.....	52
Attitudes générales et connaissance de la réglementation des aliments et de la conformité.....	52
Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC).....	53
Rôle de l’ACIA dans les règlements sur la salubrité des aliments	56
Outils de l’ACIA.....	60
Efficacité des communications relatives au RSAC	63
Résultats de la recherche quantitative – Sondage sur la salubrité des aliments auprès des consommateurs	65
Connaissance de l’ACIA.....	65
Contacts avec l’ACIA	68
Comprendre l’ACIA	72
Rôle de l’ACIA dans la sensibilisation à la salubrité des aliments	76
Confiance envers les procédures de l’ACIA en matière de salubrité des aliments	81
Fraude alimentaire	91

Analyse supplémentaire.....	103
Résultats de la recherche quantitative – Sondage auprès des entreprises alimentaires.....	105
Connaissance des règlements en matière de salubrité des aliments.....	105
Transparence.....	115
Dates « meilleur avant »	117
Fraude alimentaire	119
Recherche d’information et compréhension de celle-ci.....	125
Demandez à l’ACIA.....	136
Méthodologie	139
Recherche qualitative	139
Recherche quantitative.....	142
Profil des répondants – Sondage auprès des consommateurs	152
Profil des répondants – Sondage auprès des représentants d’entreprises.....	158
Annexes	164
Annexe A : Questionnaire de recrutement pour les groupes de discussion avec les consommateurs	165
Annexe B : Questionnaire de recrutement pour les groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires.....	174
Annexe C : Guide de l’animateur pour les groupes de discussion avec les consommateurs	183
Annexe D : Guide de l’animateur pour les groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires.....	194
Annexe E : Questionnaire pour les sondages en ligne auprès des Canadiens	202
Annexe F : Questionnaire pour les sondages téléphoniques auprès des représentants d’entreprise alimentaire	221

Sommaire

But et objectifs de la recherche

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a pour mandat de vérifier que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires et bien représentés. Pour ce faire, l'ACIA veille à l'application des lois canadiennes sur les aliments, dont la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (LSAC) et son règlement (RSAC), lesquels ont introduit de nouvelles exigences pour les entreprises alimentaires le 15 janvier 2019.

L'ACIA élabore et offre des programmes et des services qui visent à protéger les Canadiens des dangers en matière de salubrité des aliments qui peuvent être évités, à faire en sorte que les urgences en matière de sécurité alimentaire soient bien gérées et les aliments, bien représentés, et à s'assurer que le public est au fait de la sécurité alimentaire et qu'il y contribue. Le RSAC prévoit des règles claires et cohérentes pour les produits alimentaires afin que les consommateurs puissent avoir confiance que les aliments vendus en épicerie sont propres à la consommation, qu'ils soient produits au Canada ou à l'étranger. Le règlement facilite également le retrait rapide des aliments insalubres des étagères en exigeant des entreprises qui importent ou qui préparent des aliments pour l'exportation ou le commerce interprovincial de retracer leurs produits en amont jusqu'à leurs fournisseurs et en aval jusqu'à leurs acheteurs.

La loi canadienne interdit d'étiqueter, d'emballer, de traiter, de préparer ou de vendre un aliment – ou d'en faire la publicité – de manière fausse, trompeuse, mensongère ou susceptible de créer une fausse impression pour le consommateur. La fraude alimentaire peut induire en erreur, en plus de mettre en péril la sécurité alimentaire (par exemple, lorsque les produits contiennent des allergènes non déclarés). L'ACIA s'efforce d'éveiller les consciences et de protéger les consommateurs de la fausse représentation en menant des inspections, en analysant des échantillons d'aliments et en prenant des mesures d'application.

La présente recherche a pour but d'acquérir une meilleure compréhension des connaissances, des motivations, des perceptions et des attitudes de l'**industrie** concernant :

- Les divers rôles et responsabilités à l'intérieur du système d'assurance de la salubrité des aliments, entre autres pour mesurer le niveau de sensibilisation envers leurs propres responsabilités à l'intérieur du système;
- La réglementation fédérale en matière d'aliments qui s'applique aux ventes en ligne et aux importations;
- Les besoins en ressources et les obstacles à la conformité aux exigences réglementaires, pour déterminer les causes fondamentales de la non-conformité et favoriser l'élaboration et la mise en œuvre d'activités de promotion de la conformité, de communications et de services de soutien;

- Les services actuels et les attentes envers les services et programmes futurs, comme Mon ACIA;
- Les messages ciblés, les outils de promotion de la conformité et les produits de communication;
- L'efficacité des communications relatives au RSAC et des communications connexes provenant de divers services, comme Mon ACIA et Demandez à l'ACIA – et la satisfaction à l'égard de celles-ci;
- Les exigences pour les entreprises qui varient selon les caractéristiques démographiques des propriétaires ou des clients;
- La satisfaction envers les conseils obtenus de Demandez à l'ACIA et l'évaluation de l'expérience globale avec le service;
- L'opinion de l'industrie quant à l'utilisation des systèmes de vérification de tiers.

La recherche permettra également de mieux comprendre ce qui suit de la part des **consommateurs** :

- La connaissance et la compréhension des concepts de salubrité des aliments et de fraude alimentaire, et les mesures prises par l'ACIA pour traiter ces enjeux;
- La connaissance de l'outil de signalement en ligne des problèmes liés à l'alimentation de l'ACIA;
- La confiance envers l'ACIA pour prendre les mesures qui s'imposent pour protéger les consommateurs de la fraude alimentaire;
- Les habitudes et les préoccupations en matière de salubrité des aliments;
- Les habitudes et les préoccupations relatives aux dates « meilleur avant »;
- La confiance que le poisson est bien étiqueté et propre à la consommation;
- Les sources d'information sur la salubrité des aliments et la fraude alimentaire;
- Les perceptions et les préoccupations relatives à la fraude alimentaire;
- La connaissance et l'efficacité des communications de l'ACIA en matière de fraude alimentaire;
- La connaissance et la compréhension de la transparence de l'ACIA en ce qui concerne l'application de la loi sur la fraude alimentaire.

Méthodologie

La recherche comportait quatre phases :

- Phase 1 : Groupes de discussion en ligne avec des Canadiens d'âge adulte (18 ans et plus)
- Phase 2 : Groupes de discussion en ligne avec des représentants d'entreprises alimentaires canadiennes
- Phase 3 : Sondage téléphonique auprès de représentants d'entreprises alimentaires canadiennes
- Phase 4 : Sondage en ligne auprès de ménages canadiens

Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les consommateurs

Ce volet de la recherche consistait en dix groupes de discussion en ligne avec des Canadiens de 18 ans et plus (consommateurs). Les séances dirigées par Quorus ont eu lieu du 1^{er} au 10 février 2024.

Opinions générales et expériences relatives à la fraude alimentaire

Définition de la fraude alimentaire

Pour démarrer la discussion, nous avons présenté aux participants la phrase suivante: « La fraude alimentaire survient lorsqu'un aliment est faussement représenté », et leur avons demandé de fournir des exemples de ce qui pourrait constituer de la fraude alimentaire selon eux.

Plusieurs ont mentionné les renseignements erronés quant au poids d'un produit ou des étiquettes trompeuses, comme celles portant la mention « naturel » ou « santé », mais dont les produits contiennent des ingrédients artificiels, les produits de la pêche d'élevage dont l'emballage ne mentionne pas l'origine, ou la viande attendrie mécaniquement, sans que cela soit mentionné sur l'emballage. Quelques participants ont mentionné les produits faussement identifiés comme étant « biologiques » ou « élevés en liberté », ou le poisson incorrectement étiqueté.

Sources d'information sur la fraude alimentaire

Certains participants se sont rappelés avoir vu des cas de fraude alimentaire signalés sur les plateformes des réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter ou Reddit, dans les nouvelles ou les reportages, ou en avaient entendu parler par des proches.

En général, les participants n'avaient pas activement tenté de se renseigner sur la fraude alimentaire, mais étaient plutôt tombés sur des articles ou des publications sur le sujet.

Niveau de préoccupation à l'égard de la fraude alimentaire

La plupart des participants ne sont pas préoccupés outre mesure par la fraude alimentaire lorsqu'ils font leur épicerie. Ceux que cela inquiète particulièrement sont surtout des personnes avec des allergies ou des restrictions alimentaires, et celles qui se soucient de leur santé. Ces participants ont tendance à porter une attention particulière aux listes d'ingrédients et aux étiquettes nutritionnelles pour s'assurer que les produits qu'ils achètent répondent à leurs besoins alimentaires.

Les participants avaient l'impression que les produits d'origine animale étaient les plus sujets à la fraude, surtout ceux portant les mentions « biologique », « naturel », « élevé en liberté », « nourri à l'herbe », « triple A », ou « halal » sur les étiquettes. Certains étaient également préoccupés par le mot « biologique » sur les fruits, les légumes et les aliments emballés.

Quelques-uns croyaient que les aliments transformés ou emballés pouvaient être sujets à la fraude alimentaire, étant donné qu'il est plus facile pour les entreprises d'ajouter des ingrédients bon marché pour réduire leurs coûts, et ce, à l'insu des consommateurs.

Interrogés sur le poisson vendu au Canada, la plupart des participants ont indiqué qu'ils croyaient que ces produits étaient, en majeure partie, correctement étiquetés et qu'ils n'avaient aucune raison d'en douter.

Certains avaient l'impression que la fraude était plus susceptible de toucher le poisson emballé, comme le thon en conserve ou les bâtonnets de poisson, puisque ces produits contiennent généralement un mélange d'ingrédients moins dispendieux que le type de poisson indiqué sur l'emballage, et que les consommateurs seraient moins susceptibles de remarquer les anomalies.

La majorité des participants s'entendaient pour dire que le poisson vendu au Canada est propre à la consommation. Ceux-ci étaient davantage préoccupés par la fraîcheur des produits que par la fraude alimentaire.

Expériences personnelles avec la fraude alimentaire

Dans l'ensemble, les participants étaient peu nombreux à avoir été victimes de fraude alimentaire. Cela étant dit, certains ont avoué qu'ils étaient peut-être tombés sur un produit frauduleux, ou l'avaient consommé, sans se douter de quoi que ce soit.

Ceux qui avaient soupçonné un cas de fraude alimentaire ont affirmé qu'ils n'avaient jamais racheté le produit en question, qu'ils ne l'avaient pas consommé par crainte des allergènes qu'il aurait pu contenir, qu'ils ont retourné le produit au magasin, ou qu'ils ont fait parvenir un courriel au commerçant. Personne n'avait signalé l'incident à une agence gouvernementale comme l'ACIA.

S'ils devaient être victimes de fraude alimentaire à l'avenir, de nombreux participants ont indiqué qu'ils retourneraient sans doute le produit au magasin pour obtenir un remboursement, surtout s'il s'agissait d'un produit dispendieux. D'autres tenteraient de contacter directement le fournisseur ou le fabricant.

Si la fraude posait un risque pour la santé, comme une intoxication alimentaire ou une réaction allergique due à un ingrédient non mentionné, les participants seraient beaucoup plus enclins à réagir. Dans ces cas, quelques-uns ont indiqué qu'ils tenteraient de découvrir le nom du ministère gouvernemental chargé de traiter les plaintes.

Opinions sur la gestion de la fraude alimentaire au Canada

La plupart des participants étaient d'avis que la fraude alimentaire est bien gérée au Canada et que les aliments vendus ici sont propres à la consommation. Ce sentiment est attribuable au fait que dans la majorité des groupes, aucun participant, sinon un nombre restreint d'entre eux, n'avait été victime de fraude alimentaire, ou connaissait quelqu'un qui l'avait été. Quelques-uns ont également mentionné que lorsqu'un problème de salubrité des aliments survient, comme des rappels d'aliments, des mesures sont prises rapidement pour en informer la population et retirer ces produits des étagères, ce qui a pour effet de les rassurer.

La plupart des participants ont supposé qu'une agence gouvernementale était responsable de gérer la sécurité alimentaire, mais seulement quelques-uns ont mentionné l'ACIA. Ils s'entendaient généralement pour dire qu'il faudrait mieux informer la population sur la fraude alimentaire, les moyens utilisés par le gouvernement pour gérer le problème et ce qu'il convient de faire en cas de fraude. Certains ignoraient vers qui se tourner pour signaler un problème lié à la sécurité des aliments ou une fraude alimentaire.

Connaissance du rôle de l'ACIA pour prévenir la fraude alimentaire

Les participants ont été informés que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) est responsable de réglementer les produits alimentaires au Canada et de s'assurer que les entreprises respectent les règles fédérales sur la salubrité des aliments. Bien que plusieurs d'entre eux aient déjà entendu parler de l'ACIA, ils étaient peu nombreux à avoir songé à contacter l'Agence en cas de fraude alimentaire ou d'un problème lié à la salubrité des aliments. Ils auraient plutôt eu le réflexe de communiquer avec le commerçant ou le fabricant.

Bon nombre de participants hésiteraient à contacter l'ACIA pour signaler une fraude alimentaire, en raison des longs délais avant d'obtenir une réponse, ou parce que cela n'en vaudrait pas la peine, en particulier pour un problème d'étiquetage comparativement à une préoccupation en matière de salubrité des aliments. Toutefois, si la fraude posait un risque pour la santé, les participants seraient plus enclins à contacter l'ACIA.

Cela étant dit, certains étaient heureux d'apprendre qu'ils pouvaient contacter l'ACIA pour signaler les cas de fraude alimentaire. Ils feraient entièrement confiance à un ministère ou à une agence gouvernementale pour en faire davantage que le commerçant qui a vendu le produit ou le fabricant pour régler le problème.

Lorsque nous leur avons présenté une capture d'écran de l'outil de signalement des préoccupations liées aux aliments de l'ACIA disponible en ligne, les participants étaient peu nombreux à l'avoir vu ou à en avoir entendu parler.

Opinions sur les rappels d'aliments

Les participants avaient des préoccupations variées concernant les rappels d'aliments. Certains étaient sur un pied d'alerte alors que d'autres n'y portaient que peu d'attention.

Les participants entendent généralement parler des rappels d'aliments dans les reportages, les médias sociaux, les affiches ou les panneaux d'information dans les épiceries, ou par des proches. Quelques-uns seulement reçoivent des alertes par courriel.

Un nombre restreint de participants avaient entendu parler des courriels d'alerte avant la discussion. Questionnés sur ce type de notification, ceux-ci ont manifesté un grand intérêt à s'abonner pour recevoir des avis de rappel par courriel de la part d'une agence comme l'ACIA.

Réactions aux messages de l'ACIA concernant la fraude alimentaire

Réactions envers un concept de publication destinée aux médias sociaux

Dans le but de recueillir des commentaires sur les messages de l'ACIA concernant la fraude alimentaire, une publication destinée aux médias sociaux a été testée avec les participants. Ceux-ci ont été informés que pour des raisons de nature juridique, le nom de l'entreprise concernée ne pouvait être mentionné dans la publication.

Certains étaient d'avis qu'il s'agit d'une bonne publication qui contribue à sensibiliser les Canadiens à la fraude alimentaire et leur rappelle que l'ACIA mène des enquêtes et tient les entreprises responsables. D'autres ont indiqué qu'ils passeraient probablement outre cette publication s'ils la voyaient dans les réseaux sociaux puisqu'elle ne les concerne pas vraiment ou qu'ils jugent que cette fausse représentation n'est pas si grave.

Plusieurs s'inquiétaient qu'on ne puisse nommer l'entreprise pour des raisons juridiques. Ils croyaient qu'on empêchait ainsi les Canadiens de faire des choix éclairés. Certains s'accordaient pour dire qu'en nommant l'entreprise, celle-ci et fort probablement bien d'autres seraient tenues responsables de respecter la réglementation.

Réactions aux messages de l'ACIA

Les participants étaient également invités à commenter les énoncés ci-dessous que l'ACIA pourrait utiliser dans ses communications aux Canadiens :

- Chaque jour, les inspecteurs de l'ACIA veillent à ce que l'industrie respecte les exigences canadiennes.
- Les inspections ciblent les secteurs où les risques sont les plus élevés, notamment ceux les plus susceptibles d'enfreindre les normes et les règlements canadiens.
- Ce travail s'effectue tout au long de la chaîne d'approvisionnement et met en cause de nombreux intervenants dans plusieurs juridictions.
- Lorsque des cas de non-conformité sont détectés, l'ACIA prend les mesures nécessaires pour protéger la population.
- Les consommateurs peuvent être assurés que les aliments qu'ils achètent sont bien représentés et sécuritaires.

Dans l'ensemble, plusieurs trouvaient ces énoncés rassurants puisqu'ils calmaient leurs inquiétudes. Certains aimeraient voir plus d'information sur le fonctionnement du processus d'inspection et sur la réglementation en général.

Quelques participants ont trouvé que les énoncés étaient flous et qu'ils devraient contenir des statistiques ou des faits qui rendraient le message plus crédible ou plus rassurant.

Opinions générales et expériences avec les dates « meilleur avant »

Un des principaux objectifs de la recherche consistait à mieux comprendre les opinions des Canadiens quant aux dates « meilleur avant » et de l'utilisation qu'ils en font.

Plusieurs étaient convaincus de pouvoir faire la distinction entre la date limite d'utilisation et la date « meilleur avant » qui figurent sur les emballages d'aliments. Quelques-uns l'étaient moins et ont avoué qu'ils jetaient les produits après la date « meilleur avant ».

Afin que tous les participants comprennent bien, nous leur avons fourni ces définitions :

La **date limite d'utilisation** est la dernière date à laquelle un aliment peut être consommé.

La **date « meilleur avant »** concerne la fraîcheur, la qualité et le temps durant lequel un produit alimentaire non ouvert peut se conserver, et non la sécurité de celui-ci.

Après avoir pris connaissance de ces définitions, certains ont avoué qu'ils n'avaient pas fait la distinction entre ces dates.

À l'épicerie, la plupart des participants portent attention aux dates « meilleur avant », surtout pour la viande et les produits laitiers (en particulier le lait). Ceux-ci veulent acheter des produits qui resteront frais plus longtemps une fois à la maison et sont moins préoccupés par la sécurité de ces produits. Quelques-uns achètent des aliments à prix réduit qui approchent de la date « meilleur avant » dans l'intention de les consommer sur-le-champ ou de les congeler.

La plupart des participants sont plus indulgents lorsqu'il s'agit des dates « meilleur avant » des produits alimentaires qu'ils ont à la maison, en particulier ceux dans le garde-manger. Ils demeurent toutefois prudents avec certains produits, comme la viande, le poisson et le lait. Ces participants ont expliqué qu'ils surveillaient les signes de détérioration pour en évaluer la fraîcheur et déterminer s'ils peuvent consommer ou non le produit.

Interrogés sur l'éventuelle abolition de date « meilleur avant » des aliments, la plupart des participants ont exprimé leur désaccord. Ceux-ci s'entendaient pour dire que même si on ne devrait pas utiliser la date « meilleur avant » comme une date définitive, cette information demeurerait utile, surtout pour les produits comme la viande, le poisson et les produits laitiers. Plusieurs ont admis qu'ils seraient moins inquiets de voir disparaître la date « meilleur avant » des produits comme les épices ou les aliments non périssables.

Certains s'inquiétaient qu'en l'absence d'une date « meilleur avant », des produits demeurent trop longtemps sur les étagères des épiceries et qu'il soit difficile de savoir si un produit s'est détérioré avant son achat.

Bien que plusieurs croyaient que l'abolition des dates « meilleur avant » réduirait sans doute le gaspillage alimentaire, ceux-ci ont suggéré qu'il faudrait plutôt mieux informer les consommateurs sur la différence entre la date limite d'utilisation et la date « meilleur avant » afin de les inciter à inspecter les aliments dont la date « meilleur avant » est échue plutôt que de les jeter.

Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants d'entreprises alimentaires

Ce volet de la recherche consistait en huit groupes de discussion en ligne avec des représentants d'entreprises alimentaires. Les séances dirigées par Quorus ont eu lieu du 14 au 21 février 2024.

Attitudes générales et connaissance de la réglementation des aliments et de la conformité

Perceptions de l'approche du Canada en matière de réglementation des aliments

Les participants étaient généralement d'avis que la réglementation des aliments au Canada est stricte, mais juste, et offre une bonne protection aux consommateurs. Du point de vue des entreprises, certains participants estimaient qu'elle était exigeante, particulièrement en termes

de documentation et d'étiquetage. Plusieurs étaient d'avis que les règlements étaient difficiles à comprendre et à appliquer, en particulier pour les nouvelles entreprises.

Alors que certains estimaient qu'il était facile de communiquer avec l'ACIA, d'autres ont affirmé qu'ils avaient parfois de la difficulté à obtenir des réponses en matière de réglementation. Même quand ils les obtenaient, certains avaient l'impression que l'ACIA n'était pas « dans leur équipe » ou que ses conseils n'étaient pas assez précis pour les aider à résoudre un problème.

Réglementation fondée sur les résultats

Bien que peu familiarisés avec le concept de « réglementation fondée sur les résultats », bon nombre de participants ont pu deviner plus ou moins précisément de quoi il s'agissait.

Dans l'ensemble, plusieurs avaient l'impression que pour les entreprises, cela pouvait parfois compliquer les choses en introduisant un procédé par essai et erreur, que ce soit pour démarrer une entreprise, se plier aux nouveaux règlements ou résoudre les problèmes de non-conformité. Cette opinion était principalement celle des petites entreprises qui n'ont pas le personnel qu'il faut pour s'occuper des aspects réglementaires. Plusieurs propriétaires de petites entreprises ont affirmé que leur tâche aurait d'autant plus été facilitée s'ils avaient reçu plus de conseils pratiques de la part de l'ACIA (comme des directives ou des listes de vérification).

Par ailleurs, certains trouvaient logique de faire porter aux entreprises la responsabilité de mieux comprendre leurs processus et ce qu'elles doivent faire pour respecter les règlements, surtout celles qui sont dans l'industrie depuis longtemps. Plusieurs croyaient que c'était un signe de respect pour l'industrie et de reconnaissance envers les professionnels qui savent très bien (ou mieux que quiconque) comment obtenir des résultats, et que l'organisme de réglementation est ouvert au dialogue, à l'apprentissage et à la collaboration.

Certains participants s'entendaient pour dire que si les produits alimentaires sont sécuritaires, c'est qu'ils respectent les exigences réglementaires. D'autres ont fait valoir que le respect des exigences allait au-delà de la salubrité des aliments (comme l'étiquetage ou la traçabilité).

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)

Connaissance du RSAC

Plusieurs ignoraient que le règlement de l'ACIA portait le nom de *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC). La connaissance de ce règlement était beaucoup plus élevée chez les participants dont le rôle premier est de veiller à la salubrité des aliments ou au contrôle de la qualité, et plus faible chez les entreprises dont la principale activité est la vente au détail. Parmi ceux qui connaissent bien le RSAC, la plupart ont reconnu qu'il s'agit d'un règlement fondé sur les résultats, même si certains croyaient qu'il ne devrait pas l'être.

Questionnés sur les principales exigences en matière de salubrité énoncées dans le RSAC, quelques participants seulement ont été en mesure d'en nommer, notamment la traçabilité, la lutte antiparasitaire, l'entretien des établissements et des équipements, les autres contrôles préventifs, la délivrance de permis, la planification des risques, l'étiquetage et l'emballage. En voyant la liste, plusieurs ont indiqué qu'ils connaissaient ces éléments, mais ont surtout fait référence à leurs propres normes et procédures plutôt qu'à des termes plus génériques ou aux règlements auxquels ils sont assujettis.

La plupart des participants trouvaient relativement simple de se conformer aux règlements sur les aliments au Canada. Certains ont affirmé qu'ils dépassaient les normes de l'ACIA; selon eux, ce sont des exigences minimales et ils souhaitent faire mieux.

Pour ce qui est défis en matière de conformité, des points précis ont été soulevés concernant les interactions avec l'ACIA. Plus précisément, les participants ont mentionné la difficulté à travailler ou à communiquer avec l'Agence, par exemple l'incapacité à obtenir des réponses aussi rapidement qu'ils l'auraient souhaité, les opinions ou les conseils contradictoires qu'ils ont reçus de l'ACIA selon la personne avec qui ils se sont entretenus, le sentiment de vulnérabilité ou d'incertitude pour l'entreprise qui souhaite se conformer ou savoir si elle est sur la bonne voie, et l'ambiguïté au chapitre des attentes en général.

D'autres défis de conformité ont été mentionnés, comme le fait de ne pas savoir si les fournisseurs respectent toujours les règlements à la lettre, tenter de comprendre et respecter les règlements relatifs au commerce interprovincial, l'étiquetage, les dates limite d'utilisation et la paperasse excessive.

Les participants étaient également invités à expliquer comment ils parvenaient à respecter les règlements sur les aliments. Plusieurs ont fait valoir que les produits canadiens étaient soumis à des normes élevées et qu'ils se classaient parmi les meilleurs au monde, ce qui leur ouvrait de nombreux marchés à l'international. La traçabilité et une tenue détaillée des registres de leur part et de celle de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement leur permettent également de respecter les règlements. Certains ont également attribué une partie de leur succès aux bonnes relations qu'ils entretiennent avec l'ACIA en général et avec ses inspecteurs.

Rôle de l'ACIA dans les règlements sur la salubrité des aliments

Essentiellement, l'ACIA est généralement considérée comme l'organisme de réglementation pour l'industrie alimentaire canadienne et l'entité qui veille à la salubrité des aliments que les Canadiens consomment. Certains participants ont aussi mentionné qu'un de ses rôles consiste à s'assurer que les mêmes normes sont respectées partout au pays et dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

Pour ce qui est de l'aide fournie aux entreprises pour respecter les règlements canadiens sur les aliments, ceux qui avaient pu compter sur le soutien de l'ACIA dans le passé la considéraient comme un partenaire. Ces participants ont souvent parlé de l'aspect éducatif – l'ACIA les avait aidés à trouver de l'information ou leur avait directement fait parvenir les renseignements dont ils avaient besoin en matière de réglementation, en particulier au moment de démarrer leur entreprise.

Dates « meilleur avant »

Les opinions à l'égard des dates « meilleur avant » sont généralement qu'elles jouent un rôle important dans la sécurité alimentaire où elles sont requises, surtout du point de vue du consommateur.

Les participants qui considèrent que ces dates sont importantes du point de vue de l'entreprise ont parlé du contrôle des stocks. Les dates « meilleur avant » sont également perçues comme un moyen pour les entreprises de se protéger contre les plaintes des consommateurs. Pour certains, elles constituent la garantie offerte aux clients que le produit conservera sa fraîcheur ou demeura propre à la consommation jusqu'à la date indiquée, agissant ainsi comme un sceau de qualité (plutôt que simplement une mesure de salubrité alimentaire).

Les participants avaient généralement l'impression que les dates « meilleur avant » étaient importantes, à la fois pour les consommateurs et les entreprises, et que leur abolition créerait, au mieux, de la confusion et au pire, un danger pour la sécurité des consommateurs. Encore une fois, certains ont fait valoir que les dates « meilleur avant » étaient importantes pour des raisons de responsabilité, et que sans elles, les entreprises pourraient facilement se retrouver en difficulté (ou tenus d'effectuer des remboursements) dans les cas où les consommateurs tomberaient malades après avoir consommé des aliments avariés. Les participants avaient l'impression que l'abolition des dates « meilleur avant » n'était pas une bonne chose pour les entreprises.

Fraude alimentaire

Pour des fins de mise en contexte, la définition qui suit de la fraude alimentaire a été présentée aux participants :

La fraude alimentaire survient lorsque des aliments sont faussement représentés. Elle peut poser un risque pour la santé si, par exemple, des allergènes non identifiés ou des matières dangereuses sont ajoutés aux produits alimentaires. Elle peut également avoir un impact économique sur le consommateur qui achète un produit de qualité inférieure.

Il existe quatre types de fraudes alimentaires :

- La substitution
- L'ajout d'adultérant ou la dilution
- L'étiquetage trompeur
- Les affirmations mensongères ou trompeuses

Les participants étaient très peu nombreux à avoir été victimes de fraude alimentaire, et encore moins à avoir reçu des plaintes de la part de consommateurs. S'ils étaient accusés ou trouvés coupables de fraude alimentaire, les participants s'entendaient généralement pour dire qu'ils iraient au fond des choses pour corriger la situation le plus rapidement possible en passant en revue leurs propres processus et procédures, avant de remonter la chaîne d'approvisionnement et poser des questions afin de découvrir la cause.

Les contrôles préventifs conçus pour empêcher la fraude alimentaire et que la plupart des participants ont mis en place incluent ce qu'ils appellent leurs procédures standards de contrôle de la qualité, comme le pesage des produits, l'inspection visuelle ou autre, et un examen minutieux des étiquettes de tout ce qui entre dans la fabrication de leurs produits. Certains procèdent également à des tests aléatoires sur les produits qu'ils reçoivent de leurs fournisseurs.

Par contre, de nombreux participants avaient de la difficulté à nommer précisément les contrôles qu'ils ont mis en place pour éviter les répercussions de la fraude alimentaire. Ceux qui font affaire avec des fournisseurs de matières premières ont expliqué qu'ils avaient bâti des relations solides et de confiance avec ceux-ci, et qu'ils choisissaient soigneusement les nouveaux fournisseurs en apprenant à bien les connaître. Plusieurs s'assurent également que les fournisseurs ont les certifications nécessaires et des procédures de traçabilité adéquates. En général, les participants ont une grande confiance envers le système canadien de réglementation de la salubrité des aliments et croient que si les produits se sont rendus jusqu'à eux par le biais de ce système, c'est qu'ils respectent les normes établies et qu'on peut se fier aux étiquettes.

Questionnés à savoir s'ils signaleraient les cas de fraude alimentaire qui surviennent dans leur industrie à l'ACIA, les participants avaient des avis partagés. Certains s'abstiendraient alors que d'autres le feraient probablement, mais seulement après en avoir discuté avec l'entreprise soupçonnée de fraude ou l'avoir d'abord signalée à une association de l'industrie. Quelques-uns seraient plus enclins à signaler une fraude s'ils pouvaient le faire de façon anonyme. D'autres ont mentionné que cela dépendrait du « niveau de preuve » dont ils disposent. La principale motivation pour signaler une prétendue fraude serait si celle-ci procurait un avantage concurrentiel à l'entreprise accusée. Les participants s'inquiétaient également des répercussions sur l'ensemble de la catégorie d'aliments ou du secteur d'activité si la fraude n'était pas traitée comme il se doit.

Plusieurs étaient d'accord à ce que l'ACIA publie plus de renseignements sur les produits faussement représentés découverts durant les inspections. Selon eux, ce genre de publication devrait inclure les règles qui ont été enfreintes, la manière dont ça s'est produit, l'impact sur les consommateurs ou la salubrité des aliments, et la façon dont la fraude a été détectée. La plupart des participants avaient l'impression que par souci de transparence, il faudrait rendre public le nom du produit, de la marque et/ou de l'entreprise reconnue coupable de fraude alimentaire.

Par contre, certains participants ont admis qu'il s'agissait de leur opinion en tant que consommateur, mais que du point de vue de l'entreprise, l'ACIA devrait soigneusement évaluer les conséquences d'une telle publication et que l'information devrait être rendue publique uniquement si les avertissements répétés ont été ignorés ou si la fraude alimentaire est une tendance ou un problème récurrent avec une marque ou une entreprise. Les participants s'accordaient également pour dire qu'il faudrait une preuve solide de l'identité du contrevenant et que la fraude commise était délibérée, systémique ou malicieuse, et non pas le résultat d'une erreur humaine accidentelle ou une omission unique. Certains ont mentionné que l'ACIA devrait faire preuve de transparence en ce qui concerne les entreprises qui ont apporté les correctifs nécessaires et boucler la boucle en publiant cette information.

Les participants qui vendent du poisson ou des produits de la mer étaient fortement convaincus que leurs produits étaient correctement étiquetés et mentionnaient bien le nom usuel du poisson. Si une fraude devait survenir dans cette catégorie, certains ont supposé qu'elle serait perpétrée à la source ou près de celle-ci, avant que le produit soit importé au Canada. D'autres croyaient que la fraude serait commise par le commerçant.

Outils de l'ACIA

Divers outils virtuels de l'ACIA ont été présentés aux participants afin d'évaluer leur niveau de connaissance et recueillir leurs commentaires.

Site Web de l'ACIA

Bon nombre de participants ont affirmé avoir consulté le site Web de l'ACIA pour obtenir de l'information pertinente pour leur entreprise.

Parmi ceux-ci, plusieurs ont fait des commentaires plutôt positifs. Ils avaient généralement été en mesure de trouver ce qu'ils cherchaient sur le site. Certains ont parlé de la facilité à laquelle ils ont trouvé l'information désirée en utilisant les options de menu. Invités à ajouter d'autres commentaires, certains ont suggéré de mettre en évidence les renseignements sur les rappels d'aliments, et d'offrir plus de ressources que les propriétaires ou les gestionnaires d'entreprise pourraient présenter à leurs employés.

Dans l'ensemble, les participants ne connaissaient pas bien l'assistant virtuel et n'ont pas été en mesure de formuler des commentaires.

Mon ACIA

Quelques participants seulement avaient déjà utilisé Mon ACIA et pour les autres, le niveau de connaissance à l'égard de ce service était plutôt faible.

La plupart des utilisateurs ont trouvé que le site était convivial et pratique, notamment pour renouveler ou modifier un permis. Quelques-uns l'avaient trouvé compliqué de prime abord, puis de plus en plus facile par la suite. Ils appréciaient également l'empressement du personnel de l'ACIA à répondre à leurs questions.

Demandez à l'ACIA

Une poignée de participants avaient déjà communiqué avec l'ACIA par le biais du site Web. Cependant, plusieurs ont indiqué qu'ils connaissaient une personne-ressource ou un inspecteur avec qui ils communiquaient lorsqu'ils avaient des questions.

Ils étaient très peu nombreux à avoir entendu parler du service Demandez à l'ACIA, mais deux ou trois ont indiqué qu'il leur semblait familier et qu'ils croyaient l'avoir déjà utilisé pour obtenir des renseignements.

Efficacité des communications relatives au RSAC

Très peu de participants avaient reçu ou se rappelaient avoir reçu des communications directement de l'ACIA. Dans la plupart des cas, les communications sur les règlements provenaient de tierces parties, comme des bulletins d'information des associations de l'industrie ou des communications informelles d'autres personnes dans leur industrie.

L'information publiée par les associations de l'industrie semblait avoir la préférence de certains qui semblaient croire que les communications provenant directement de l'ACIA pouvaient se perdre ou ne pas être adaptées à leurs besoins. Certains souhaiteraient recevoir plus de communications de la part de l'ACIA si elles étaient divisées par industrie afin que les entreprises puissent trouver l'information qui les concerne.

Lorsque nous leur avons demandé comment les communications pouvaient être améliorées, certains participants ont indiqué qu'ils aimeraient avoir une personne-ressource à l'ACIA qu'ils pourraient joindre rapidement pour obtenir les renseignements dont ils ont besoin. De la même façon, quelques-uns croyaient que la relation avec l'ACIA devrait en être une de partenariat où l'entreprise travaille de concert avec la personne-ressource à l'Agence, plutôt qu'une relation à sens unique.

Les participants ont également souligné le manque de soutien et de services bilingues dans les régions où le français est la langue de la minorité.

Mise en garde concernant la recherche qualitative

La recherche qualitative vise à recueillir des points de vue et à trouver une orientation plutôt que des mesures qualitatives extrapolables. Le but n'est pas de générer des statistiques, mais d'obtenir l'éventail complet des opinions sur un sujet, comprendre le langage utilisé par les participants, évaluer les niveaux de passion et d'engagement, et exploiter le pouvoir du groupe pour stimuler les réflexions. Les participants sont encouragés à exprimer leurs opinions, peu importe si ces opinions sont partagées ou non par d'autres.

En raison de la taille de l'échantillon, des méthodes de recrutement utilisées et des objectifs de l'étude, il est clair que la tâche en question est de nature exploratoire. Les résultats ne peuvent être extrapolés à une plus vaste population, pas plus qu'ils ne visent à l'être.

Plus particulièrement, il n'est pas approprié de suggérer ou de conclure que quelques (ou de nombreux) utilisateurs du monde réel agiraient d'une façon uniquement parce que quelques (ou de nombreux) participants ont agi de cette façon durant les séances. Ce genre de projection relève strictement de la recherche quantitative.

Résultats de la recherche quantitative – Sondage en ligne auprès des ménages canadiens

Connaissance de l'ACIA

Plus de la moitié des répondants (53 %) n'ont pu nommer d'organisations chargées de la salubrité des aliments au Canada. Plus d'un répondant sur dix (16 %) a mentionné l'ACIA, suivi de Santé Canada (11 %), du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (6 %) et de la Food and Drug Administration aux États-Unis (6 %).

Environ trois répondants sur cinq (59 %) ne connaissaient pas les activités de l'ACIA, alors que près du tiers (31 %) les connaissaient assez bien. Une plus petite proportion a indiqué qu'elle connaissait très bien les activités de l'ACIA (8 %).

Lorsque nous leur avons présenté une liste d'organisations et demandé celles qui leur venaient à l'esprit quand ils pensaient à la salubrité des aliments au Canada, la majorité des répondants ont mentionné Santé Canada (68 %), suivi de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (61 %) et l'Agence de santé publique du Canada (48 %).

Il a ensuite été question du rôle de l'ACIA en lien avec la salubrité des aliments. Devant la liste qui leur a été proposée, 62 % croyaient que l'ACIA vérifiait les produits alimentaires importés au pays. Une proportion similaire a mentionné la conduite d'enquêtes sur la salubrité des aliments (59 %), la diffusion de rappels d'aliments (59 %) et l'imposition de mesures d'application de la loi

à l'encontre de fabricants de produits alimentaires qui ne respectent pas les lois canadiennes (57 %).

Les répondants étaient beaucoup moins nombreux à croire que l'ACIA jouait un rôle dans les situations suivantes :

- L'exportation d'animaux vivants du Canada vers d'autres pays pour la consommation alimentaire (35 %)
- Un restaurant qui reçoit une plainte concernant l'insalubrité de ses installations en cuisine (26 %)
- Une personne victime d'intoxication alimentaire après avoir cuisiné et consommé de la viande qui n'était pas entièrement cuite (16 %)

Contacts avec l'ACIA

La majorité des répondants n'avaient jamais eu d'interactions avec l'ACIA (79 %). Près d'un répondant sur dix avait lu des articles ou visionné des vidéos de l'ACIA (8 %) ou visité son site Web (7 %).

Environ le quart des répondants (23 %) avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA. Questionnés à savoir où ils avaient vu, entendu ou lu cette information, la moitié des répondants (50 %) ont mentionné les médias traditionnels comme les journaux, la télévision ou la radio, et 39 % les médias sociaux (à l'exception de la plateforme de l'ACIA) comme Facebook (16 %), Instagram (14 %), YouTube (13 %), X (anciennement Twitter, 11 %), TikTok (4 %) et Reddit (3 %). Plus du tiers des répondants (34 %) avait récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA sur le Web, ailleurs que dans les réseaux sociaux.

Mieux comprendre l'ACIA

Ceux qui avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA devaient indiquer à quel point ils avaient bien compris l'information. Plus de la moitié des répondants (52 %) avaient très bien compris l'information (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et 38 % l'avaient plutôt bien comprise (note de 4 ou 5).

Les répondants devaient par la suite indiquer dans quelle mesure ils étaient d'accord ou en désaccord avec divers énoncés au sujet de l'ACIA. Près de trois répondants sur cinq (58 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'ACIA est crédible lorsqu'elle publie un avis (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), 50 % étaient tout à fait d'accord pour dire que toutes les entreprises reçoivent un traitement équitable de l'ACIA, et 47 % étaient tout à fait d'accord pour dire que les

activités d'application de la réglementation de l'ACIA sont suffisamment rigoureuses pour inciter les entreprises à respecter la réglementation.

À partir de la liste de qualificatifs qui leur a été fournie, les répondants devaient choisir ceux qui, selon eux, décrivaient le mieux l'ACIA. Les réponses les plus populaires étaient celles-ci : scientifique (52 %), digne de confiance (50 %), informative (49 %), réactive (36 %), juste (31 %) et efficace (29 %).

Rôle de l'ACIA dans la sensibilisation à la salubrité des aliments

Questionnés sur le travail de l'ACIA pour assurer la salubrité des aliments vendus au Canada, 43 % des répondants s'entendaient pour dire que l'ACIA faisait bien son travail (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et 32 % étaient d'avis qu'elle faisait assez bien son travail (note de 4 ou 5).

Le quart des répondants (25 %) ont mentionné qu'ils avaient fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments dans les dernières années. Parmi ceux-ci, la majorité (61 %) avait utilisé l'Internet (à l'exclusion des réseaux sociaux), suivi des médias traditionnels (46 %) et des réseaux sociaux (43 %).

La majorité des répondants (78 %) étaient d'accord avec l'énoncé « Je pense que les rappels de produits alimentaires témoignent du bon fonctionnement du système alimentaire ».

En ce qui concerne ces rappels, 25 % des répondants étaient très préoccupés (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), alors que 43 % étaient assez préoccupés.

Faire confiance aux procédures de l'ACIA relativement à la salubrité des aliments

Lorsque nous leur avons demandé dans quelle mesure ils étaient convaincus que l'ACIA faisait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au Canada, 43 % des répondants étaient très convaincus (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et deux sur cinq (41 %) étaient plus ou moins convaincus que l'ACIA faisait tout ce qu'il faut (note de 4 ou 5).

Les répondants devaient aussi répondre à une série de questions sur la consommation d'aliments et les dates « meilleur avant ».

Lorsqu'il s'agit de déterminer si un aliment peut encore être consommé, les répondants prennent surtout en compte les signes de détérioration (81 %), la date limite d'utilisation (66 %), le genre d'aliment (66 %), la manière dont il a été entreposé (65 %), la date « meilleur avant » (64 %) et depuis combien de temps ils ont le produit (62 %).

En ce qui concerne les dates « meilleur avant » et les dates limites d'utilisation, 24 % des répondants croyaient que les deux voulaient dire la même chose, alors que 72 % croyaient qu'elles avaient une signification différente.

Les autres résultats qu'il convient de mentionner concernant les dates sur les étiquettes, y compris les dates « meilleur avant » sont les suivants :

- Près de la moitié des répondants (48 %) étaient très convaincus de savoir comment utiliser les dates qui figurent sur les étiquettes pour déterminer s'ils peuvent toujours consommer un aliment (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points).
- Le quart des répondants (25 %) jettent régulièrement des aliments quand la date « meilleur avant » est dépassée (7 % le font toujours et 19 % le font souvent), tandis que 43 % le font parfois.
- Près de trois répondants sur dix (29 %) achètent régulièrement des aliments vendus à prix réduit parce que la date « meilleur avant » approche (4 % le font toujours et 25 % le font souvent), tandis que 39 % le font parfois.

Plus de la moitié des répondants (56 %) se sont dits très convaincus que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points). Par ailleurs, 37 % étaient plus ou moins convaincus (note de 4 ou 5).

Questionnés sur le travail de l'ACIA lorsqu'il s'agit de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada, 49 % des répondants étaient d'avis que l'ACIA faisait bien son travail (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et 38 % étaient d'avis qu'elle faisait assez bien son travail (note de 4 ou 5).

Les autres résultats qu'il convient de mentionner concernant le rôle de l'ACIA dans la salubrité des aliments sont les suivants :

- Un peu plus de la moitié des répondants (51 %) étaient d'accord (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) avec l'énoncé selon lequel l'ACIA protège les intérêts de la population canadienne.
- Plus de deux répondants sur cinq (42 %) étaient d'accord pour dire que l'ACIA est efficace dans l'application de la réglementation sur la salubrité des aliments.
- Environ le quart des répondants (24 %) étaient d'accord pour dire qu'il est facile d'obtenir des renseignements de l'ACIA sur la protection de la salubrité des aliments, de la santé des végétaux et de la santé animale, tandis que 39 % étaient plutôt d'accord.
- Moins d'un répondant sur cinq (17 %) était d'accord avec l'énoncé selon lequel les règlements de l'ACIA ne sont pas suffisamment sévères, tandis que 36 % sont plutôt d'accord.

Dans l'ensemble, 79 % des répondants étaient favorables à ce que l'ACIA publie les noms des entreprises ayant reçu des sanctions administratives pécuniaires (SAP) pour avoir enfreint les règlements.

Fraude alimentaire

À cette étape de la discussion, les répondants étaient invités à répondre à plusieurs questions concernant la fraude alimentaire.

Un peu plus du quart (26 %) étaient très préoccupés par la fraude alimentaire lorsqu'ils faisaient l'épicerie, et 40 % étaient assez préoccupés.

La plupart des répondants étaient favorables à ce que l'ACIA publie les noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire (68 % étaient fortement favorables et 21 %, plutôt favorables).

Questionnés sur le travail de l'ACIA lorsqu'il s'agit de protéger les consommateurs contre la vente d'aliments faussement représentés au Canada, 35 % étaient d'avis qu'elle faisait bien son travail (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et 42 % croyaient qu'elle le faisait assez bien (note de 4 ou 5).

Les autres résultats qu'il convient de mentionner concernant le rôle de l'ACIA dans la protection contre la fraude alimentaire sont les suivants :

- Près de deux répondants sur cinq (39 %) affichaient un niveau élevé de confiance envers l'ACIA pour inspecter les étiquettes de produits alimentaires et s'assurer qu'elles mentionnent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points).
- Une proportion similaire (41 %) affichait un niveau élevé de confiance envers l'ACIA pour appliquer des mesures afin de protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points).

Moins d'un répondant sur dix (7 %) avait été victime de fraude alimentaire dans la dernière année. Parmi ceux-ci (n=111), 11 % croyaient avoir décelé des produits de viande faussement représentés, suivi des produits du poisson (9 %), des céréales (7 %), des produits laitiers (7 %), des collations (6 %), des produits de boulangerie-pâtisserie (5 %), des légumes (3 %), des produits biologiques (3 %), des huiles de cuisson (2 %), des jus (2 %) et des produits végétaliens (2 %).

Près du quart des répondants (23 %) ont mentionné que s'ils soupçonnaient une fraude alimentaire, ils le signaleraient certainement à l'ACIA, alors que plus du tiers (37 %) le signaleraient probablement. Parmi ceux-ci, 41 % sauraient comment signaler la fraude (9 % certainement, 32 % probablement).

Plus d'un répondant sur dix a indiqué qu'il ne consommait ou n'achetait jamais de poisson (13 %). Ceux qui en consomment ou qui en achètent devaient évaluer leur niveau de confiance dans plusieurs scénarios concernant les produits du poisson.

- Plus de deux répondants sur cinq (43 %) démontraient un niveau élevé de confiance (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) pour dire que le poisson qu'ils achètent est propre à la consommation, alors que 46 % démontraient un niveau de confiance moyen (note de 4 ou 5).
- Le tiers des répondants (33 %) affichaient un niveau élevé de confiance pour dire que le poisson frais qu'ils achètent est correctement étiqueté selon le type de poisson dont il s'agit, alors que 48 % démontraient un niveau de confiance moyen.
- Pour ce qui est des produits à base de poisson à ingrédients multiples qu'ils achètent (comme les bâtonnets de poisson), 20 % démontraient un niveau élevé de confiance pour dire que ces produits étaient correctement étiquetés pour le type de poisson qu'ils contiennent, alors que 49 % avaient un niveau de confiance moyen.

Les répondants qui consomment ou qui achètent du poisson devaient également indiquer dans quelle mesure ils faisaient confiance aux différents genres d'établissements pour leur poisson. Le niveau de confiance était le plus élevé envers les épiceries, alors que 36 % des répondants affichaient un niveau élevé de confiance (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), suivi des marchands de poisson (32 %), des marchés locaux (31 %) et des restaurants (28 %).

Résultats de la recherche quantitative – Sondage téléphonique auprès des représentants d'entreprises alimentaires canadiennes

Connaissance de la réglementation sur la salubrité des aliments

Les deux tiers des représentants d'entreprise (66 %) accordaient une grande priorité à la gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise, comparativement à 63 % pour la gestion des questions réglementaires. La mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes était considérée comme une priorité élevée par seulement 30 % des répondants.

Près des deux tiers des entreprises (63 %) ont affirmé qu'elles connaissaient très bien les activités de l'ACIA (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), tandis que 22 % les connaissaient assez bien (note de 4 ou 5).

Environ quatre répondants sur cinq (81 %) avaient la certitude de bien comprendre la réglementation en matière de salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), tandis que 14 % comprenaient assez bien la réglementation (note de 4 ou 5).

Les deux tiers des représentants d'entreprise (66 %) avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC).

Les principales constatations parmi ceux qui connaissent le RSAC sont les suivantes :

- La majorité des répondants (93 %) croyaient que le RSAC s'appliquait à leur entreprise, et 72 % croyaient qu'il s'appliquait à la vente de produits alimentaires en ligne.
- Les représentants d'entreprise croyaient que les principales exigences du RSAC étaient généralement la manipulation des aliments ou la salubrité alimentaire (32 %), les contrôles en matière d'hygiène (28 %), le contrôle des températures (16 %), les dates « meilleur avant » ou les dates limite d'utilisation (11 %), l'étiquetage (11 %), les plans de contrôle préventif (11 %) et la traçabilité (10 %).
- Près des trois quarts des répondants (73 %) étaient bien au courant qu'une licence est requise pour importer des produits alimentaires au Canada, et 21 % étaient vaguement au courant.
- La tenue à jour des documents de traçabilité est l'exigence du RSAC qui pose le plus de difficulté (15 %), suivi de la tenue à jour d'un plan de contrôle préventif écrit (13 %) et du respect des exigences d'étiquetage relatives à la traçabilité des aliments (11 %).
 - Un peu moins d'un répondant sur cinq (39 %) était d'avis qu'aucune des exigences du RSAC ne pose de difficulté à leur entreprise.

Près du tiers des représentants d'entreprise (31 %) ont indiqué que leur entreprise utilise un système privé de certification de la salubrité des aliments ou de contrôle de la qualité.

Les mesures préventives les plus couramment utilisées par les entreprises sont les documents de traçabilité (63 %) ou les étiquettes de traçabilité (63 %), suivi des plans de contrôle préventif écrits (55 %) et d'une licence du RSAC (49 %).

Transparence

Plus de la moitié des représentants d'entreprise (53 %) considèrent que l'ACIA démontre une grande transparence (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) lorsqu'il s'agit de déterminer s'il y a des cas de non-conformité à la réglementation, le quart (25 %) est d'avis qu'elle démontre une certaine transparence (note de 4 ou 5), et 8 % estiment qu'elle ne démontre pas beaucoup de transparence (note de 1, 2 ou 3).

Un peu plus de la moitié des répondants (51 %) s'accordaient pour dire que l'ACIA fait preuve d'une grande transparence lorsqu'il s'agit de déclarer les cas de non-conformité et de publier de l'information à ce sujet, tandis que près du quart (24 %) était d'avis qu'elle démontre une certaine transparence. D'autre part, 7 % croyaient que l'ACIA ne démontre pas beaucoup de transparence.

Dates « meilleur avant »

Près de la moitié des répondants (46 %) ont indiqué que les exigences relatives aux dates « meilleur avant » procuraient des avantages à leur entreprise.

Près d'un répondant sur cinq (39 %) a mentionné que les exigences relatives aux dates « meilleur avant » avaient des répercussions négatives sur leur entreprise.

La vaste majorité des représentants d'entreprise (88 %) voyaient un lien entre les dates « meilleur avant » et le gaspillage alimentaire.

Plus du tiers (35 %) croyaient que l'abolition des dates « meilleur avant » aurait à tout le moins un impact plutôt positif sur leur entreprise, tandis que 21 % avaient l'impression qu'elle aurait un impact négatif.

Fraude alimentaire

Plus de deux répondants sur cinq (42 %) étaient très préoccupés par la fraude alimentaire (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), tandis que 21 % étaient assez préoccupés (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 36 % n'étaient pas très préoccupés par la fraude alimentaire (note de 1, 2 ou 3).

Une minorité d'entreprises alimentaires (14 %) ont dit être touchées par la fraude alimentaire.

Plus des deux tiers des répondants (68 %) seraient très enclins (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) à signaler un membre de l'industrie soupçonné de fraude alimentaire à l'ACIA, alors que 16 % seraient plutôt enclins à le signaler (note de 4 ou 5). D'autre part, 13 % ne seraient pas très enclins à signaler une fraude alimentaire à l'ACIA (note de 1, 2 ou 3).

Plus du tiers des représentants d'entreprise (37 %) savaient comment signaler une fraude alimentaire à l'ACIA et 60 % l'ignoraient.

Moins d'un répondant sur dix (7 %) a indiqué que son entreprise avait reçu des plaintes de consommateurs en lien avec la fraude alimentaire ou la fausse représentation d'aliments.

La majorité des entreprises qui vendent du poisson ou des produits de la mer (89 %) étaient très convaincues que leurs produits sont correctement étiquetés compte tenu du type de poisson (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points).

La majorité des répondants (90 %) étaient très convaincus (note de 6 ou 7) que tous les produits qu'ils vendent sont correctement étiquetés.

Le maillon de la chaîne d'approvisionnement d'où provient le plus souvent l'étiquetage trompeur selon les répondants est le transformateur ou le fabricant canadien (26 %), l'importateur (15 %), l'étape préalable à l'importation (autre pays, 12 %), les détaillants (10 %), les restaurants (10 %)

ou les grossistes (9 %). Plusieurs (16 %) ignoraient où l'étiquetage trompeur était le plus susceptible de se produire.

Recherche et compréhension de l'information

Les sources d'information sur la réglementation et les exigences en matière de salubrité des aliments les plus souvent utilisées par les représentants d'entreprise sont l'Internet (22 %), suivi des ressources internes comme le siège social ou les politiques de l'entreprise (15 %).

Questionnés à savoir s'ils avaient reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année, plus du tiers des représentants d'entreprise (36 %) ont répondu par l'affirmative et environ trois sur cinq (58 %), par la négative.

Ceux qui avaient reçu de l'information ont mentionné les avis par courriel de l'ACIA (71 %), les contacts personnels avec un représentant de l'ACIA (18 %) ou des appels téléphoniques (13 %).

Plus de deux répondants sur cinq (44 %) étaient très satisfaits des communications de l'ACIA (note de 9 ou 10 sur une échelle de 11 points) et le tiers (33 %) étaient moyennement satisfaits (note de 7 ou 8). Par ailleurs, environ un répondant sur cinq (21 %) était peu satisfait des communications de l'ACIA (note de 6 ou moins).

Les autres constatations dignes de mention relativement aux communications de l'ACIA sont les suivantes :

- La majorité s'entendait pour dire que la fréquence des communications de l'ACIA est convenable (75 %), 16 % étaient d'avis qu'il n'y en a pas assez et 6 %, qu'il y en a trop.
- La plupart des représentants d'entreprise qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année (91 %) étaient d'accord pour dire que ces communications sont utiles et leur donnent les renseignements dont ils ont besoin.
- De même, 85 % étaient d'accord pour dire que les communications de l'ACIA sont claires et faciles à comprendre.
- En ce qui concerne le moyen de communication privilégié pour recevoir l'information de l'ACIA, le courriel se retrouve au premier rang (68 %), suivi de loin par la poste (11 %).

Un répondant sur dix (10 %) a mentionné avoir eu de la difficulté à obtenir l'information dont il avait besoin de l'ACIA au cours des dernières années. Ceux-ci ont surtout parlé des difficultés à obtenir de l'information sur la réglementation ou les modifications réglementaires (20 %), l'étiquetage (17 %), des renseignements généraux (13 %), et des sujets spécifiques à l'industrie et aux produits (12 %).

Près de deux répondants sur cinq (39 %) estimaient que le concept de réglementation « fondée sur les résultats » était clair pour eux (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), tandis que pour

32 % des entreprises, il était plutôt clair (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 23 % trouvaient que le concept n'était pas très clair (note de 1, 2 ou 3).

Lorsque nous leur avons demandé si le RSAC était une réglementation « fondée sur les résultats », près des deux tiers des répondants (64 %) ont répondu par l'affirmative et 12 %, par la négative. Près du quart des répondants (24 %) étaient incertains.

Demandez à l'ACIA

Un peu plus d'un représentant d'entreprise sur dix (11 %) a indiqué avoir utilisé le service Demandez à l'ACIA. De ce nombre, plus de la moitié (54 %) se sont dits très satisfaits (note de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) et plus du tiers (36 %) étaient moyennement satisfaits (note de 4 ou 5).

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Numéro de contrat : CW2341947

Date d'octroi du contrat : 15 décembre 2023

Valeur du contrat (TVH incluse) : 261 052,60 \$

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments à information@inspection.gc.ca

Les résultats sont présentés et débattus en profondeur dans la section Résultats détaillés du présent rapport.

Résultats détaillés

But et objectifs de la recherche

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a pour mandat de vérifier que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires et bien représentés. Pour ce faire, l'ACIA veille à l'application des lois canadiennes sur les aliments, dont la *Loi sur la salubrité des aliments au Canada* (LSAC) et son règlement (RSAC), lesquels ont introduit de nouvelles exigences pour les entreprises alimentaires le 15 janvier 2019.

Le RSAC s'applique généralement aux aliments destinés à la consommation humaine (y compris les ingrédients) et qui sont importés, exportés ou destinés au commerce interprovincial. Il s'applique également à l'abattage des animaux pour alimentation humaine et à la viande qui en provient et qui est exportée ou transportée d'une province à l'autre. Le règlement est entré en vigueur de façon progressive à partir de janvier 2019, d'abord pour les entreprises antérieurement enregistrées en vertu des règlements spécifiques aux denrées (comme la viande, les œufs, le poisson et les fruits de mer, et les produits laitiers), pour se terminer en juillet 2020 pour les entreprises du secteur des aliments manufacturés. Le RSAC a introduit trois composants fondamentaux qui s'appliquent à la majorité des entreprises alimentaires : les licences, les contrôles préventifs et la traçabilité.

Certaines des exigences ont été mises en œuvre graduellement en fonction des denrées, du type d'activité et de la taille de l'entreprise. Le 1^{er} novembre 2022, l'ACIA a mené des activités de conformité au RSAC pour tous les secteurs alimentaires, y compris le dernier intégré – le secteur des aliments manufacturés.

Un examen des dispositions et de l'application du RSAC, y compris un examen des ressources affectées à son administration et sa mise en application, doit être effectué tous les cinq ans. Le premier examen est prévu pour 2024-2025.

Dans le cadre de son engagement à fournir des renseignements et des directives en temps opportun aux entreprises réglementées, l'ACIA continue de développer des outils et des services pour aider les industries à se plier aux exigences en matière de salubrité des aliments.

La salubrité des aliments est au cœur des priorités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. L'ACIA s'efforce continuellement d'améliorer la santé de la population canadienne en s'assurant, entre autres, que les aliments sont fabriqués en toute sécurité, qu'ils sont correctement représentés aux consommateurs canadiens, et bien étiquetés.

L'ACIA élabore et offre des programmes et des services qui visent à protéger les Canadiens des dangers en matière de salubrité des aliments qui peuvent être évités, à faire en sorte que les urgences en sécurité alimentaire soient bien gérées et les aliments, bien représentés, et à s'assurer que le public est au fait de la sécurité alimentaire et qu'il y contribue. Le Canada possède

un système d'assurance de la salubrité des aliments et un processus de rappel des aliments solides et respectés à l'échelle internationale. Le RSAC prévoit des règles claires et cohérentes pour les produits alimentaires afin que les consommateurs puissent avoir confiance que les aliments vendus en épicerie sont propres à la consommation, qu'ils soient produits au Canada ou à l'étranger. Le règlement facilite également le retrait rapide des aliments insalubres des étagères en exigeant des entreprises qui importent ou qui préparent des aliments pour l'exportation ou le commerce interprovincial de retracer leurs produits en amont jusqu'à leurs fournisseurs et en aval jusqu'à leurs acheteurs.

En matière de juste représentation des aliments, la loi canadienne interdit d'étiqueter, d'emballer, de traiter, de préparer ou de vendre un aliment – ou d'en faire la publicité – de manière fausse, trompeuse, mensongère ou susceptible de créer une fausse impression pour le consommateur. La fraude alimentaire peut induire en erreur, en plus de mettre en péril la sécurité alimentaire (par exemple, lorsque les produits contiennent des allergènes non déclarés). L'ACIA s'efforce d'éveiller les consciences et de protéger les consommateurs de la fausse représentation en menant des inspections, en analysant des échantillons d'aliments et en prenant des mesures d'application. La lutte contre la fraude alimentaire est une responsabilité partagée entre le gouvernement, l'industrie et les consommateurs. Puisqu'elle a pour but de tromper les consommateurs, il n'est pas toujours facile de déceler la fraude alimentaire. Malgré cela, les consommateurs jouent un rôle de premier plan pour déceler et combattre la fraude alimentaire.

La présente recherche a pour but d'acquérir une meilleure compréhension des connaissances, des motivations, des perceptions et des attitudes de l'**industrie** concernant :

- Les divers rôles et responsabilités à l'intérieur du système d'assurance de la salubrité des aliments, entre autres pour mesurer le niveau de sensibilisation envers leurs propres responsabilités à l'intérieur du système;
- La réglementation fédérale en matière d'aliments qui s'applique aux ventes en ligne et aux importations;
- Les besoins en ressources et les obstacles à la conformité aux exigences réglementaires, pour déterminer les causes fondamentales de la non-conformité et favoriser l'élaboration et la mise en œuvre d'activités de promotion de la conformité, de communications et de services de soutien;
- Les services actuels et les attentes envers les services et programmes futurs, comme Mon ACIA;
- Les messages ciblés, les outils de promotion de la conformité et les produits de communication;

- L'efficacité des communications relatives au RSAC et des communications connexes provenant de divers services, comme Mon ACIA et Demandez à l'ACIA – et la satisfaction à l'égard de celles-ci;
- Les exigences pour les entreprises qui varient selon les caractéristiques démographiques des propriétaires ou des clients;
- La satisfaction envers les conseils obtenus de Demandez à l'ACIA et l'évaluation de l'expérience globale avec le service;
- L'opinion de l'industrie quant à l'utilisation des systèmes de vérification de tiers.

La recherche permettra également de mieux comprendre ce qui suit de la part des **consommateurs** :

- La connaissance et la compréhension des concepts de salubrité des aliments et de fraude alimentaire, et les mesures prises par l'ACIA pour traiter ces enjeux;
- La connaissance de l'outil de signalement en ligne des problèmes liés à l'alimentation de l'ACIA;
- La confiance envers l'ACIA pour prendre les mesures qui s'imposent pour protéger les consommateurs de la fraude alimentaire;
- Les habitudes et les préoccupations en matière de salubrité des aliments;
- Les habitudes et les préoccupations relatives aux dates « meilleur avant »;
- La confiance que le poisson est bien étiqueté et propre à la consommation;
- Les sources d'information sur la salubrité des aliments et la fraude alimentaire;
- Les perceptions et les préoccupations relatives à la fraude alimentaire;
- La connaissance et l'efficacité des communications de l'ACIA en matière de fraude alimentaire;
- La connaissance et la compréhension de la transparence de l'ACIA en ce qui concerne l'application de la loi sur la fraude alimentaire.

Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les consommateurs

Opinions générales et expériences relatives à la fraude alimentaire

Définition de la fraude alimentaire

Pour démarrer la discussion, nous avons présenté aux participants la phrase ci-dessous et leur avons demandé de fournir des exemples de ce qui pourrait constituer de la fraude alimentaire selon eux.

La fraude alimentaire survient lorsqu'un aliment est faussement représenté.

Le format des produits a souvent été mentionné, de même que la « réduflation » (c'est-à-dire quand une compagnie réduit la taille ou la quantité d'un produit alors que le prix reste le même). Plusieurs ont également mentionné que le poids indiqué sur l'emballage d'un produit est parfois supérieur au poids réel du contenu.

Les participants ont fourni plusieurs exemples d'étiquetage trompeur :

- Des produits soi-disant « naturels » ou « santé », mais qui contiennent des ingrédients malsains ou artificiels.
- Des produits étiquetés comme contenant de vrais fruits, mais qui en contiennent un faible pourcentage, en plus de saveurs artificielles.
- Des produits de la pêche d'élevage dont l'emballage ne mentionne pas l'origine.
- La viande attendrie mécaniquement, sans que cela soit mentionné sur l'emballage.
- Les fausses allégations sur les produits emballés (comme les produits de santé naturels).

Dans une plus faible proportion, les participants considéraient ce qui suit comme étant de la fraude alimentaire :

- Des fruits, des légumes ou d'autres produits étiquetés comme étant biologiques, mais qui ne le sont pas.
- Des produits laitiers, de la viande ou des œufs étiquetés comme étant « élevé en liberté » alors qu'ils ne le sont pas.
- Le poisson qui est incorrectement étiqueté (p. ex., l'étiquette indique que c'est du saumon alors qu'il s'agit en fait d'un autre type de poisson, des calmars ou des moules alors qu'il s'agit d'autres types de poisson ou de fruits de mer, le thon en conserve qui contient d'autres types de poisson à chair blanche).

- Les produits étiquetés comme étant purs à 100 % alors qu'ils contiennent un mélange d'ingrédients ou des ingrédients artificiels ou peu coûteux comme agents de remplissage.

Après que les participants aient fourni des exemples de ce qu'ils considèrent être de la fraude alimentaire, l'animateur leur a expliqué que celle-ci était définie comme étant une représentation fautive et délibérée d'un produit alimentaire.

Sources d'information sur la fraude alimentaire

Lorsque nous leur avons demandé s'ils avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de la fraude alimentaire dans la dernière année, quelques participants se sont rappelés avoir vu des cas signalés sur les plateformes des réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, Twitter ou Reddit, dans les nouvelles ou les reportages, ou en avaient entendu parler par des proches. Plusieurs exemples ont été fournis, notamment :

- Des images côte à côte d'emballages d'un produit avant et après la « réinflation ».
- Une publication Reddit d'une personne qui avait acheté un mélange pour crêpes et qui avait pesé le contenu pour constater que la quantité était moindre que celle indiquée sur l'emballage.
- De l'huile d'olive soi-disant biologique, mais qui ne l'était pas, ou étiquetée comme étant de l'huile d'olive pure, alors qu'elle contenait un mélange d'huiles.
- Du miel étiqueté comme étant pur, mais qui avait été dilué avec des ingrédients bon marché.
- Du sirop d'érable qui, une fois testé, n'était pas du sirop d'érable à 100 %.
- Du saumon provenant d'épiceries et qui avait été testé, mais qui avait été faussement représenté alors qu'il s'agissait en réalité d'un autre type de poisson.
- Des calmars et des moules vendus à fort prix, alors qu'il s'agissait de types de poisson moins dispendieux qui étaient faussement représentés.
- De l'eau qui avait été ajoutée à de la viande pour en gonfler la taille.
- L'ajout de colorant artificiel à des produits comme le saumon ou la confiture pour les rendre plus appétissants pour les consommateurs.

En général, les participants n'avaient pas activement tenté de se renseigner sur la fraude alimentaire, mais étaient plutôt tombés sur des articles ou des publications sur le sujet. Quelques-uns seulement avaient voulu se renseigner davantage après avoir entendu parler de fraude alimentaire dans les nouvelles, les reportages ou sur les réseaux sociaux.

Niveau de préoccupation à l'égard de la fraude alimentaire

Au moment de faire l'épicerie, la plupart des participants ne sont pas préoccupés outre mesure par la fraude alimentaire, et ce n'est pas quelque chose qu'ils recherchent activement. Cela étant dit, plusieurs ont indiqué qu'ils étaient généralement prudents et prenaient soin de choisir des aliments bons pour la santé ou offrant un bon rapport qualité-prix.

Les plus préoccupés par la fraude alimentaire sont les personnes qui ont des allergies ou des restrictions alimentaires, ou dont les membres de la famille en ont, et celles qui se soucient de leur santé. Ces participants ont tendance à porter une attention particulière aux listes d'ingrédients et aux étiquettes nutritionnelles pour s'assurer que les produits qu'ils achètent répondent à leurs besoins alimentaires.

À la question à savoir quels étaient les aliments les plus sujets à la fraude alimentaire selon eux, les participants ont majoritairement répondu les produits d'origine animale. Ils ont exprimé leur scepticisme envers les étiquettes portant la mention « biologique », « naturel », « élevé en liberté », « nourri à l'herbe », « triple A » ou « halal », et ont expliqué qu'ils n'avaient aucun moyen de savoir si ces allégations étaient vraies. Certains avaient les mêmes préoccupations à l'égard de la mention « biologique » sur les fruits, les légumes et les aliments emballés.

Quelques-uns croyaient que les aliments transformés ou emballés pouvaient être sujets à la fraude alimentaire, étant donné qu'il est plus facile pour les entreprises d'ajouter des ingrédients bon marché pour réduire leurs coûts, et ce, à l'insu des consommateurs.

Quelques participants ont indiqué que même s'ils avaient toujours douté que les entreprises induisent les consommateurs en erreur ou fassent preuve de malhonnêteté relativement à la qualité ou aux ingrédients de leurs produits pour réduire les coûts, ils sont un peu plus préoccupés ces jours-ci en raison de la conjoncture économique.

Interrogés sur le poisson vendu au Canada, la plupart des participants ont indiqué qu'ils croyaient que ces produits étaient, en majeure partie, correctement étiquetés et qu'ils n'avaient aucune raison d'en douter.

Parmi ceux qui avaient moins confiance, quelques-uns avaient entendu des reportages ou d'autres sources d'information où il était question d'étiquetage trompeur du poisson, ce qui avait ébranlé leur confiance. D'autres étaient préoccupés par les représentations mensongères quant à la source d'approvisionnement. À titre d'exemple, certains se demandaient si un poisson étiqueté comme étant capturé à l'état sauvage pouvait être en fait un poisson d'élevage, ou si un poisson soi-disant du Canada pouvait avoir été capturé dans un autre pays et simplement emballé ici.

« I've read some articles recently in different news outlets about fish mislabelling. I believe there was a case of it happening at [a grocery store] in Halifax [...] some salmon was apparently not salmon. I've heard that it is a phenomenon that fish can be misrepresented or mislabelled. I do still eat the fish but I kind of accept that it might not necessarily be what I think it is. » – Femme, 30 ans, Nouvelle-Écosse [« J'ai récemment lu des articles dans différents médias de nouvelles où on parlait d'étiquetage trompeur du poisson. Je crois que c'était arrivé dans [une épicerie] à Halifax. Un produit qu'on présentait comme du saumon n'en était pas. J'ai entendu dire que le poisson est parfois faussement représenté ou incorrectement étiqueté. Je consomme quand même le produit, tout en sachant que c'est peut-être autre chose. »]

Certains avaient l'impression que la fraude était plus susceptible de toucher le poisson emballé, comme le thon en conserve ou les bâtonnets de poisson, puisque ces produits contiennent généralement un mélange d'ingrédients moins dispendieux que le type de poisson indiqué sur l'emballage, et que les consommateurs seraient moins susceptibles de remarquer les anomalies.

La majorité des participants, y compris la plupart de ceux qui étaient plus ou moins convaincus que le poisson était bien étiqueté, s'entendaient pour dire que le poisson vendu au Canada est propre à la consommation. Au lieu de s'inquiéter de la fraude alimentaire, plusieurs étaient surtout préoccupés par la fraîcheur du poisson, compte tenu de la distance parcourue avant que les produits arrivent à l'épicerie. Quelques-uns étaient assez préoccupés par les niveaux de mercure. Toutefois, ceux qui avaient des craintes ont expliqué qu'il s'agissait surtout d'une question de qualité plutôt que de salubrité, et qu'ils continuaient de consommer du poisson.

Lorsque nous leur avons demandé quel était selon eux le pourcentage du poisson vendu au Canada qui était correctement étiqueté, les participants ont répondu de 40 % à 80 %, même si plusieurs ont admis n'y avoir jamais vraiment songé. Cette discussion leur a donné l'impression que l'étiquetage trompeur du poisson était un problème plus important qu'ils ne croyaient. Les participants ont été informés que dans 92,7 % des cas, le poisson vendu au Canada était correctement étiqueté, ce qui en a réjoui plusieurs. Même si la plupart étaient rassurés, quelques-uns se sont interrogés sur la méthode de calcul utilisée pour obtenir cette statistique et sur les raisons pour lesquelles le pourcentage restant n'est pas correctement étiqueté.

« I think it's pretty good. But I do have questions about the other 7%, and what exactly that means and what is being done about it? » – Femme, 33 ans, Colombie-Britannique [« Je crois que c'est assez bon. Par contre, je me questionne au sujet des 7 % qu'il reste, ce que ça signifie et ce qui est fait pour corriger la situation. »]

« Ils disent 92 %, mais comment ils ont fait pour vérifier pourquoi ça ne serait pas 100 %?
Comment ont-ils fait pour quantifier le 92 %, c'est la question qu'il faut se poser. »
– Homme, 30 ans, Québec

De façon générale, les participants ignoraient à quel maillon de la chaîne d'approvisionnement survient la fraude alimentaire. Par contre, certains soupçonnaient que c'était probablement dans les usines de transformation ou d'emballage.

Expériences personnelles avec la fraude alimentaire

Dans l'ensemble, les participants étaient peu nombreux à avoir été victimes de fraude alimentaire. Cela étant dit, certains ont avoué qu'ils étaient peut-être tombés sur un produit frauduleux, ou en avaient consommé, sans se douter de quoi que ce soit.

Ceux qui avaient été victimes de fraude alimentaire ont fourni ces exemples :

- Des céréales qui contenaient un ingrédient qui ne figurait pas sur l'emballage
- Un produit dont le poids réel ne correspondait pas à celui indiqué sur l'emballage
- Un produit décrit comme un prêt-à-manger à base de bœuf, mais qui contenait principalement des protéines de soya et une plus faible proportion de bœuf
- Du bœuf haché « maigre » qui contenait beaucoup de gras après la cuisson, et qui n'était probablement pas de la viande maigre

Ceux qui avaient soupçonné une fraude alimentaire avaient choisi de ne pas acheter le produit (dans le cas où ils avaient remarqué le problème en magasin) ou de ne pas l'acheter de nouveau, ne l'avaient pas consommé par crainte des allergènes qu'il aurait pu contenir, ont retourné le produit au magasin, ou ont fait parvenir un courriel au commerçant. Personne n'avait signalé l'incident à une agence gouvernementale comme l'ACIA.

S'ils devaient déceler une fraude alimentaire à l'avenir, les participants prendraient différentes mesures, dépendamment de certains facteurs, comme la gravité de la fraude, l'endroit où le produit a été acheté, le prix du produit, s'il a eu un impact sur leur santé, et la quantité de produits achetée.

De nombreux participants ont indiqué qu'ils retourneraient le produit au magasin où ils l'ont acheté pour obtenir un remboursement, surtout s'il s'agit d'un produit dispendieux. Autrement, quelques-uns ont admis qu'ils « atténueraient leur perte » s'il s'agissait d'un produit peu coûteux afin d'éviter de le retourner ou de contacter le commerçant. D'autres examineraient l'emballage pour trouver le numéro à composer afin de signaler le problème au fournisseur ou au fabricant. Quelques-uns feraient des recherches en ligne pour voir si d'autres personnes avaient eu des

expériences similaires, ou en discuteraient avec des amis ou des membres de leur famille. Selon les conséquences sur la santé ou sur leur portefeuille, ils pourraient leur recommander de ne pas acheter le produit ou un autre de la même marque.

Si la fraude posait un risque pour la santé, comme une intoxication alimentaire ou une réaction allergique due à un ingrédient non mentionné, les participants seraient beaucoup plus enclins à réagir, surtout si cela les empêchait d'être malades. Dans ces cas, quelques-uns ont indiqué qu'ils tenteraient de découvrir le nom du ministère gouvernemental chargé de traiter les plaintes. Par contre, si la fraude alimentaire concernait un problème mineur d'étiquetage, plusieurs laisseraient tomber ou prendraient des mesures moins radicales, notamment en contactant le commerçant.

Questionnés sur les conséquences auxquelles ils s'attendaient si une entreprise était trouvée coupable de fraude alimentaire, plusieurs souhaiteraient qu'on mène une enquête pour déterminer s'il s'agit d'un problème généralisé. Les participants voudraient de la transparence dans le processus et que les entreprises fautives soient tenues responsables, en leur imposant des amendes et en leur faisant une mauvaise presse afin que les Canadiens soient informés et puissent faire des choix éclairés concernant les produits et les marques qu'ils achètent. Quelques-uns ont suggéré que les amendes soient proportionnelles à la taille de l'entreprise, à défaut de quoi les grandes sociétés ne subiraient pas un impact financier suffisant et pourraient récidiver.

Opinions sur la gestion de la fraude alimentaire au Canada

Les participants étaient invités à partager leur opinion sur la gestion de la fraude alimentaire au Canada. La plupart étaient d'avis que la fraude alimentaire est bien gérée au Canada et que les aliments vendus ici sont propres à la consommation, surtout lorsqu'on se compare à d'autres pays. Ce sentiment est attribuable au fait que dans la majorité des groupes, aucun participant, sinon un nombre restreint d'entre eux, n'avait été victime de fraude alimentaire, ou connaissait quelqu'un qui l'avait été. Quelques-uns ont également mentionné que lorsqu'un problème de salubrité des aliments survient, comme des rappels d'aliments, des mesures sont prises rapidement pour en informer la population et retirer ces produits des étagères, ce qui a pour effet de les rassurer.

La plupart des participants ont supposé qu'une agence gouvernementale était responsable de gérer la sécurité alimentaire, mais seulement quelques-uns ont mentionné l'ACIA. Ils s'entendaient généralement pour dire qu'il faudrait mieux informer la population sur la fraude alimentaire, les moyens utilisés par le gouvernement pour gérer le problème et ce qu'il convient de faire en cas de fraude. Certains ignoraient vers qui se tourner pour signaler un problème lié à la sécurité des aliments ou une fraude alimentaire.

Quelques-uns étaient d'avis que la fraude alimentaire et la salubrité des aliments en général étaient bien gérées au Canada, mais qu'elles pourraient être améliorées. Ces participants étaient préoccupés par le temps nécessaire pour déceler les problèmes. Certains se rappelaient avoir vu des reportages sur des entreprises alimentaires qui ne respectaient pas les règlements. En examinant ces articles, ils ont constaté que les enquêtes avaient débuté plusieurs années auparavant, ce qui a eu pour effet de diminuer leur confiance en ce qui concerne la rapidité à laquelle les problèmes de salubrité des aliments ou les cas de fraude alimentaire sont identifiés puis résolus.

Connaissance du rôle de l'ACIA pour prévenir la fraude alimentaire

Les participants ont été informés que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) est responsable de réglementer les produits alimentaires au Canada et de s'assurer que les entreprises respectent les règles fédérales sur la salubrité des aliments.

Bien que plusieurs aient déjà entendu parler de l'ACIA, ils étaient peu nombreux à avoir songé à contacter l'Agence en cas de fraude alimentaire ou d'un problème lié à la salubrité des aliments. Ils auraient plutôt eu le réflexe de communiquer avec le commerçant ou le fabricant.

Plusieurs participants ont réitéré qu'ils avaient des connaissances limitées en matière de fraude alimentaire et qu'ils n'avaient par conséquent jamais réfléchi aux personnes à contacter s'ils en décelaient une. Ceux qui n'avaient jamais été victimes de fraude alimentaire songeraient probablement à contacter le commerçant ou le fabricant, plutôt que l'ACIA.

Bon nombre de participants hésiteraient à contacter l'ACIA pour signaler une fraude alimentaire, en raison des longs délais avant d'obtenir une réponse, ou parce que cela n'en vaudrait pas la peine, en particulier pour un problème d'étiquetage comparativement à une préoccupation en matière de salubrité des aliments. Plusieurs craignaient également qu'il soit compliqué et long de faire affaire avec une agence du gouvernement du Canada, ce qui était suffisant pour les dissuader. Toutefois, si la fraude posait un risque pour la santé, les participants seraient plus enclins à contacter l'ACIA.

« If it wasn't severe, or health threatening or anything like that, I don't think it's necessary to take it that far. Maybe when it is health threatening, you know this is not just about getting your money back, you don't want this to happen to somebody else, they should take this out of stores. Maybe then you'd be at the point to actually contact them. » –
Femme, 23 ans, Manitoba [« Si c'était inoffensif ou sans danger pour la santé, je ne crois pas que j'irais aussi loin. Quand ce n'est pas uniquement une question de remboursement et que la santé des gens est en jeu, on ne veut pas que ça arrive à quelqu'un d'autre. À ce moment, le produit devrait être retiré des étagères. »]

Certains participants ont indiqué qu'ils contacteraient d'abord le commerçant ou le fabricant puis, s'ils étaient insatisfaits de la réponse ou des mesures prises, ils se tourneraient vers l'ACIA.

Ceci dit, certains étaient heureux d'apprendre qu'ils pouvaient contacter l'ACIA pour signaler les cas de fraude alimentaire. Ils feraient entièrement confiance à un ministère ou à une agence gouvernementale pour en faire davantage que le commerçant qui leur a vendu le produit ou le fabricant pour régler le problème. Ces participants croyaient qu'on devrait mieux informer les consommateurs du rôle de l'ACIA relativement à la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire, afin qu'ils soient au courant des mesures à prendre en cas de fraude.

« I think the problem is that it's not something that you really hear that much about. So, you don't really know what the avenue is to do anything about it. Personally, I don't know where I would go to report it, apart from complaining to the store or the company. I don't even know what regulations are around it. » – Femme, 65 ans, Île-du-Prince-Édouard
[« Le problème, c'est qu'on n'en entend pas vraiment parler, alors personne ne sait pas quoi faire. Personnellement, j'ignore vers qui je me tournerais pour signaler une fraude, si ce n'est que de me plaindre au commerçant ou au fabricant. Je ne suis même pas au courant des règlements à ce sujet. »]

Nous avons présenté aux participants une capture d'écran de l'outil de signalement des préoccupations liées aux aliments de l'ACIA disponible en ligne :



The screenshot shows the ACIA website interface for reporting food concerns. At the top, there are logos for 'Gouvernement du Canada' and 'Government of Canada', along with a search bar and a language selector set to 'English'. Below the navigation bar, the breadcrumb trail reads: 'Canada.ca > Agence canadienne d'inspection des aliments > Salubrité alimentaire pour les consommateurs'. The main heading is 'Découvrez où vous pouvez déposer une plainte ou signaler une préoccupation alimentaire'. Below this, a sub-heading asks the user to answer questions to determine where to report their concern. A red warning icon with an exclamation mark is followed by the text: 'Nous ne pouvons pas fournir de conseils médicaux. Si vous pensez avoir mangé ou bu quelque chose qui vous a rendu malade, consultez un médecin.' Below this is a mandatory question: '* Votre résidence permanente se trouve-t-elle dans la province de Québec? (obligatoire)'. A dropdown menu is provided for the answer, with the text 'Sélectionnez dans la liste...'. At the bottom left of the form is a blue button labeled 'Allez'.

Les participants étaient peu nombreux à avoir vu ou entendu parler de cet outil auparavant. Parmi ceux qui le connaissaient, certains l'avaient découvert par hasard lors d'une recherche sur la salubrité des aliments, mais ne l'avaient pas utilisé pour signaler une préoccupation ou déposer une plainte.

Cet outil a été perçu comme étant utile par les participants, mais certains étaient d'avis que la population devrait être mieux informée de son existence. Pour instaurer la confiance envers l'outil et son efficacité, plusieurs ont suggéré que l'ACIA en fasse la promotion et explique comment elle l'utilise pour mener ses enquêtes et prévenir la fraude alimentaire.

Opinions sur les rappels d'aliments

Lorsque nous leur avons demandé dans quelle mesure ils étaient préoccupés par les rappels d'aliments en général (c'est-à-dire s'ils ont constamment sur un pied d'alerte pour les rappels d'aliments ou s'ils n'y portent pas attention), les participants avaient des opinions variées.

Parmi ceux qui étaient moins préoccupés, plusieurs ont mentionné qu'aucun des aliments qu'ils avaient achetés dans la dernière année n'avait fait l'objet d'un rappel. D'autres ont expliqué que leur faible niveau de préoccupation envers les rappels d'aliments était dû à leur perception selon laquelle le contrôle et les normes de qualité étaient généralement assez élevés. Quelques-uns avaient l'impression que dans de nombreux cas, les rappels étaient volontaires et faits par souci de prudence et non en raison d'un risque sévère pour la santé.

« The reason why I'm not super worried about it is because generally I feel like a lot of recalls are done out of an abundance of caution, and it's rare that a large number of people get really sick. » – Femme, 33 ans, Colombie-Britannique [« Je ne suis pas préoccupée outre mesure parce que je crois que les rappels sont généralement faits par excès de prudence, et qu'on voit rarement beaucoup de gens malades. »]

Ceux qui étaient assez préoccupés par les rappels d'aliments ont mentionné qu'ils ne recherchaient pas activement les avis de rappel, mais lorsqu'ils en trouvaient, ils y portaient attention pour savoir quels étaient les aliments concernés.

« If I see something, I'll look into it and make sure I try to, you know, learn what's happening. But I'm not going to be actively looking for it everywhere I go. » – Homme, 42 ans, Colombie-Britannique [« Si je vois quoi que ce soit, je fais des recherches pour savoir ce qui se passe. Mais je ne recherche pas activement d'information à ce sujet partout où je vais. »]

Par ailleurs, certains participants assez préoccupés par les rappels d'aliments avaient acheté des produits ayant fait l'objet d'un rappel dans la dernière année et s'inquiétaient des risques pour leur santé. Parmi ceux-ci, certains avaient été victimes d'intoxication alimentaire dans le passé. Quelques-uns ont aussi affirmé qu'ils faisaient activement des recherches sur les rappels d'aliments de temps à autre.

« I've had food poisoning, and I don't want to ever have it again [...] I pay attention to articles. I'll share them with my family, my mother who's elderly. I'm really aware of produce, and you know, kind of e-coli infiltration. And I'm just always looking. I mean, I'm not like crazy paranoid, but if I see an article I'm following it. » – Femme, 34 ans, Île-du-Prince-Édouard [« J'ai déjà été victime d'intoxication alimentaire et je ne veux plus que ça se reproduise. Je fais attention aux produits que j'achète. J'en donne à ma famille, et à ma mère qui est âgée. Je fais attention aux fruits et aux légumes, et je connais le e-coli. Je regarde toujours comme il faut. Je ne suis pas paranoïaque, mais si je vois un produit, je le surveille. »]

Finalement, quelques participants ont expliqué que leurs préoccupations envers la fraude alimentaire concernaient surtout leurs enfants, qu'ils souhaitaient protéger.

« I'll always look over any kind of popular children's product to make sure there's no recalls on that [...] I can consume things that might be moderately damaging, and I don't care. But if anything affects my children, I'm far more concerned. » – Homme, 37 ans, Colombie-Britannique [« Je surveille toujours les produits qui sont populaires auprès des enfants pour m'assurer qu'ils ne font pas l'objet d'un rappel. Si je consomme des aliments qui pourraient être assez dommageables, ça ne me dérange pas. Mais je me préoccupe beaucoup plus de tout ce qui touche mes enfants. »]

Les participants entendent généralement parler des rappels d'aliments dans les reportages (certains ont mentionné CTV, le site Web de Global News, CBC et CBC Marketplace ou les journaux locaux), les médias sociaux, les affiches ou les panneaux d'information dans les épiceries, ou par des proches. Quelques-uns seulement reçoivent des alertes par courriel. Quelques-uns ont aussi raconté qu'ils avaient été contactés par leur épicerie concernant un produit qu'ils avaient acheté et qui avait fait l'objet d'un rappel (le nom de Costco est souvent ressorti).

Certains participants avaient l'impression qu'il était plus difficile qu'autrefois d'obtenir de l'information sur un rappel, puisque plusieurs ne regardaient plus les bulletins de nouvelles à la télévision, n'utilisaient pas les réseaux sociaux, ou ne voyaient plus d'actualités sur ces plateformes.

Un nombre restreint de participants avaient entendu parler des courriels d'alerte avant la discussion.

« I recently learned about the government of Canada's recall email subscription you can sign up for I learned about when I was at school talking about medical devices that were recalled. And I learned that you can sign up via email and you get a newsletter pretty much every day from the Government of Canada with any products at all that are called food or otherwise. A lot of times.

It's auto parts and cars. But I do often read them to be aware of things that might affect me like food. » – Femme, 30 ans, Nouvelle-Écosse [« J'ai récemment entendu parler du service d'abonnement aux courriels de rappels du gouvernement du Canada et dont j'avais appris l'existence quand j'étais à l'école pour parler des dispositifs médicaux faisant l'objet d'un rappel. J'ai aussi appris qu'on pouvait s'inscrire par courriel pour recevoir chaque jour un bulletin d'information du gouvernement du Canada qui mentionne tous les produits, aliments ou autres, ayant fait l'objet d'un rappel. Ce sont souvent des véhicules et des pièces d'automobile, mais je les lis souvent pour être au fait de ce qui pourrait me concerner, comme les aliments. »]

Questionnés sur ce type de notification, les participants ont manifesté un grand intérêt à s'abonner pour recevoir des avis de rappel par courriel de la part d'une agence comme l'ACIA. Certains aimeraient pouvoir personnaliser les avis, que ce soit par région, par type de rappel ou par catégorie d'aliments. Dans l'une des séances, les participants ont dit préférer recevoir les avis par le biais d'une application mobile.

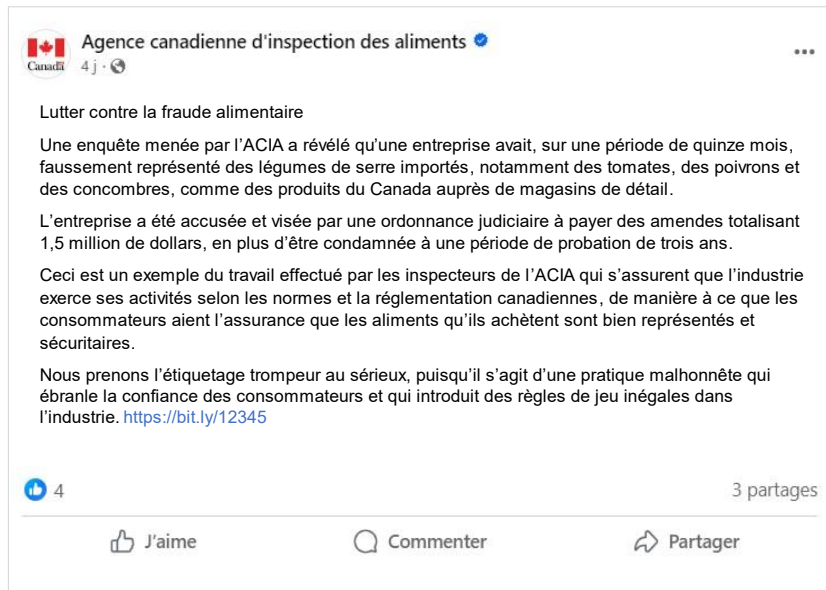
« If it affects only like a small postal code in, you know part of Canada, then perhaps you shouldn't go out to all the subscribers. [...] Then you get like notification fatigue [...] you're probably not going to give that service too much attention. [...] I have Apple News and all the important notifications and stuff get filtered to me every day, and I enjoy reading Apple News anyway because it has all the sources. I feel like that would be the more optimal way of notifying. » – Homme, 39 ans, Alberta [« Si ça touche seulement un code postal dans une région du Canada, l'avis ne devrait pas être envoyé à tous les abonnés. Autrement, on se fatigue et on ne porte pas nécessairement attention aux messages. J'utilise Apple News et tous les avis importants sont filtrés chaque jour avant d'arriver jusqu'à moi. J'aime lire Apple News parce que j'y retrouve toutes les sources d'information. À mon avis, c'est la meilleure façon d'aviser les gens. »]

« J'allais dire les courriels. J'en reçois une tonne par jour, donc je n'arrive jamais à les lire tous. Mais si c'est une application qui m'envoie les notifications, je serai plus porté vers une application qui utilise les courriels. » – Homme, 46 ans, Québec

Réactions aux messages de l'ACIA concernant la fraude alimentaire

Réactions envers un concept de publication destinée aux médias sociaux

Dans le but de recueillir des commentaires sur les messages de l'ACIA concernant la fraude alimentaire, une publication destinée aux médias sociaux a été testée avec les participants. Ceux-ci ont été informés que pour des raisons de nature juridique, le nom de l'entreprise concernée ne pouvait être mentionné dans la publication.



Certains étaient d'avis qu'il s'agit d'une bonne publication qui contribue à sensibiliser les Canadiens à la fraude alimentaire et leur rappelle que l'ACIA mène des enquêtes et tient les entreprises responsables. Pour quelques-uns, ce type de publication inspirerait confiance envers l'ACIA.

Ceux qui avaient une opinion plus neutre ont indiqué qu'ils passeraient probablement outre cette publication s'ils la voyaient dans les réseaux sociaux puisqu'elle ne les concerne pas vraiment ou qu'ils jugent que cette fausse représentation n'est pas si grave.

D'autres commentaires se voulaient plus critiques. Plusieurs participants s'inquiétaient qu'on ne puisse nommer l'entreprise pour des raisons juridiques. Ils croyaient qu'on empêchait ainsi les Canadiens de faire des choix éclairés en évitant d'acheter ces produits ou ces marques, et qu'on instaurait une plus grande crainte envers les aliments de la catégorie mentionnée dans la publication. Certains s'accordaient pour dire qu'en nommant l'entreprise, celle-ci et fort probablement bien d'autres seraient tenues responsables de respecter la réglementation.

« In the absence of a name, It's more fear mongering than anything. I think it's going to keep people from buying peppers, tomatoes, and cucumbers. Not knowing who the guilty party was, you may assume that it's the one at your local grocery store. » – Femme, 41 ans, Terre-Neuve-et-Labrador [« Si aucun nom n'est mentionné, on crée plus de peur qu'autre chose. Je crois que les gens vont s'empêcher d'acheter des poivrons, des tomates et des concombres. Si on ignore qui est responsable, on pourrait penser que c'est un fournisseur de l'épicerie du quartier. »]

Quelques participants ont remis en question le délai de 15 mois nécessaire à l'enquête, qui est loin de les rassurer.

Après avoir lu la publication, plusieurs se sont demandé comment l'entreprise avait pu faussement représenter les fruits et les légumes, et auraient aimé avoir plus d'information. Certains ont suggéré d'ajouter des renseignements, comme les régions touchées et les commerces où ces produits ont été vendus. D'autres auraient souhaité voir un appel à l'action et un lien sur lequel cliquer pour en apprendre davantage. Un lien contenant des renseignements sur la fraude alimentaire en général ou la marche à suivre pour signaler une fraude alimentaire à l'ACIA améliorerait grandement la pertinence et l'utilité de ce type de publication.

Réactions aux messages de l'ACIA

Les participants étaient également invités à commenter les énoncés ci-dessous que l'ACIA pourrait utiliser dans ses communications aux Canadiens :

- Chaque jour, les inspecteurs de l'ACIA veillent à ce que l'industrie respecte les exigences canadiennes.
- Les inspections ciblent les secteurs où les risques sont les plus élevés, notamment ceux les plus susceptibles d'enfreindre les normes et les règlements canadiens.
- Ce travail s'effectue tout au long de la chaîne d'approvisionnement et met en cause de nombreux intervenants dans plusieurs juridictions.
- Lorsque des cas de non-conformité sont détectés, l'ACIA prend les mesures nécessaires pour protéger la population.
- Les consommateurs peuvent être assurés que les aliments qu'ils achètent sont bien représentés et sécuritaires.

Dans l'ensemble, plusieurs trouvaient ces énoncés rassurants puisqu'ils calmaient leurs inquiétudes.

« I would say that this is reassuring to read this. It gives you a little bit more peace of mind to know that this is happening behind the scenes. » – Femme, 48 ans, Ontario [« Je trouve que c'est rassurant de lire ça. Ça nous donne une plus grande tranquillité d'esprit de savoir ce qui se passe en coulisses. »]

Certains étaient ravis qu'on les informe sur le processus et son fonctionnement, mais d'autres, surtout parmi ceux qui ne connaissaient pas l'ACIA, auraient aimé avoir plus de renseignements, comme la fréquence des enquêtes. Quelques participants ignoraient ce qu'étaient les « secteurs où les risques sont les plus élevés », certains doutaient de la validité des énoncés parce qu'il est

impossible de tout inspecter, alors que d'autres voulaient simplement mieux comprendre les règlements en général.

Bon nombre de participants s'accordaient pour dire que les quatre premiers énoncés rendaient le cinquième plus crédible. Pour certains, ces énoncés les sensibilisaient de manière franche. Par contre, d'autres les ont trouvés flous et aimeraient qu'on ajoute des statistiques ou des faits, comme le nombre de fraudes alimentaires décelées dans la dernière année et la rapidité à laquelle les enquêtes ont été menées, de manière à rendre le message plus crédible ou plus rassurant.

Opinions générales et expériences avec les dates « meilleur avant »

Un des principaux objectifs de la recherche consistait à mieux comprendre les opinions des Canadiens quant aux dates « meilleur avant » et de l'utilisation qu'ils en font.

Plusieurs étaient convaincus de pouvoir faire la distinction entre la date limite d'utilisation et la date « meilleur avant » qui figurent sur les emballages d'aliments. Ces participants considéraient la date « meilleur avant » comme une indication de fraîcheur et de qualité, et la date limite d'utilisation, comme le seuil limite après lequel l'aliment n'est plus propre à la consommation.

« Best before, as far as I understand, is that just the food quality has deteriorated. [...] For example, nutritional value and things like that, but they're still safe to consume. Whereas expiration is, it's no longer safe to consume. I think that's the difference. » – Homme, 37 ans, Saskatchewan [« D'après ce que je comprends, la date 'meilleur avant' indique que la qualité de l'aliment diminue, par exemple qu'il perd de sa valeur nutritionnelle, mais qu'on peut toujours le consommer sans danger, alors que la date limite d'utilisation signifie que l'aliment ne peut plus être consommé après cette date. Je crois que c'est la différence. »]

Quelques participants ont admis être moins sûrs de pouvoir distinguer les deux dates. Certains ont indiqué qu'ils supposaient qu'un aliment n'était plus bon après la date « meilleur avant » et le jetaient.

Afin que tous les participants comprennent bien, nous leur avons fourni ces définitions :

La **date limite d'utilisation** est la dernière date à laquelle un aliment peut être consommé.

- Après la date limite d'utilisation, le produit ne devrait plus être consommé en raison des changements dans ses nutriments ou sa composition.
- Une date limite d'utilisation n'est exigée que pour certains aliments, comme les préparations pour nourrissons et les substituts de repas.

La date « meilleur avant » concerne la fraîcheur, la qualité et le temps durant lequel un produit alimentaire non ouvert peut se conserver, et non la sécurité de celui-ci.

- Le produit peut toujours être « bon » et consommé même s'il n'est pas à son « meilleur ».
- La date « meilleur avant » s'applique uniquement aux produits non ouverts et adéquatement entreposés.
- Une fois que le produit est ouvert, sa durée de conservation peut changer et le consommateur doit exercer son jugement avant de le consommer.

Après avoir pris connaissance de ces définitions, certains ont avoué qu'ils n'avaient pas fait la distinction entre ces dates.

À l'épicerie, la plupart des participants portent attention aux dates « meilleur avant » pour certains produits, en particulier la viande et les produits laitiers (comme le lait), comparativement aux aliments surgelés, aux conserves et aux produits séchés, dont les pâtes et autres produits à longue durée de conservation comme les craquelins.

Ceux qui portent le plus d'attention aux dates « meilleur avant » à l'épicerie ont mentionné avoir déjà acheté des aliments dont la date « meilleur avant » était dépassée, sans qu'ils s'en soient aperçus. Plusieurs ont expliqué que leur vigilance avait plus à voir avec un refus de dépenser pour des produits qui approchent de la date « meilleur avant » et qui ne resteront pas frais très longtemps une fois de retour à la maison, qu'avec des préoccupations liées à la salubrité. Quelques-uns ont dit acheter des aliments à prix réduit qui approchent de la date « meilleur avant » parce que leur budget est de plus en plus serré ou parce qu'ils ont l'intention de les consommer sur-le-champ ou de les congeler.

La plupart des participants sont plus indulgents lorsqu'il s'agit des dates « meilleur avant » des produits alimentaires qu'ils ont à la maison, en particulier ceux dans le garde-manger. Ils demeurent toutefois prudents avec certains produits, comme la viande, le poisson et le lait. Plusieurs considèrent que le yogourt et le fromage sont propres à la consommation après la date « meilleur avant ». Ces participants ont expliqué qu'ils surveillaient les signes de détérioration, comme la moisissure, le caillage ou l'odeur du produit pour en évaluer la fraîcheur et déterminer s'ils pouvaient consommer ou non le produit. Il leur arrive parfois d'effectuer des recherches en ligne pour savoir pendant combien de temps un produit peut être consommé sans danger.

Quelques-uns étaient plus stricts envers les dates « meilleur avant » (surtout pour les aliments périssables) et ont indiqué qu'eux-mêmes, ou leur partenaire de vie, avaient tendance à les traiter comme des dates fermes au-delà desquelles les aliments ne devaient pas être consommés. Ces participants s'efforcent de consommer ou de congeler ces aliments avant la date « meilleur avant », après quoi ils les jettent.

Interrogés sur l'éventuelle abolition de la date « meilleur avant » des aliments, la plupart des participants ont exprimé leur désaccord. Ceux-ci s'entendaient pour dire que même si on ne devrait pas utiliser la date « meilleur avant » comme une date définitive, cette information demeure utile, surtout pour les produits comme la viande, le poisson et les produits laitiers. Plusieurs ont admis qu'ils seraient moins inquiets de voir disparaître la date « meilleur avant » des produits comme les épices ou les aliments non périssables.

Des participants craignaient que des produits restent trop longtemps sur les étagères dans les épiceries, surtout compte tenu du fait que les clients sont nombreux à prendre les articles qui se trouvent à l'arrière. Selon eux, il serait difficile de savoir si un produit est périmé avant de l'acheter. Quant aux dates indiquées par le fabricant, certains étaient moins préoccupés. Par contre, d'autres ignoraient pour combien de temps se conservait un produit après avoir été fabriqué, ce qui créerait plus de confusion.

« I wouldn't like that. I still need the best before day, because [removing it] requires me to do research and Google and figure out how long are the eggs good for? And I don't really want to be doing that. » – Femme, 36 ans, Colombie-Britannique [« Ça ne me plairait pas. J'ai encore besoin de la date 'meilleur avant' parce que si elle disparaissait, je devrais faire des recherches sur Google pour savoir pendant combien de temps les œufs se conservent, et je n'ai pas envie de faire ça. »]

Même si plusieurs croyaient que l'abolition des dates « meilleur avant » réduirait probablement le gaspillage alimentaire, ceux-ci ont suggéré de mieux informer les consommateurs sur la différence entre la date limite d'utilisation et la date « meilleur avant », afin de les encourager à inspecter les aliments dont la date « meilleur avant » est passée, au lieu de les jeter.

Sources d'information sur les aliments

Pour terminer la discussion, nous avons demandé aux participants quelles étaient les sources qu'ils consultaient pour obtenir de l'information sur les aliments en général, la nutrition, les recettes et la salubrité des aliments.

Plutôt que de se fier à des sites Web ou à des sources en particulier, de nombreux participants utilisent Google pour trouver l'information dont ils ont besoin. Par exemple, certains utilisent ce moteur de recherche pour savoir pendant combien de temps un aliment est propre à la consommation, pour lire des évaluations sur un produit ou une marque, ou pour trouver une recette. Google les dirige parfois vers des sites Web ou des blogues qui ne figurent pas nécessairement dans leurs favoris ou dont ils ne souviennent pas toujours.

Plusieurs participants, particulièrement les jeunes adultes, utilisent les réseaux sociaux pour obtenir des renseignements sur les aliments ou des recettes. La plupart ont indiqué qu'ils ne

suivaient ou ne visitaient régulièrement aucun compte en particulier, mais qu'ils voyaient plutôt apparaître des publications sur Instagram, Facebook, Pinterest ou TikTok, ou que leurs amis leur envoyaient des publications sur ces plateformes. Quelques-uns suivaient des comptes en particulier, comme des pages d'information sur les aliments ou de recettes, ainsi que des influenceurs dans le domaine du conditionnement physique qui publiaient des recettes de repas sains ou riches en protéines. Les blogues, les comptes de réseaux sociaux, les applications ou les sites Web consultés étaient les suivants : Tasty, Allrecipes, Yummly, What's cooking?, Maangchi, FoodPharmer, Pro Home Cooks, Cassandra Loignon, Feel Good Foodie, alexcook, Ricardo, Au pied de cochon, Qu'est-ce qui mijote?, On mange quoi ce soir?, Uncle Roger et Loblaws/PC Optimum.

Quelques participants utilisaient des livres de recettes, notamment pour ceux qui ont des restrictions alimentaires et qui proposent des recettes pour les personnes souffrant de diabète.

Plusieurs reçoivent de l'information sur les aliments et des recettes de leurs amis et des membres de leur famille. Quelques-uns avaient même déjà consulté un ou une nutritionniste dans le passé. Deux ou trois participants ont parlé des sites Web ou des outils gouvernementaux, comme le Guide alimentaire canadien.

Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires

Attitudes générales et connaissance de la réglementation des aliments et de la conformité

Perceptions de l’approche du Canada en matière de réglementation des aliments

Comme première question, nous avons demandé aux participants de décrire l’approche du Canada en matière de réglementation des aliments.

Les participants étaient généralement d’avis que la réglementation des aliments au Canada est stricte, mais juste, et qu’elle offre une bonne protection aux consommateurs. Du point de vue des entreprises, certains participants estimaient qu’elle était exigeante, particulièrement en termes de documentation et d’étiquetage. Plusieurs étaient d’avis que les règlements étaient difficiles à comprendre et à appliquer, en particulier pour les nouvelles entreprises. Comparativement à d’autres pays, les participants jugeaient que le Canada avait une réglementation excessive; certains croyaient que c’était la bonne chose à faire alors que d’autres étaient un peu moins positifs.

Des discussions s’en sont suivies sur le rôle de l’ACIA et sur la façon dont les entreprises avaient interagi avec elle au sujet de la réglementation et des inspections. Alors que certains estimaient qu’il était facile de communiquer avec l’ACIA (en grande partie par le biais des inspecteurs), d’autres ont affirmé qu’ils avaient parfois de la difficulté à obtenir des réponses en matière de réglementation. Même quand ils les obtenaient, certains avaient l’impression que l’ACIA n’était pas « dans leur équipe » ou que ses conseils n’étaient pas assez précis pour les aider à résoudre un problème.

Réglementation fondée sur les résultats

La connaissance de la « réglementation fondée sur les résultats » était assez faible. Même si ce concept ne leur était pas familier, lorsque nous les avons questionnés à ce sujet, plusieurs ont pu deviner plus ou moins précisément de quoi il s’agissait.

« They only think of what they want from the regulation instead of following a specific process. That is what outcome-based regulation is. » – Importateur-exportateur d’aliments, Ontario [« La réglementation fondée sur les résultats, c’est quand on met l’accent sur ce à quoi on s’attend de la réglementation, au lieu de suivre un processus précis. »]

Dans l’ensemble, plusieurs avaient l’impression que cela pouvait parfois compliquer les choses pour les entreprises en introduisant un procédé par essai et erreur, que ce soit pour démarrer une entreprise, se plier aux nouveaux règlements ou résoudre les problèmes de non-conformité.

Les représentants de petites entreprises notamment ont souligné les difficultés qui s'ensuivraient pour leurs organisations qui n'ont pas de personnel dédié pour s'occuper des règlements, de la nécessité d'éparpiller leurs ressources, de se hâter pour mener des enquêtes, et d'apprendre beaucoup de choses dans un domaine qui ne relève pas de leur spécialité, ou des dépenses importantes qu'ils devraient engager pour embaucher des consultants.

Certains ont mentionné les sommes importantes qu'ils devaient investir dans la machinerie ou les procédés, pour ensuite se faire dire qu'ils n'étaient pas conformes, ou la difficulté à démarrer une entreprise parce que les exigences n'étaient pas claires. En repensant à l'époque où ils s'étaient lancés en affaires, certains propriétaires de petites entreprises ont fait valoir qu'ils auraient eu la tâche plus facile s'ils avaient reçu du soutien de la part de l'ACIA, que ce soit pour la mise en place ou le développement des procédés et des processus. Ces participants auraient souhaité des règlements plus normatifs (que ce soit des conseils, des outils ou des listes de vérification).

Par ailleurs, certains trouvaient logique que la réglementation soit moins prescriptive, mais qu'elle fasse porter aux entreprises la responsabilité de mieux comprendre leurs processus et ce qu'elles doivent faire pour respecter les règlements, surtout celles qui sont dans l'industrie depuis longtemps. Plusieurs croyaient que c'était un signe de respect pour l'industrie et de reconnaissance envers les professionnels qui savent très bien (ou mieux que quiconque) comment obtenir des résultats, et que l'organisme de réglementation est ouvert au dialogue, à l'apprentissage et à la collaboration.

Certains participants s'entendaient pour dire que si les produits alimentaires sont sécuritaires, c'est qu'ils respectent les exigences réglementaires. D'autres ont fait valoir que le respect des exigences allait au-delà de la salubrité des aliments, pour inclure, par exemple, l'étiquetage et les exigences administratives (notamment la traçabilité). Dans certains groupes, les participants se sont demandés où était ou devait être la barre du « salubre » ou « sécuritaire », si cela signifiait simplement qu'il n'y avait aucun danger que les consommateurs soient malades, que les aliments devraient être soumis à un test de salubrité, ou qu'ils pourraient être malsains ou dangereux pour certains, mais pas la majorité des consommateurs.

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)

Connaissance du RSAC

Ce ne sont pas tous les participants qui connaissaient le nom du règlement de l'ACIA, soit le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC). La connaissance de ce règlement était nettement plus élevée chez les participants qui ont comme principale responsabilité la salubrité des aliments ou le contrôle de la qualité, et plus faible chez ceux dont la première activité est la vente au détail. Parmi ceux qui connaissaient bien le RSAC, la plupart ont reconnu qu'il s'agissait

d'un règlement fondé sur les résultats, même si ce ne sont pas tous les participants qui étaient d'accord pour dire qu'il devrait l'être.

Questionnés sur les principales exigences en matière de salubrité énoncées dans le RSAC, quelques participants seulement ont été en mesure d'en nommer, notamment la traçabilité, la lutte antiparasitaire, l'entretien des établissements et des équipements, les autres contrôles préventifs, la délivrance de permis, la planification des risques, l'étiquetage et l'emballage. Lorsque nous leur avons présenté la liste, plusieurs ont indiqué qu'ils connaissaient ces exigences, mais ont surtout fait référence à leurs propres normes et procédures (comme la température des frigos, des registres à tenir, les normes en matière d'entretien qu'ils appliquent, les tests périodiques de la machinerie, la fraîcheur des produits, les renseignements qui doivent obligatoirement figurer sur leurs étiquettes de produits, l'obligation de pasteuriser le lait, etc.) plutôt qu'à des termes plus génériques ou aux règlements auxquels ils sont assujettis. Dans certains groupes, les participants étaient confus à savoir quel était le palier de gouvernement ou quelle était l'agence gouvernementale responsable de certains règlements.

En ce qui concerne la facilité ou la difficulté pour les entreprises de respecter les règlements sur les aliments au Canada, la plupart des participants ont affirmé que c'était relativement facile ou du moins, pas très difficile. Ils s'entendaient également pour dire qu'en général, l'industrie comprenait l'importance des règlements et que leurs entreprises voulaient ce qu'il y a de mieux pour les consommateurs et souhaitaient appliquer les normes les plus élevées, peu importe les circonstances. Certains participants ont indiqué qu'ils dépassaient les normes de l'ACIA, parce qu'ils estimaient que ce sont des exigences minimums et qu'ils souhaitent faire mieux, ou parce qu'ils respectent des certifications ou des normes (souvent internationales) plus strictes que les exigences canadiennes.

Pour ce qui est défis en matière de conformité, des points précis ont été soulevés concernant les interactions avec l'ACIA. Plus précisément, les participants ont mentionné la difficulté à travailler ou à communiquer avec l'Agence, par exemple l'incapacité à obtenir des réponses aussi rapidement qu'ils l'auraient souhaité, les opinions ou les conseils contradictoires qu'ils ont reçus de l'ACIA selon la personne avec qui ils se sont entretenus, le sentiment de vulnérabilité ou d'incertitude pour l'entreprise qui souhaite se conformer ou savoir si elle est sur la bonne voie, et l'ambiguïté au chapitre des attentes en général.

D'autres défis relatifs à la conformité ont été mentionnés, notamment :

- Le fait de ne pas toujours savoir si les fournisseurs respectent les règlements à la lettre;
- La compréhension et le respect des règlements relatifs au commerce interprovincial;
- L'étiquetage (les étiquettes qui doivent être bilingues);

- Les dates limite d'utilisation (un volume considérable d'aliments qui se retrouvent dans les banques alimentaires après la date de « péremption », mais qui sont toujours propres à la consommation);
- Les petites entreprises qui croulent sous la paperasse;
- Des problèmes de traçabilité ou de contrôle de la qualité, notamment avec les produits importés,

Les participants de l'industrie du bétail ont fourni des exemples précis, comme la difficulté à étiqueter les jeunes vaches, les étiquettes déchirées et les règles excessivement strictes des abattoirs et des maisons d'encan qui rendent ces services moins accessibles.

Les participants étaient également invités à expliquer comment ils parvenaient à respecter les règlements sur les aliments. Plusieurs ont fait valoir que les produits canadiens étaient soumis à des normes élevées et qu'ils se classaient parmi les meilleurs au monde, ce qui leur ouvrait de nombreux marchés à l'international. La traçabilité et une tenue détaillée des registres de leur part et de celle de tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement leur permettent également de respecter les règlements. Ces registres permettent de déterminer si le consommateur éprouve un problème, le maillon de la chaîne d'approvisionnement où le problème a pu se produire, et de se protéger si les documents indiquent clairement que les règles et les règlements ont tous été respectés. Quelques-uns ont aussi fait valoir qu'un registre bien tenu contribue à des rappels rapides et rigoureux. Certains participants ont attribué une partie de leur succès aux bonnes relations qu'ils entretiennent avec l'ACIA en général, et avec les inspecteurs qui font preuve d'empressement et qui vont au-delà de ce qu'on attend d'eux, notamment en proposant des idées et en exprimant leurs opinions aux diverses étapes du processus. D'autres ont indiqué que l'ACIA leur faisait parvenir des liens vers les documents ou les règlements qu'ils cherchaient.

Les participants avaient le sentiment qu'en fin de compte, bien des règlements sont une question de « gros bon sens ».

« Because of the regulations that we follow, we're just a bit more strict. But at the end of the day, we're sending out quality product. And that's just part of the job. » – Importateur-exportateur et fabricant de produits alimentaires, Colombie-Britannique
 [« La réglementation à laquelle nous nous conformons fait en sorte que nous sommes plus stricts. Mais en fin de compte, nous fournissons des produits de qualité, et ça fait partie de notre travail. »]

En résumé, bien que tous les participants fussent convaincus de pouvoir intégrer les règlements de l'ACIA à leurs activités, puisque ce sont des exigences pour mener et maintenir leurs activités au Canada, plusieurs étaient d'avis que le RSAC (règlement fondé sur les résultats) était le plus

simple ou le plus efficace pour toutes les entreprises, compte tenu des défis auxquels elles sont confrontées.

Rôle de l'ACIA dans les règlements sur la salubrité des aliments

Nous avons demandé aux participants de décrire en leurs propres mots le rôle de l'ACIA. Essentiellement, l'ACIA est généralement considérée comme l'organisme de réglementation pour l'industrie alimentaire canadienne et l'entité qui veille à la salubrité des aliments que les Canadiens consomment. Certains ont également mentionné qu'un de ses rôles consiste à s'assurer que les mêmes normes sont respectées partout au pays et dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. L'Agence a été décrite comme « quelque part entre un policier et un arbitre ». La protection du consommateur a également été mentionnée dans le contexte du mandat de l'ACIA.

« I think it's to keep businesses and consumers safe and ensure that businesses are doing good practice to keep the consumer safe. » – Détaillant en alimentation, Alberta [« Je crois qu'elle veille à protéger les entreprises et les consommateurs, et s'assure que les entreprises appliquent de bonnes pratiques pour protéger le consommateur. »]

« En règle générale, c'est de protéger les Canadiens et les Canadiennes, les garder les plus sûres en termes de salubrité. Sa mission et son rôle, c'est justement de s'assurer que toutes les entreprises respectent la réglementation qui est émise par le gouvernement. »
– Distributeur grossiste, Québec

Pour ce qui est de l'aide fournie aux entreprises pour respecter les règlements canadiens sur les aliments, ceux qui avaient pu compter sur le soutien de l'ACIA dans le passé la considéraient comme un partenaire. Ces participants ont souvent parlé de l'aspect éducatif – l'ACIA (les inspecteurs, les superviseurs ou un représentant régional avec qui ils ont établi une relation) les avait aidés à trouver de l'information ou leur avait fait parvenir les renseignements dont ils avaient besoin en matière de réglementation, en particulier au moment de démarrer leur entreprise. Même si certains croyaient que la bureaucratie était trop rigoureuse à certains égards, d'autres s'accordaient pour dire que l'ACIA est disposée à travailler avec l'industrie et qu'elle fait preuve de souplesse, en particulier pour les nouveaux développements (par exemple pour intégrer l'IA aux activités d'une entreprise).

Des participants ont également mentionné qu'après avoir reçu l'aide de l'ACIA, des entreprises se sont mises à examiner plus attentivement leurs fournisseurs et, dans certains cas, les ont remplacés après que l'Agence leur ait signalé certains manquements.

Dates « meilleur avant »

Les opinions à l'égard des dates « meilleur avant » sont généralement qu'elles jouent un rôle important dans la sécurité alimentaire. Même s'il est le plus souvent considéré du point de vue de la sécurité des consommateurs, quelques participants ont admis que ce rôle était tout aussi important pour leur entreprise. Toutefois, dans la majorité des cas, il n'était pas très présent dans l'esprit des entreprises.

Les participants qui considèrent que ces dates sont importantes du point de vue de l'entreprise ont parlé du contrôle des stocks. Ils ont mentionné la règle du « premier arrivé, premier sorti » qu'ils ont mise en place, et le fait qu'ils réclament de leurs fournisseurs que les produits qu'ils se font livrer aient une durée de conservation basée sur les dates « meilleur avant », de manière à avoir suffisamment de temps pour la transformation. Les participants avaient également l'impression que ces dates contribuaient grandement à protéger les entreprises, notamment des plaintes des consommateurs. Pour certains, elles constituent la garantie offerte aux clients que le produit conservera sa fraîcheur ou demeurera propre à la consommation jusqu'à la date indiquée, agissant ainsi comme un sceau de qualité (plutôt que simplement une mesure de salubrité alimentaire).

Quelques participants ont fait le lien entre les dates « meilleur avant » et le gaspillage alimentaire, même si c'était principalement du point de vue du consommateur plutôt que de l'entreprise.

Dans l'optique des entreprises, certains ont fourni des exemples, comme le fait qu'ils recevaient des produits nécessaires à la transformation et qui avaient une durée de conservation réduite (basée sur la date « meilleur avant »), ce qui pouvait entraîner du gaspillage alimentaire s'ils ne pouvaient pas les utiliser rapidement. Un autre exemple était la nécessité d'acheter un produit en grandes quantités, mais de devoir en jeter une grande partie une fois la date « meilleur avant » dépassée, parce qu'ils étaient incapables de tout transformer. Ces participants n'avaient pas l'impression que ce produit était périssable et croyaient qu'ils auraient pu continuer à l'utiliser de façon sécuritaire ou le soumettre à des tests pour s'assurer qu'il était sans danger longtemps après la date « meilleur avant ». Quelques fabricants de produits à durée de conservation plus longue que ce que suggère la date « meilleur avant », comme des boissons, croyaient qu'il y aurait moins de gaspillage dans leur entreprise si ce n'était des dates « meilleur avant » affichées sur leurs produits.

Certains ont affirmé qu'en tant que consommateurs, ils ne se fiaient pas toujours aux dates « meilleur avant », tout dépendamment des produits. Toutefois, les participants étaient généralement d'avis que ces dates étaient importantes pour les consommateurs et les entreprises, et que leur abolition créerait au mieux de la confusion et au pire, à un risque pour la

sécurité des consommateurs. Certains ont réitéré l'importance des dates « meilleur avant » à des fins de responsabilité civile et qu'en leur absence, les entreprises pourraient se retrouver facilement en difficulté (ou devoir offrir un remboursement) si les consommateurs étaient malades après avoir consommé des aliments avariés. Plusieurs étaient d'avis que l'abolition des dates « meilleur avant » n'était pas une bonne chose pour les entreprises qui pourraient perdre de leur crédibilité aux yeux des consommateurs. Quelques participants s'inquiétaient des répercussions sur les normes relatives au contrôle de la qualité et à la salubrité des aliments au Canada.

« I wouldn't say there'd be more food waste, but there'd be probably a lot more sick people. » – Fabricant de produits alimentaires, Alberta [« Je ne crois pas qu'il y aurait plus de gaspillage alimentaire, mais il y aurait probablement plus de gens malades. »]

« No, we need to have it on there just to have a guideline that we guarantee good quality before that day. And if you go over it - at your own risk, but don't come back to me. » – Importateur-exportateur de produits alimentaires, Alberta [« Nous avons besoin de ces dates, ne serait-ce que pour avoir une ligne directrice pour garantir la qualité du produit avant la date indiquée. Si vous la dépassez, vous le faites à vos propres risques, mais ne tenez pas notre entreprise responsable. »]

Fraude alimentaire

Pour des fins de mise en contexte, la définition qui suit de la fraude alimentaire a été présentée aux participants :

La fraude alimentaire survient lorsque des aliments sont faussement représentés. Elle peut poser un risque pour la santé si, par exemple, des allergènes non identifiés ou des matières dangereuses sont ajoutés aux produits alimentaires. Elle peut également avoir un impact économique sur le consommateur qui achète un produit de qualité inférieure.

Il existe quatre types de fraudes alimentaires :

- La substitution
- L'ajout d'adultérant ou la dilution
- L'étiquetage trompeur
- Les affirmations mensongères ou trompeuses

Les participants étaient très peu nombreux à avoir été victimes de fraude alimentaire, et encore moins à avoir reçu des plaintes de la part de consommateurs. Quelques-uns ont indiqué qu'il leur était peut-être déjà arrivé d'en déceler ou d'en soupçonner une dans le passé. À titre d'exemple, un participant a mentionné qu'il ignorait si les allégations selon lesquelles un produit est biologique étaient toujours vraies, vérifiées ou bien certifiées. D'autres ont parlé de situations où

du miel importé d'autres pays avait été faussement représenté ou auquel on avait ajouté un adultérant, mettant ainsi de la pression sur toute l'industrie, y compris au Canada. Quelques autres ont mentionné un cas de fausse représentation d'un type de blé qui avait eu un impact direct sur leur entreprise, jetant une ombre sur l'ensemble de la catégorie d'aliments.

S'ils étaient accusés ou trouvés coupables de fraude alimentaire, les participants s'entendaient généralement pour dire qu'ils iraient au fond des choses pour corriger la situation le plus rapidement possible en passant en revue leurs propres processus et procédures, avant de remonter la chaîne d'approvisionnement et poser des questions afin de découvrir la cause.

Les contrôles préventifs conçus pour empêcher la fraude alimentaire et que la plupart des participants ont mis en place incluent ce qu'ils appellent leurs procédures standards de contrôle de la qualité, comme le pesage des produits, l'inspection visuelle ou autre, et un examen minutieux des étiquettes de tout ce qui entre dans la fabrication de leurs produits. Certains procèdent également à des tests aléatoires sur les produits qu'ils reçoivent de leurs fournisseurs.

Par contre, de nombreux participants avaient de la difficulté à nommer précisément les contrôles qu'ils ont mis en place pour éviter les répercussions de la fraude alimentaire. Ceux qui font affaire avec des fournisseurs de matières premières ont expliqué qu'ils avaient bâti des relations solides et de confiance avec ceux-ci, et qu'ils choisissaient soigneusement les nouveaux fournisseurs en apprenant à bien les connaître. Plusieurs s'assurent également que les fournisseurs ont les certifications nécessaires et des procédures de traçabilité adéquates. Ces relations contribuent grandement au sentiment de confiance vis-à-vis les produits qu'ils utilisent ou qu'ils (re)vendent à savoir qu'aucun d'eux n'est sujet à la fraude alimentaire. En général, les participants ont une grande confiance envers le système canadien de réglementation de la salubrité des aliments et croient que si les produits se sont rendus jusqu'à eux par le biais de ce système, c'est qu'ils respectent les normes établies et qu'on peut se fier aux étiquettes.

Questionnés à savoir s'ils signaleraient les cas de fraude alimentaire qui surviennent dans leur industrie à l'ACIA, les participants avaient des avis partagés. Certains s'abstiendraient alors que d'autres le feraient probablement, mais seulement après avoir exploré d'autres avenues, que ce soit en s'adressant directement à l'entreprise soupçonnée de fraude ou en le signalant d'abord à une association de l'industrie. Quelques-uns seraient plus enclins à faire un signalement de façon anonyme. D'autres ont mentionné que cela dépendrait du « niveau de preuve » dont ils disposent. La principale motivation pour signaler une prétendue fraude serait si celle-ci procurait un avantage concurrentiel à l'entreprise accusée. Les participants s'inquiétaient également des répercussions sur l'ensemble de la catégorie d'aliments ou du secteur d'activité si la fraude n'était pas traitée comme il se doit – comment une « pomme pourrie » peut ternir l'image ou la réputation des autres.

Plusieurs étaient d'accord à ce que l'ACIA publie plus de renseignements sur les produits faussement représentés découverts durant les inspections. Selon eux, ce genre de publication devrait inclure les règles qui ont été enfreintes, la manière dont ça s'est produit, l'impact sur les consommateurs ou la salubrité des aliments, et la façon dont la fraude a été détectée. La plupart des participants avaient l'impression que par souci de transparence, il faudrait rendre public le nom du produit, de la marque et/ou de l'entreprise reconnue coupable de fraude alimentaire.

Par contre, certains participants ont admis qu'il s'agissait de leur opinion en tant que consommateur, mais que du point de vue de l'entreprise, l'ACIA devrait soigneusement évaluer les conséquences d'une telle publication et que l'information devrait être rendue publique uniquement si les avertissements répétés ont été ignorés ou si la fraude alimentaire est une tendance ou un problème récurrent avec une marque ou une entreprise. Les participants s'accordaient également pour dire qu'il faudrait une preuve solide de l'identité du contrevenant et que la fraude commise était délibérée, systémique ou malicieuse, et non pas le résultat d'une erreur humaine accidentelle ou une omission unique. Certains ont mentionné que l'ACIA devrait faire preuve de transparence en ce qui concerne les entreprises qui ont apporté les correctifs nécessaires et boucler la boucle en publiant cette information.

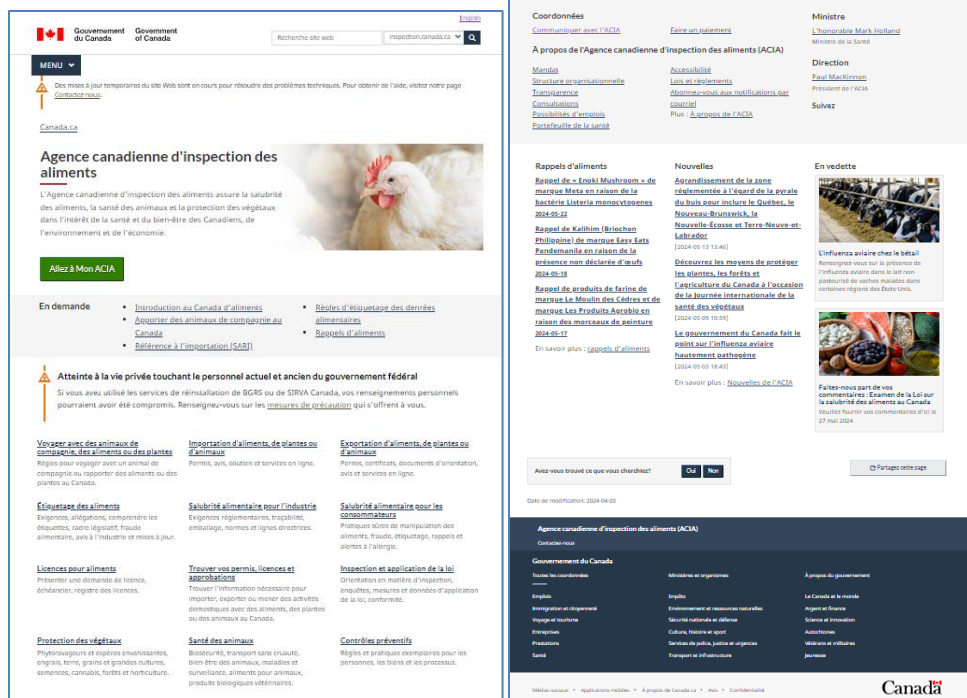
Les participants qui vendent du poisson ou des produits de la mer étaient fortement convaincus que leurs produits étaient correctement étiquetés et mentionnaient bien le nom usuel du poisson. Même s'ils étaient peu nombreux à parler de substitutions qui se seraient produites dans leur industrie, en particulier dans d'autres pays ou avec les produits importés, ils ont souligné que les vérifications au Canada étaient de qualité. Si une fraude devait survenir dans cette catégorie, certains ont supposé qu'elle serait perpétrée à la source ou près de celle-ci, par exemple sur le bateau ou peu de temps après (au niveau du courtier), avant que le produit soit importé au Canada. D'autres croyaient que la fraude serait commise par le commerçant. D'autres croyaient que la fraude serait commise par le commerçant.

Outils de l'ACIA

Divers outils virtuels de l'ACIA ont été présentés aux participants afin d'évaluer leur niveau de connaissance et recueillir leurs commentaires.

Site Web de l'ACIA

Tout d'abord, nous avons présenté la page principale du site Web de l'ACIA aux participants et leur avons demandé s'ils l'avaient consulté au cours des dernières années. Dans tous les groupes, plusieurs l'avaient utilisé pour obtenir de l'information pour leur entreprise.



Parmi les utilisateurs du site Web, les commentaires étaient généralement positifs. Ceux-ci ont été en mesure d’y trouver ce qu’ils cherchaient. Certains ont parlé de la facilité à laquelle ils ont trouvé l’information désirée en utilisant les options de menu. Invités à faire d’autres commentaires, certains ont suggéré de mettre en évidence les renseignements sur les rappels d’aliments, et d’offrir plus de ressources que les propriétaires ou les gestionnaires d’entreprise pourraient présenter à leurs employés.

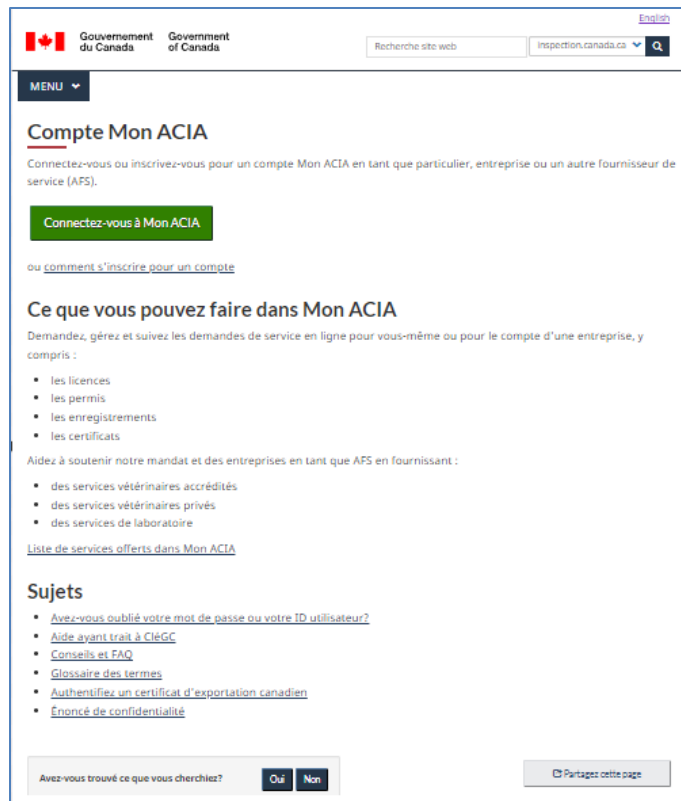
Dans l’ensemble, les participants ne connaissaient pas bien l’assistant virtuel et n’ont pas été en mesure de formuler des commentaires.

Mon ACIA

Quelques participants seulement avaient déjà utilisé Mon ACIA et pour les autres, le niveau de connaissance à l’égard de ce service était assez faible.

Certains ont mentionné que d’autres personnes au sein de leur entreprise avaient un compte, mais eux-mêmes n’avaient jamais utilisé le service. Quelques-uns seulement connaissaient le service, mais ne l’avaient pas utilisé puisque leur province s’occupait d’octroyer les permis.

Parmi les utilisateurs du service, la plupart l’ont trouvé convivial et pratique, notamment pour renouveler ou modifier un permis. Quelques-uns l’avaient trouvé compliqué de prime abord, puis de plus en plus facile par la suite. Ils appréciaient également l’empressement du personnel de l’ACIA à répondre à leurs questions.



Demandez à l'ACIA

Nous avons demandé aux participants s'ils avaient déjà communiqué avec l'ACIA par le biais du site Web. Une poignée d'entre eux l'avaient fait. Cependant, plusieurs ont indiqué qu'ils connaissaient une personne-ressource ou un inspecteur avec qui ils communiquaient lorsqu'ils avaient des questions.

Quelques-uns ont expliqué qu'ils étaient tombés sur la page « contactez-nous » avant de communiquer avec l'ACIA pour obtenir des réponses.

De façon générale, ceux qui avaient contacté l'ACIA de quelque manière que ce soit ont trouvé que l'information reçue était utile et précise.

Ils étaient très peu nombreux à avoir entendu parler du service Demandez à l'ACIA, mais deux ou trois ont indiqué qu'il leur semblait familier et qu'ils croyaient l'avoir déjà utilisé pour obtenir des renseignements.

Efficacité des communications relatives au RSAC

Très peu de participants avaient reçu ou se rappelaient avoir reçu des communications directement de l'ACIA. Dans la plupart des cas, les communications sur les règlements provenaient de tierces parties, comme des bulletins d'information des associations de l'industrie ou des communications informelles d'autres personnes dans leur industrie.

L'information publiée par les associations de l'industrie semblait avoir la préférence de certains qui semblaient croire que les communications provenant directement de l'ACIA pouvaient se perdre ou ne pas être adaptées à leurs besoins. Certains souhaiteraient recevoir plus de communications de la part de l'ACIA si elles étaient divisées par industrie afin que les entreprises puissent trouver l'information qui les concerne.

Lorsque nous leur avons demandé comment les communications pouvaient être améliorées, les participants ont mentionné des améliorations qui toucheraient les consommateurs, comme mieux les informer sur ce que l'ACIA fait pour assurer la salubrité des aliments et inspirer la confiance des consommateurs.

Certains ont indiqué qu'ils aimeraient avoir une personne-ressource à l'ACIA qu'ils pourraient joindre rapidement pour obtenir les renseignements dont ils ont besoin. De la même façon,

quelques-uns croyaient que la relation avec l'ACIA devrait en être une de partenariat où l'entreprise travaille de concert avec la personne-ressource à l'Agence, au lieu d'une relation à sens unique.

« It would be great to have that support where you can have that designated person that you built that relationship with. You reach out and you can call in and feel like you're getting really trusted information and not need to be cautious about what to share. [...] Just to really feel like it's a partnership, and it's not policing or punishment. But it's more on the educational side. » – Importateur-exportateur et fabricant de produits alimentaires, Ontario [« Ce serait formidable d'avoir du soutien de la part d'une personne désignée avec laquelle tisser des liens. Il suffirait de téléphoner pour obtenir des renseignements fiables, sans devoir faire attention à ce qu'on dit. J'aimerais sentir que c'est un partenariat et non un service de surveillance ou une punition, mais plutôt un service d'éducation. »]

Les participants ont également souligné le manque de soutien et de services bilingues dans les régions où le français est la langue de la minorité.

Résultats de la recherche quantitative – Sondage sur la salubrité des aliments auprès des consommateurs

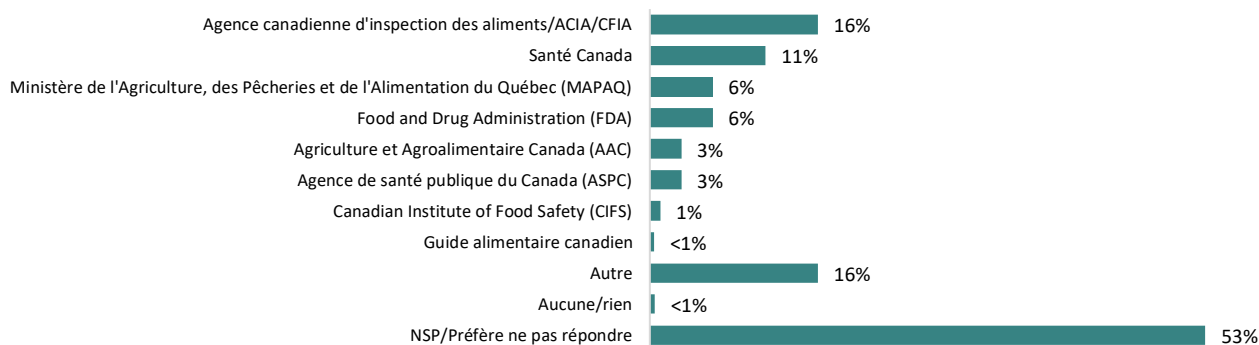
Connaissance de l'ACIA

Sans leur fournir une liste d'options, nous avons demandé aux répondants de nommer les organisations qui leur venaient en tête quand ils pensaient à la salubrité des aliments.

Plus de la moitié des répondants (53 %) n'ont pu nommer d'organisations qui se consacrent à la salubrité des aliments au Canada.

Sans aide, plus d'un répondant sur dix (16 %) a mentionné l'ACIA, suivi de Santé Canada (11 %), du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (6 %), de la Food and Drug Administration aux États-Unis (6 %), d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (3 %), de l'Agence de santé publique du Canada (3 %), du Canadian Institute of Food Safety (1 %) et du Guide alimentaire canadien (<1 %).

Figure 1. Connaissance des organisations canadiennes qui se consacrent à la salubrité des aliments (sans aide)



QF1. Lorsque vous songez à des organisations canadiennes qui se consacrent à la salubrité des aliments, quelles organisations vous viennent à l'esprit?
Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

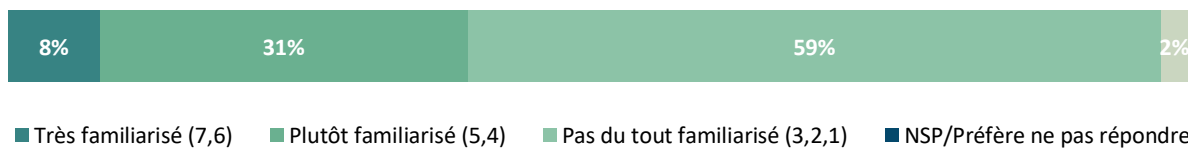
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de mentionner l'ACIA spontanément lorsqu'ils songent aux organisations canadiennes qui se consacrent à la salubrité des aliments étaient les suivants :

- Les personnes de 35 à 54 ans (19 %) et celles âgées de 55 ans et plus (17 %) comparativement aux 18 à 34 ans (11 %)
- Ceux dont le revenu du ménage est de 40 000 \$ à 80 000 \$ (18 %) ou supérieur à 80 000 \$ (19 %), comparativement à ceux avec un revenu inférieur à 40 000 \$ (10 %)

- Les personnes qui ont fait des études universitaires, comparativement à celles qui ont un secondaire ou moins (20 % contre 12 %)

Environ trois répondants sur cinq (59 %) n'étaient pas familiarisés avec les activités de l'ACIA, alors que près du tiers (31 %) étaient assez familiarisés. Une plus faible proportion était très familiarisée avec les activités de l'ACIA (8 %).

Figure 2. Connaissance de l'ACIA



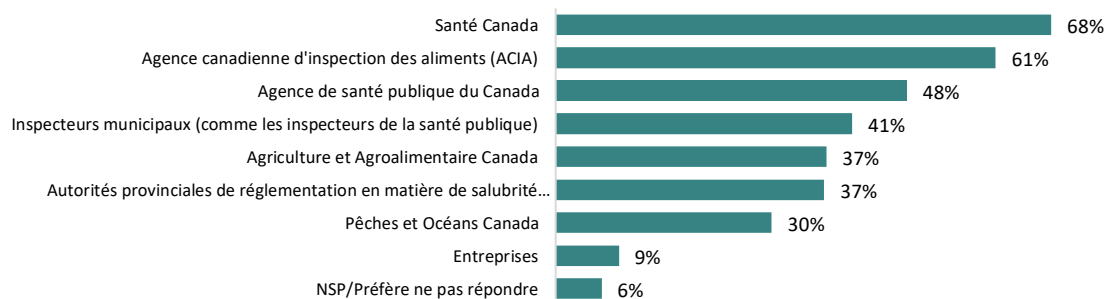
QF2. Dans quelle mesure êtes-vous familiarisé(e) avec les activités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Ceux qui étaient très préoccupés par la fraude alimentaire étaient plus susceptibles d'être familiarisés avec les activités de l'ACIA (14 %).

Lorsque nous leur avons fourni une liste d'organisations et leur avons demandé quelles étaient celles auxquelles ils songeaient quand ils entendaient parler de salubrité des aliments au Canada, la majorité des répondants a mentionné Santé Canada (68 %), suivi de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (61 %) et de l'Agence de la santé publique du Canada (48 %). Près de deux répondants sur cinq ont choisi les inspecteurs municipaux (41 %), Agriculture et Agroalimentaire Canada (37 %) et les autorités provinciales de réglementation en matière de salubrité alimentaire (37 %), tandis que 30 % ont choisi Pêches et Océans Canada et 9 %, les entreprises.

Figure 3. Connaissance des organisations canadiennes qui se consacrent à la salubrité des aliments (avec aide)



QF3. Lorsque vous songez à des organisations qui se consacrent à la salubrité des aliments, lesquelles parmi les suivantes vous viennent à l'esprit? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de choisir l'ACIA étaient les suivants :

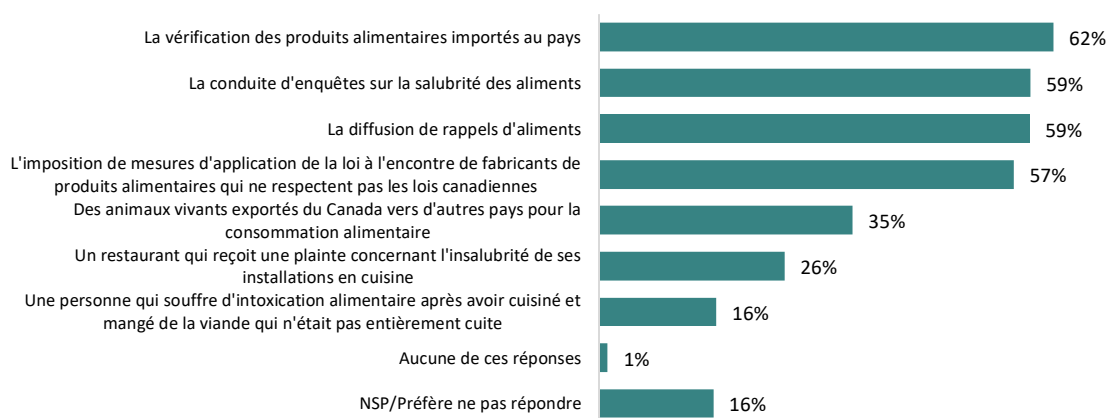
- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles âgées de 18 à 34 ans (67 % contre 43 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (63 % contre 54 %)

Lorsque nous leur avons présenté une liste de rôles en lien avec la salubrité des aliments, plus de trois répondants sur cinq (62 %) croyaient que l'ACIA vérifiait les produits alimentaires importés au pays. Une proportion similaire croyait qu'elle menait des enquêtes sur la salubrité des aliments (59 %), qu'elle diffusait des rappels d'aliments (59 %), et qu'elle imposait des mesures d'application de la loi à l'encontre de fabricants de produits alimentaires qui ne respectent pas les lois canadiennes (57 %).

Plus des deux tiers des répondants croyaient que l'ACIA s'occupe des animaux vivants exportés du Canada vers d'autres pays pour la consommation alimentaire (35 %). Une proportion plus faible pensait que l'ACIA traite les plaintes concernant l'insalubrité des installations en cuisine dans les restaurants (26 %) ou lorsque des gens sont victimes d'une intoxication alimentaire après avoir cuisiné et mangé de la viande qui n'était pas entièrement cuite (16 %).

Dans l'ensemble, 16 % ignoraient si l'ACIA intervenait dans de telles situations, alors que quelques-uns seulement pensaient qu'elle n'était pas du tout impliquée (1 %).

Figure 4. Perceptions des rôles de l'ACIA en matière de salubrité des aliments



QF4. À partir de la liste qui suit, veuillez indiquer toutes les situations qui concernent le mandat de l'ACIA selon vous. Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

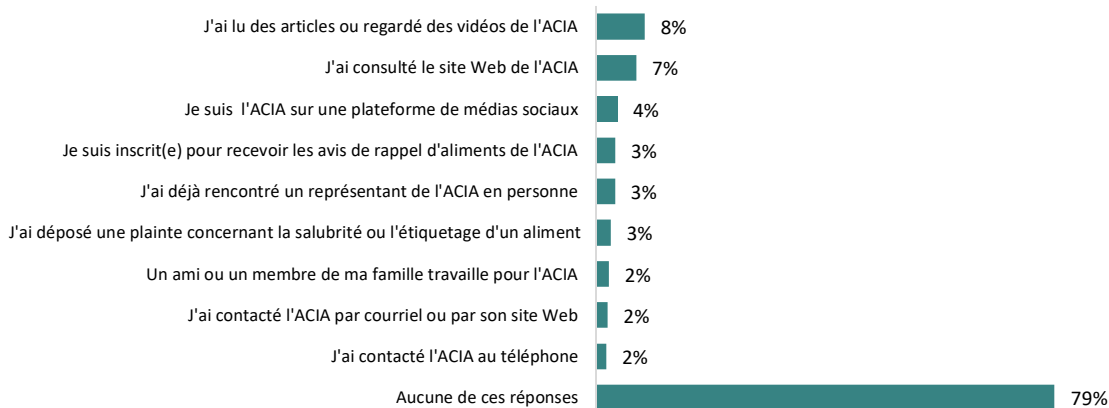
- Les répondants du Canada atlantique étaient plus susceptibles que ceux des autres régions à croire que l'ACIA traitait les plaintes concernant l'insalubrité des installations en cuisine d'un restaurant (40 % contre 25 %).
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus enclines à croire que l'ACIA intervient dans les situations suivantes, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins :
 - Vérifier les produits alimentaires importés au pays (73 % contre 55 %)
 - Mener des enquêtes sur la salubrité des aliments (67 % contre 54 %)
 - Diffuser des rappels d'aliments (68 % contre 53 %)
 - Imposer des mesures d'application de la loi à l'encontre de fabricants de produits alimentaires qui ne respectent pas les lois canadiennes (63 % contre 53 %)
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles que celles de 18 à 34 ans à croire que l'ACIA intervenait lorsque des animaux vivants sont exportés du Canada vers d'autres pays pour la consommation alimentaire (39 % contre 31 %).

Contacts avec l'ACIA

La plupart des répondants n'avaient eu aucun contact avec l'ACIA (79 %).

Près d'un répondant sur dix avait lu des articles ou regardé des vidéos de l'ACIA (8 %) ou consulté son site Web (7 %). Une plus faible proportion suivait l'ACIA dans les médias sociaux (4 %), s'était inscrite pour recevoir les avis de rappels d'aliments (3 %), avait eu des contacts en personne avec un employé de l'ACIA (3 %), avait déposé une plainte concernant la salubrité ou l'étiquetage d'un aliment (3 %), avait un ami ou un membre de la famille qui travaille pour l'ACIA (2 %), ou avait contacté l'ACIA sur son site Web (2 %) ou au téléphone (2 %).

Figure 5. Contacts avec l'ACIA



QF5. Veuillez choisir tous les énoncés qui s'appliquent à vous. Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

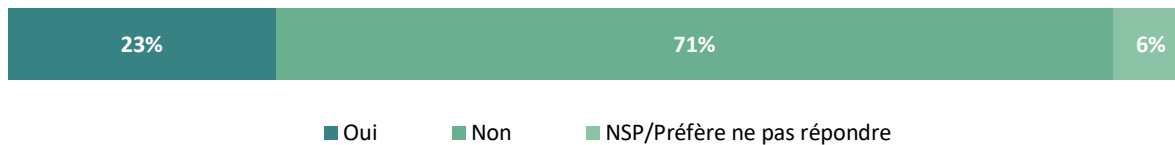
Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

- Les personnes de 18 à 34 ans étaient plus susceptibles que celles de 55 ans et plus d'avoir fait ce qui suit :
 - Consulté le site Web de l'ACIA (9 % contre 5 %)
 - Contacté l'ACIA au téléphone (3 % contre 1 %)
- Les personnes de 18 à 34 ans étaient plus susceptibles que les 35 ans et plus d'avoir fait ce qui suit :
 - Suivi l'ACIA sur une plateforme de médias sociaux (7 % contre 2 %)
 - S'être inscrites pour recevoir les avis de rappel d'aliments de l'ACIA (6 % contre 2 %)
- Les hommes étaient plus enclins que les femmes à avoir fait ce qui suit :
 - Suivi l'ACIA sur une plateforme de médias sociaux (5 % contre 2 %)
 - S'être inscrits pour recevoir les avis de rappel d'aliments de l'ACIA (4 % contre 3 %)
 - Rencontré un représentant de l'ACIA en personne (4 % contre 2 %)
 - Contacté l'ACIA au téléphone (3 % contre 1 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible étaient plus susceptibles que ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels à avoir fait ce qui suit :
 - Consulté le site Web de l'ACIA (13 % contre 6 %)
 - Suivi l'ACIA sur une plateforme de médias sociaux (8 % contre 3 %)

- S'être inscrits pour recevoir des avis de rappel d'aliments de l'ACIA (8 % contre 2 %)
- Contacté l'ACIA par courriel ou sur le site Web (5 % contre 1 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre de leur ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires étaient plus nombreuses que celles qui n'en ont pas à avoir fait ce qui suit :
 - Lu des articles ou regardé des vidéos de l'ACIA (11 % contre 7 %)
 - S'être inscrites pour recevoir des avis de rappel d'aliments de l'ACIA (6 % contre 2 %)
 - Déposé une plainte concernant la salubrité ou l'étiquetage d'un aliment (4 % contre 2 %)
- Les diplômés universitaires (9 %) étaient plus susceptibles d'avoir consulté le site Web de l'ACIA, comparativement à ceux qui possèdent un diplôme d'études collégiales (5 %) ou d'études secondaires ou moins (5 %).

Près du quart des répondants (23 %) avaient vu, entendu ou lu quelque chose récemment au sujet de l'ACIA, alors que la plupart ont répondu par la négative (71 %). Les 6 % restants étaient incertains.

Figure 6. Connaissance récente des communications au sujet de l'ACIA



QF6. Avez-vous vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) récemment? Base : les répondants qui connaissent l'ACIA, n=786.

Segments clés

Parmi les sous-segments, les répondants les plus susceptibles d'avoir vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment étaient les suivants :

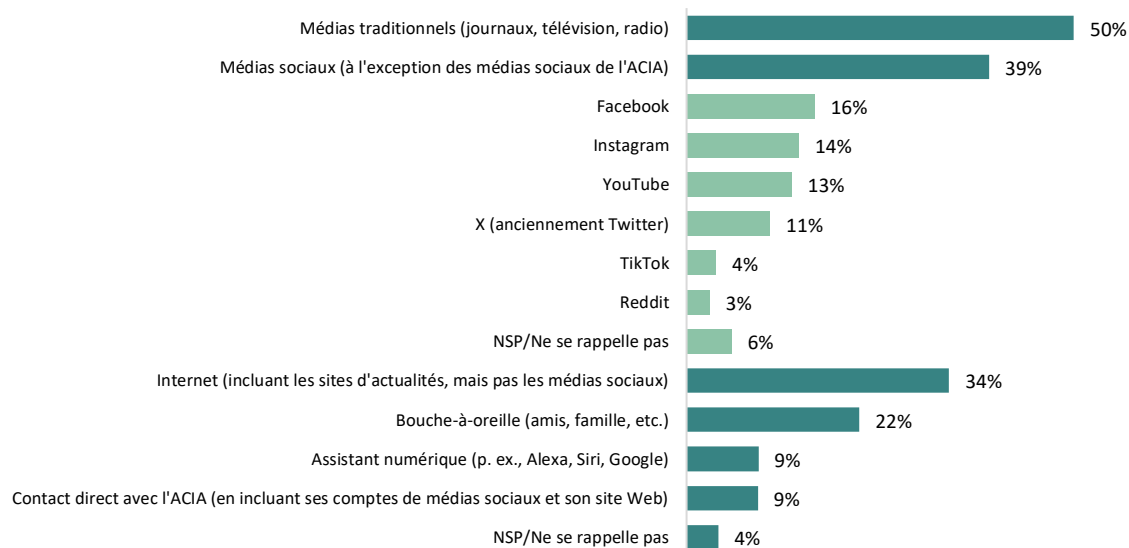
- Les personnes qui ont ou dont un membre de leur ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires, comparativement à celles qui n'en ont pas (30 % contre 19 %)
- Les Autochtones, comparativement aux non-Autochtones (43 % contre 22 %)
- Les personnes qui parlent français à la maison, comparativement à ceux qui parlent anglais (32 % contre 21 %)

- Ceux qui connaissent très bien l'ACIA (45 %), par rapport à ceux qui la connaissent assez bien (21 %) ou pas bien du tout (14 %)
- Les personnes très préoccupées par la fraude alimentaire (31 %), comparativement à celles qui sont plutôt préoccupées (21 %) ou pas très préoccupées (18 %)

Questionnés à savoir où ils avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment, la moitié des répondants qui avaient vu, entendu ou lu quelque chose (50 %) ont mentionné les médias traditionnels comme les journaux, la télévision ou la radio. Près de deux répondants sur cinq (39 %) ont mentionné les médias sociaux (à l'exception des médias sociaux de l'ACIA) comme Facebook (16 %), Instagram (14 %), YouTube (13 %), X (anciennement Twitter, 11 %), TikTok (4 %) ou Reddit (3 %), tandis que 6 % ne se rappelaient pas la plateforme. Plus du tiers des répondants (34 %) avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment sur les plateformes Internet autres que les médias sociaux.

Les autres sources mentionnées étaient le bouche-à-oreille (22 %), un assistant numérique (9 %) et des contacts directs avec l'ACIA, notamment sur son site Web ou ses comptes de médias sociaux (9 %). D'autre part, 4 % des répondants ne se rappelaient pas où ils avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment.

Figure 7. Canaux d'information au sujet de l'ACIA



QF7. Où avez-vous vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA? Base : les répondants qui avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment, n=171.

Segments clés

Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

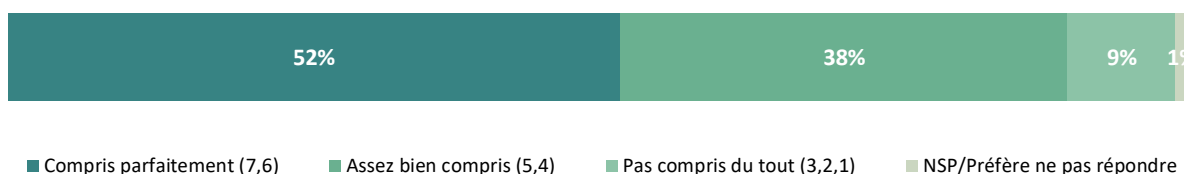
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles de mentionner les médias traditionnels, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins (70 % contre 34 %).
- Les personnes de 18 à 34 ans étaient plus susceptibles de mentionner les médias sociaux, comparativement à celles âgées de 35 ans et plus (55 % contre 33 %).
- Les personnes de 54 ans et moins étaient plus enclines à mentionner le bouche-à-oreille, comparativement aux 55 ans et plus (32 % contre 9 %).
- Ceux qui parlent anglais à la maison étaient plus enclins que ceux qui parlent français à mentionner les médias sociaux (44 % contre 27 %) ou les contacts directs avec l'ACIA (11 % contre 2 %).

Comprendre l'ACIA

Les répondants qui avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment devaient indiquer à quel point ils avaient bien compris l'information en question. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « compris parfaitement » et 1, « pas compris du tout ».

Plus de la moitié des répondants (52 %) avaient compris parfaitement (note de 6 ou 7) et 38 % avaient assez bien compris (note de 4 ou 5). D'autre part, 9 % n'avaient pas très bien compris l'information, et ont donné une note de 1, 2 ou 3.

Figure 8. Comprendre l'information de l'ACIA



QU1. Songez maintenant à tout ce que vous avez vu, lu ou entendu au sujet de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et veuillez indiquer à quel point vous avez bien compris l'information en question. Base : les répondants qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment, n=171.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir très bien compris l'information étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, par rapport à celles âgées de 18 à 34 ns (62 % contre 41 %)

- Les hommes, comparativement aux femmes (60 % contre 42 %)
- Les personnes qui détiennent un diplôme d'études universitaires ou supérieures, comparativement à celles qui ont un diplôme d'études collégiales (62 % contre 39 %)
- Les répondants très préoccupés par la fraude alimentaire, par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (66 % contre 38 %)

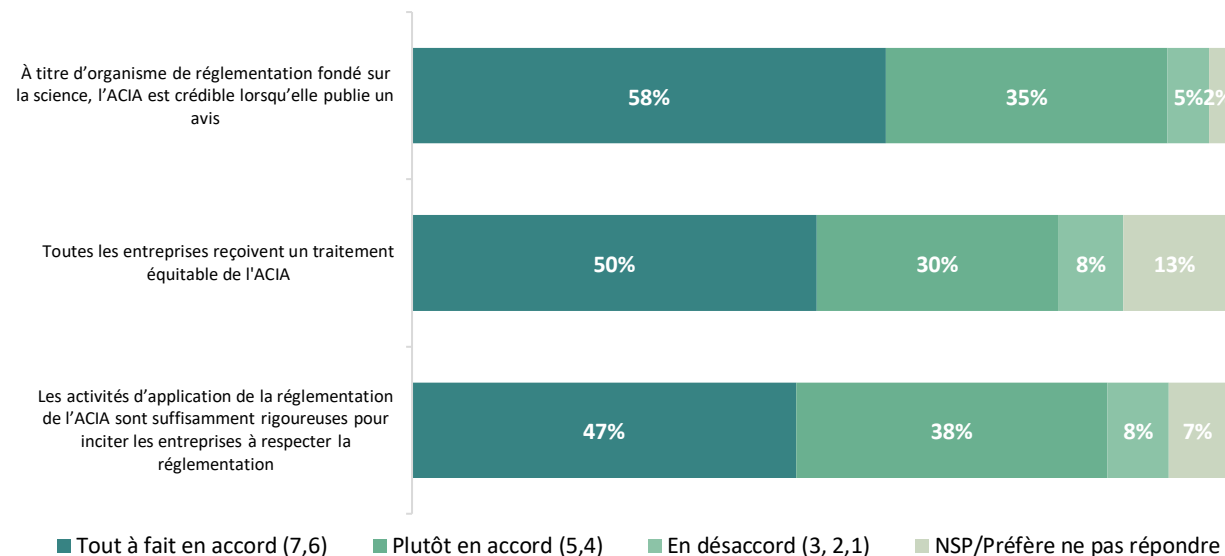
Les répondants devaient indiquer dans quelle mesure ils étaient en accord ou en désaccord avec plusieurs énoncés concernant l'ACIA. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « tout à fait d'accord » et 1, « tout à fait en désaccord ».

Près de trois répondants sur cinq (58 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'ACIA est crédible lorsqu'elle publie un avis, tandis qu'environ le tiers (35 %) était plutôt d'accord.

La moitié des répondants (50 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que toutes les entreprises reçoivent un traitement équitable de l'ACIA, et trois sur dix (30 %) étaient plutôt d'accord. Par ailleurs, moins d'un répondant sur dix (8 %) était en désaccord et un peu plus d'un sur dix (13 %) était incertain.

Finalement, un peu moins de la moitié des répondants (47 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que les activités d'application de la réglementation de l'ACIA sont suffisamment rigoureuses pour inciter les entreprises à respecter la réglementation, alors que 38 % étaient plutôt d'accord. Moins d'un répondant sur dix était en désaccord (8 %) et une proportion similaire était incertaine (7 %).

Figure 9. Impressions générales des activités de l'ACIA



QU2. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants? Base : les répondants qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment, n=171.

Segments clés

Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

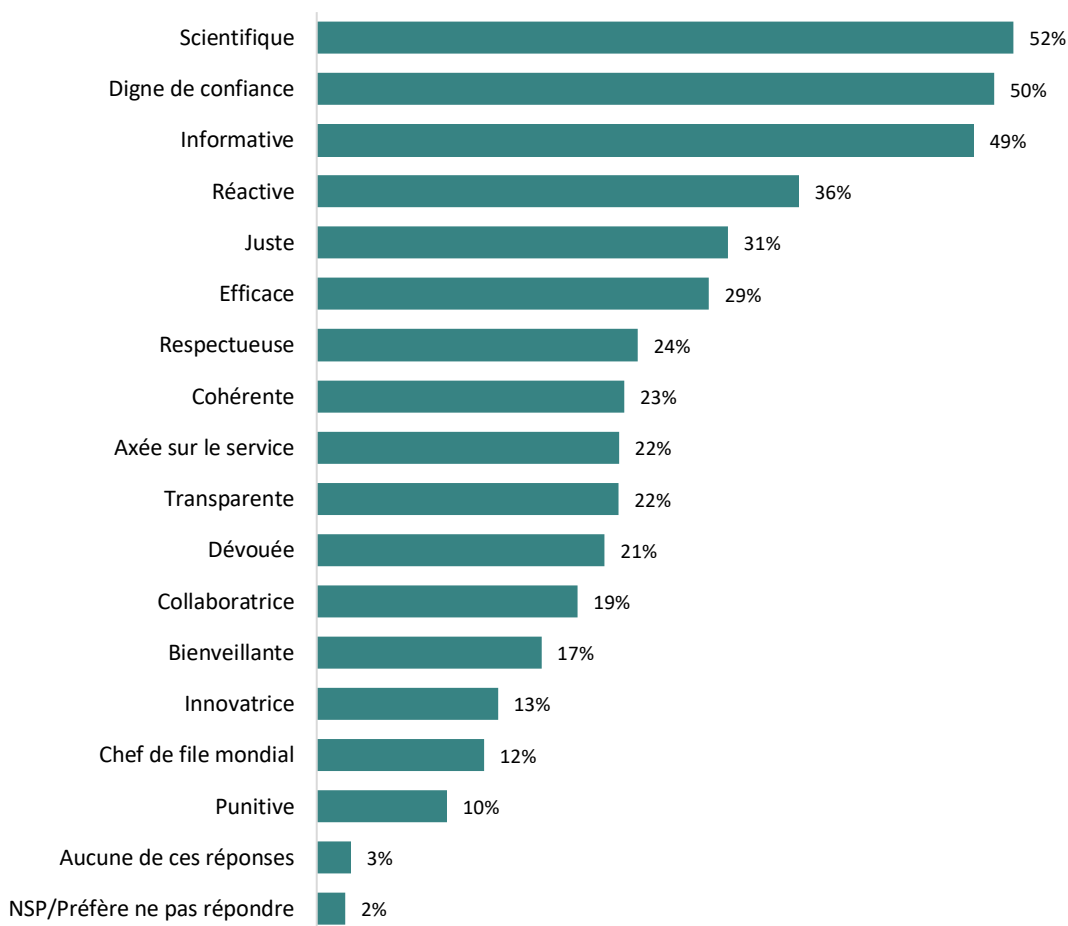
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire que l'ACIA est crédible quand elle publie un avis, comparativement à celles âgées de 18 à 34 ans (71 % contre 41 %).
- Les répondants qui n'étaient pas préoccupés par la fraude étaient plus enclins à être d'accord pour dire que l'ACIA est crédible quand elle publie un avis, par rapport à ceux qui sont assez préoccupés (79 % contre 44 %).

Lorsque nous leur avons fourni une liste de qualificatifs et demandé de choisir ceux qui décrivaient le mieux l'ACIA, un peu plus de la moitié des répondants ont sélectionné scientifique (52 %), digne de confiance (50 %) et informative (49 %).

Un peu plus du tiers (36 %) ont décrit l'ACIA comme étant réactive, tandis qu'environ trois sur dix ont choisi les qualificatifs juste (31 %) et efficace (29 %).

Plus d'un répondant sur cinq a décrit l'ACIA comme étant respectueuse (24 %), cohérente (23 %), axée sur le service (22 %), transparente (22 %) ou dévouée (21 %). Une proportion légèrement plus faible a choisi collaboratrice (19 %), bienveillante (17 %), innovatrice (13 %), chef de file mondial (12 %) ou punitive (10 %) pour décrire l'ACIA.

Figure 10. Descriptifs associés à l'ACIA



QU3. Parmi la liste de qualificatifs suivante, veuillez choisir ceux qui, à votre avis, décrivent l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. Base : les répondants qui avaient vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de l'ACIA récemment, n=171.

Segments clés

Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

- Les répondants qui n'étaient pas préoccupés par la fraude alimentaire étaient plus susceptibles d'utiliser le qualificatif « scientifique » pour décrire l'ACIA (72 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (48 %) ou très préoccupés (44 %).
- Les répondants qui n'étaient pas préoccupés par la fraude alimentaire étaient plus enclins à utiliser le qualificatif « informative » pour décrire l'ACIA, comparativement à ceux qui étaient très préoccupés (63 % contre 39 %).

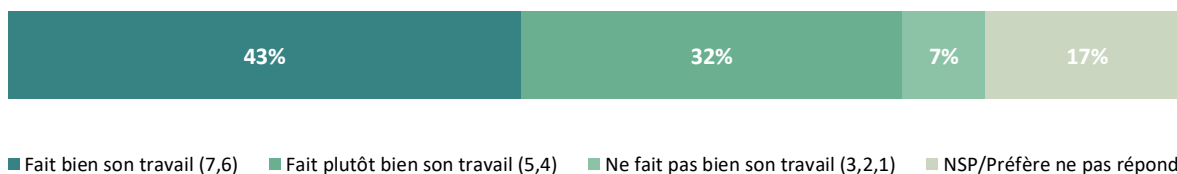
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles d'utiliser les qualificatifs suivants pour décrire l'ACIA, comparativement à celles de 54 ans ou moins :
 - Digne de confiance (61 % contre 42 %)
 - Scientifique (69 % contre 39 %)
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles d'utiliser les qualificatifs suivants pour décrire l'ACIA, comparativement à celles de 18 à 34 ans :
 - Informatrice (57 % contre 36 %)
 - Réactive (43 % contre 21 %)
- Les 18 à 34 ans étaient plus enclins que les 55 ans et plus à utiliser le qualificatif « innovatrice » pour décrire l'ACIA (25 % contre 7 %).
- Les hommes étaient plus susceptibles que les femmes à décrire l'ACIA comme étant « innovatrice » (18 % contre 8 %).

Rôle de l'ACIA dans la sensibilisation à la salubrité des aliments

Les répondants étaient invités à indiquer dans quelle mesure ils croyaient que l'ACIA faisait bien son travail pour assurer la salubrité des aliments vendus au Canada. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « fait bien son travail » et 1, « ne fait pas bien son travail ».

Plus de deux répondants sur cinq (43 %) croyaient que l'ACIA faisait bien son travail (note de 6 ou 7) lorsqu'il s'agit d'assurer la salubrité des aliments vendus au Canada. Un peu moins du tiers (32 %) était d'avis qu'elle faisait plutôt bien son travail (note de 4 ou 5) et une proportion beaucoup plus faible (7 %) estimait que l'ACIA ne faisait pas bien son travail (note de 1, 2 ou 3). Près d'un répondant sur cinq ne savait pas ou a préféré ne pas répondre (17 %).

Figure 11. Performance de l'ACIA pour assurer la salubrité des aliments vendus au Canada



QS1. Pour ce qui est d'assurer la salubrité des aliments vendus au Canada, dans quelle mesure croyez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait bien son travail? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire que l'ACIA fait du bon travail lorsqu'il s'agit d'assurer la salubrité des aliments vendus au Canada étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins (53 % contre 37 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien (66 %) ou plutôt bien (52 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissaient pas (37 %)
- Les répondants qui n'étaient pas préoccupés par la fraude alimentaire (57 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (37 %) ou très préoccupés (44 %)

Le quart des répondants (25 %) ont indiqué qu'ils avaient fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire dans les dernières années.

Figure 12. Recherche d'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire



QS2. Au cours des dernières années, avez-vous fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire?
Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire étaient les suivants :

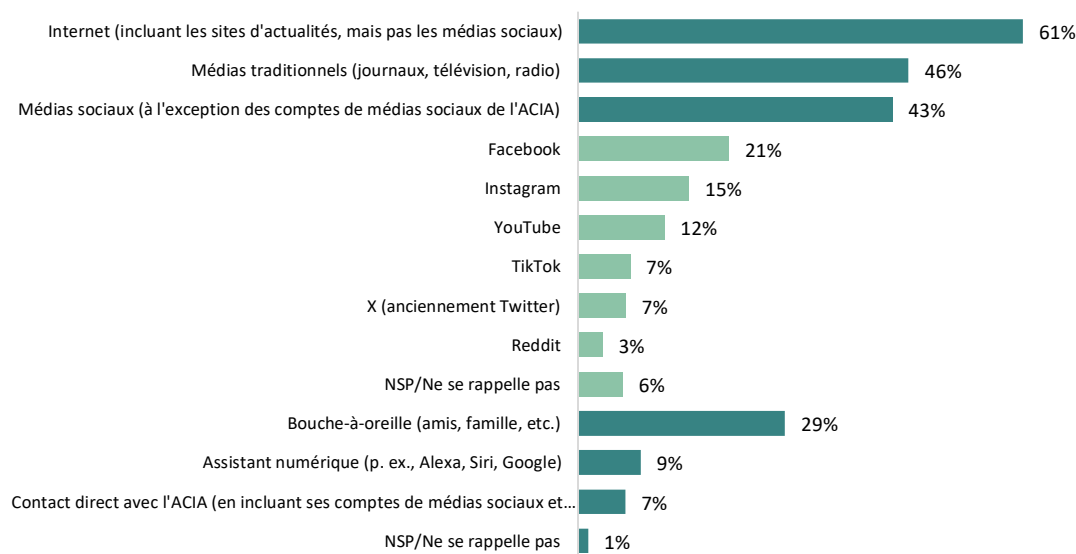
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (33 % contre 24 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre de leur ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires, comparativement à celles qui n'en ont pas (34 % contre 22 %)
- Les diplômés universitaires (30 %), par rapport à ceux qui possèdent un diplôme d'études collégiales (23 %) ou un diplôme d'études secondaires ou moins (22 %)
- Les répondants qui connaissent très bien (45 %) ou assez bien (32 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissent pas bien du tout (20 %)
- Les répondants très préoccupés par la fraude alimentaire (35 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (24 %) ou pas du tout préoccupés (23 %)

Ceux qui avaient fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire étaient invités à mentionner les sources d'information qu'ils avaient consultées.

L'Internet (excluant les médias sociaux) était la source la plus souvent consultée (61 %), suivie des médias traditionnels (46 %) et des médias sociaux (43 %). Les plateformes de médias sociaux consultées étaient Facebook (21 %), Instagram (15 %), YouTube (12 %), TikTok (7 %), X (anciennement Twitter, 7 %) et Reddit (3 %), tandis que 6 ne se rappelaient pas la plateforme qu'ils avaient consultée pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments et la fraude alimentaire.

Les autres sources d'information mentionnées étaient le bouche-à-oreille (29 %), un assistant numérique (9 %) et les contacts directs avec l'ACIA (7 %).

Figure 13. Canaux utilisés pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments et la fraude alimentaire



QS3. Quelles sources avez-vous utilisées récemment pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire? CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. Base : les répondants qui avaient fait des recherches récemment pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire, n=379.

Segments clés

Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

- Les personnes de 35 ans et plus étaient plus susceptibles que celles âgées de 18 à 34 ans d'avoir consulté l'Internet (à l'exception des médias sociaux) pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments (67 % contre 47 %).

- Les personnes de 18 à 34 ans étaient plus portées à mentionner les médias sociaux, comparativement à celles âgées de 55 ans et plus (55 % contre 35 %).
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus susceptibles que les 54 ans et moins à mentionner les médias traditionnels (64 % contre 32 %).
- Les 54 ans et moins étaient plus enclins que les 55 ans et plus à mentionner les sources suivantes :
 - Bouche-à-oreille (37 % contre 16 %)
 - Assistant numérique (13 % contre 3 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible étaient plus susceptibles d'utiliser les médias sociaux comme source d'information sur la salubrité des aliments, comparativement à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (64 % contre 38 %).
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible étaient plus susceptibles de mentionner les médias traditionnels, par rapport à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (50 % versus 32 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre du ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires étaient plus portées que celles qui n'en avaient pas à mentionner les médias sociaux (53 % contre 36 %) et un assistant numérique (14 % contre 5 %).

Nous avons présenté l'énoncé suivant aux répondants : « Je pense que les rappels de produits alimentaires témoignent du bon fonctionnement du système alimentaire. » Près de quatre répondants sur cinq (78 %) croyaient que cet énoncé était vrai, et un sur dix (10 %) croyait qu'il était faux. Une proportion similaire (13 %) était incertaine.

Figure 14. Impact des rappels de produits alimentaires sur les perceptions à l'égard du système de salubrité des aliments



QS4. Je pense que les rappels de produits alimentaires témoignent du bon fonctionnement du système de salubrité alimentaire. Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

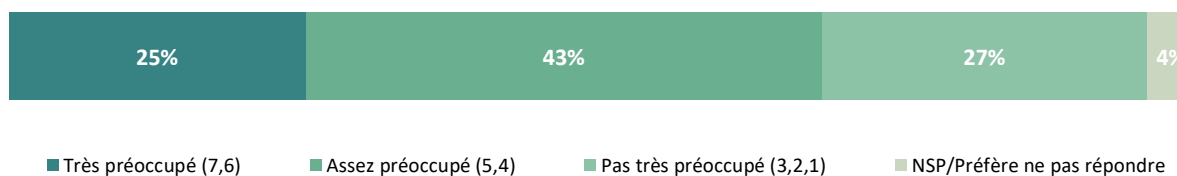
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire en cet énoncé étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins (83 % contre 74 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est de 80 000 \$ et plus, comparativement à celles dont le revenu du ménage est de 40 000 \$ ou moins (81 % contre 72 %)
- Les répondants qui n'étaient pas très préoccupés par la fraude alimentaire (86 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (77 %) ou très préoccupés (76 %)

Nous avons demandé aux répondants dans quelle mesure les rappels de produits alimentaires les préoccupaient. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très préoccupé » et 1, « pas préoccupé du tout ».

Le quart des répondants (25 %) était très préoccupé par les rappels de produits alimentaires (note de 6 ou 7), tandis que 43 % étaient assez préoccupés. Par ailleurs, plus du quart n'était pas très préoccupé par les rappels de produits alimentaires (27 % ont donné une note de 1, 2 ou 3), et 4 % étaient incertains.

Figure 15. Préoccupations générales envers les rappels de produits alimentaires



Q55. De manière générale, dans quelle mesure les rappels de produits alimentaires vous préoccupent-ils? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés:

Parmi les sous-segments, ceux les plus préoccupés par les rappels de produits alimentaires étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles de 54 ans et moins (32 % contre 20 %)
- Les femmes, par rapport aux hommes (28 % contre 22 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, par rapport à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (34 % contre 24 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$, comparativement à ceux dont le revenu du ménage est de 80 000 \$ et plus (28 % contre 22 %)

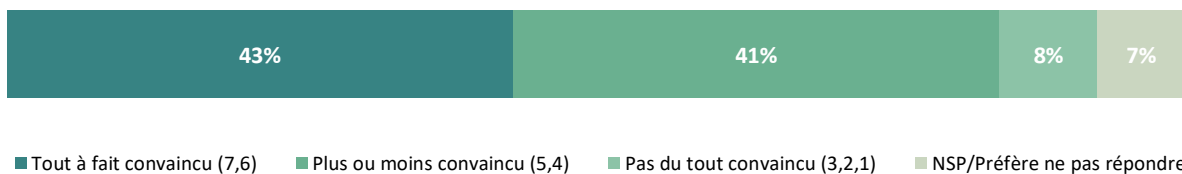
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (40 %), comparativement à ceux qui la connaissaient assez bien (25 %) ou pas très bien (23 %)
- Les répondants très préoccupés par la fraude alimentaire (51 %), par rapport à ceux qui sont assez préoccupés (20 %) ou pas très préoccupés (12 %)

Confiance envers les procédures de l'ACIA en matière de salubrité des aliments

Par la suite, nous avons demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient convaincus que l'ACIA faisait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au Canada. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « tout à fait convaincu » et 1, « pas du tout convaincu ».

Plus de deux répondants sur cinq (43 %) ont exprimé une grande confiance (note de 6 ou 7), et deux sur cinq (41 %) ont affirmé qu'ils étaient assez convaincus que l'ACIA faisait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au (note de 4 ou 5). D'autre part, moins d'un répondant sur dix (8 %) a exprimé un faible niveau de confiance (note de 1, 2 ou 3) et une proportion similaire (7 %) était incertaine.

Figure 16. Confiance envers les procédures de l'ACIA en matière de salubrité des aliments



QP1. Dans quelle mesure êtes-vous convaincu(e) que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au Canada? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être tout à fait convaincus que l'ACIA fait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au Canada étaient les suivants :

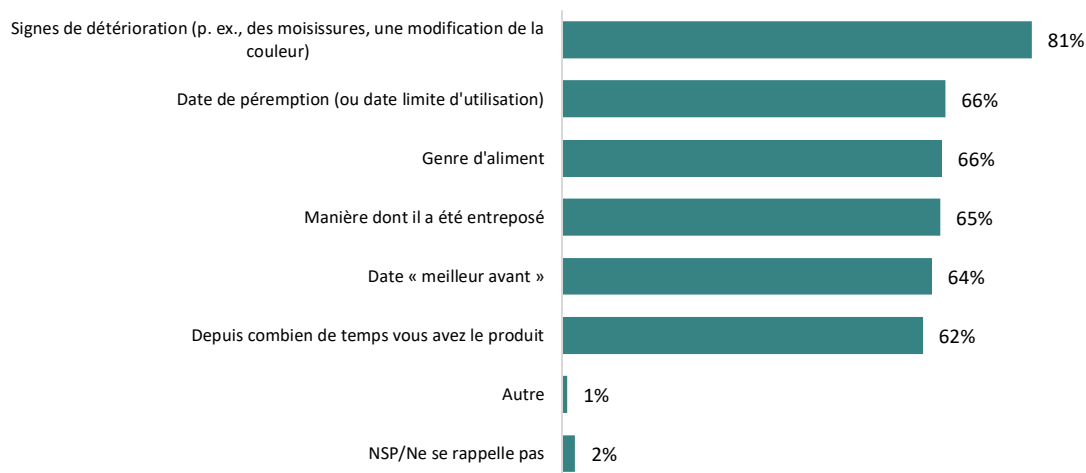
- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins (52 % contre 37 %)
- Les personnes qui connaissent très bien (62 %) ou assez bien (51 %) l'ACIA, par rapport à ceux qui ne la connaissent pas bien du tout (37 %)

Les répondants étaient invités à répondre à une série de questions portant sur la consommation d'aliments et les dates « meilleur avant ».

Pour déterminer si un aliment peut encore être consommé, les répondants tiennent compte de plusieurs facteurs, principalement des signes de détérioration (81 %), des dates limite

d'utilisation (66 %), du genre d'aliment (66 %), de la manière dont il a été entreposé (65 %), de la date « meilleur avant » (64 %) et depuis combien de temps ils ont le produit (62 %).

Figure 17. Facteurs pris en compte pour déterminer si un aliment peut encore être consommé



QP2. Quels facteurs prenez-vous en compte pour déterminer si un aliment peut encore être consommé? CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

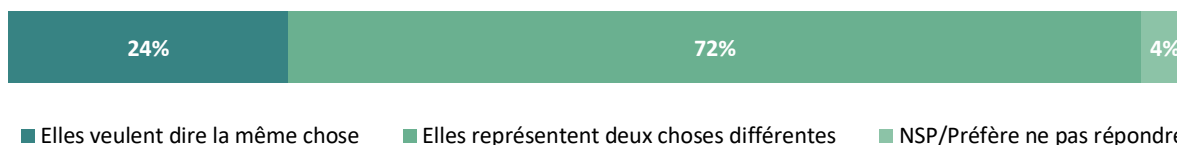
Les écarts suivants ont été constatés parmi les sous-segments :

- Les répondants de l'extérieur du Québec étaient plus enclins que ceux du Québec à tenir compte des facteurs suivants pour déterminer si un aliment peut encore être consommé :
 - La date limite d'utilisation (72 % contre 46 %)
 - La manière dont il a été entreposé (69 % contre 53 %)
- Les personnes de 35 ans et plus étaient plus susceptibles que celles âgées de 18 à 34 ans à tenir compte des facteurs suivants pour déterminer si un aliment peut encore être consommé :
 - Les signes de détérioration (84 % contre 74 %)
 - La manière dont il a été entreposé (68 % contre 60 %)
 - Le genre d'aliment (68 % contre 59 %)
- Les personnes de 55 ans et plus étaient plus enclines que celles de 54 ans et moins à tenir compte depuis combien de temps ils ont le produit pour déterminer s'il peut encore être consommé (69 % contre 58 %).
- Les femmes étaient plus portées que les hommes à tenir compte des facteurs suivants pour déterminer si un aliment peut encore être consommé :

- Les signes de détérioration (86 % contre 76 %)
- La date limite d'utilisation (70 % contre 63 %)
- La manière dont il a été entreposé (69 % contre 61 %)
- Le genre d'aliment (72 % contre 59 %)
- Depuis combien de temps ils ont le produit (67 % contre 58 %)
- Les non-Autochtones étaient plus susceptibles que les Autochtones à tenir compte des facteurs suivants pour déterminer si un aliment peut encore être consommé :
 - La date limite d'utilisation (67 % contre 47 %)
 - La manière dont il a été entreposé (66 % contre 49 %)
 - Le genre d'aliment (67 % contre 50 %)
 - La date « meilleur avant » (65 % contre 49 %)
- Les répondants qui ne se sont pas identifiés comme membres d'une minorité visible étaient plus portés que ceux qui se sont identifiés comme tels à tenir compte des facteurs suivants pour déterminer si un aliment peut encore être consommé :
 - Les signes de détérioration (84 % versus 72 %)
 - La manière dont il a été entreposé (68 % versus 58 %)
 - Le genre d'aliment (69 % versus 58 %)
 - Depuis combien de temps ils ont le produit (65 % versus 52 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible étaient plus enclins que ceux qui ne sont pas identifiés comme tels à tenir compte de la date limite d'utilisation pour déterminer si un aliment peut encore être consommé (75 % contre 66 %).

En ce qui concerne les dates « meilleur avant » et les dates limite d'utilisation, près du quart des répondants (24 %) ont indiqué que ces deux expressions voulaient dire la même chose. Par ailleurs, plus de sept répondants sur dix (72 %) ont affirmé qu'elles représentaient deux choses différentes.

Figure 18. Comprendre la terminologie relative aux « dates meilleur avant » et aux dates « limite d'utilisation »



QP3. Est-ce que les expressions « date meilleur avant » et « date limite d'utilisation » veulent dire la même chose ou sont-elles différentes selon vous? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

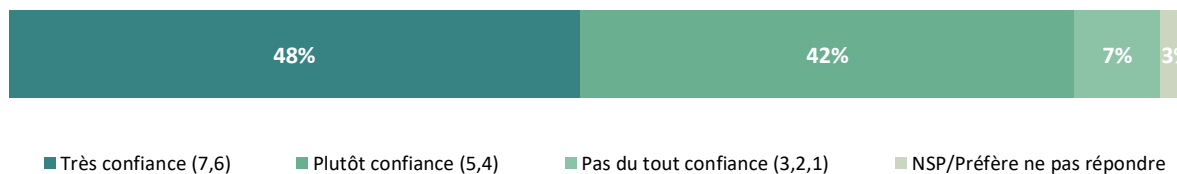
Parmi les sous-segments, les plus susceptibles d'affirmer que ces deux dates voulaient dire la même chose étaient les suivants :

- Les personnes dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$, comparativement à celles avec un revenu de 40 000 \$ et plus (31 % contre 22 %)
- Ceux qui habitent dans les centres urbains, comparativement aux régions rurales (25 % contre 17 %)
- Les répondants qui connaissent très bien l'ACIA (33 %), par rapport à ceux qui la connaissent assez bien (22 %) ou pas bien du tout (23 %)

Les répondants devaient évaluer leur niveau de confiance avec l'utilisation des étiquettes de dates, notamment les dates « meilleur avant » et les dates limite d'utilisation, pour déterminer si un aliment pouvait encore être consommé. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très confiance » et 1, « pas du tout confiance ».

Près de la moitié des répondants (48 %) étaient très sûrs de savoir utiliser les étiquettes de dates pour déterminer si un aliment pouvait encore être consommé (note de 6 ou 7). Une plus faible proportion (42 %) avait plus ou moins confiance (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 7 % seulement n'avaient pas confiance (note de 1, 2 ou 3) et 3 % étaient incertains.

Figure 19. Confiance pour interpréter les étiquettes de dates



QP4. Dans quelle mesure avez-vous confiance de savoir comment utiliser les dates qui se trouvent sur une étiquette (p. ex., les dates « meilleur avant », les dates de production, les dates d'emballage et les dates limite d'utilisation) lorsque vous évaluez si vous pouvez toujours consommer un aliment? Base : tous les répondants, n=1 503.

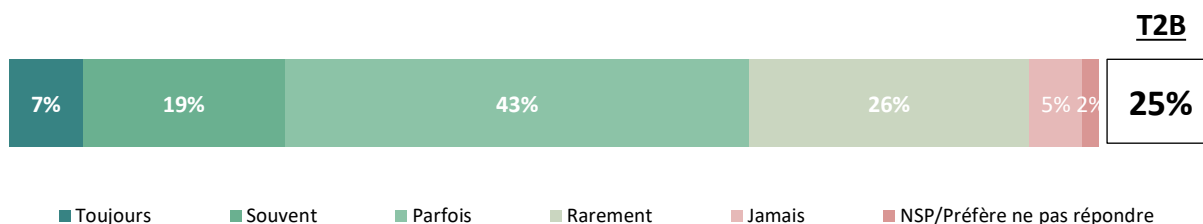
Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir très confiance de pouvoir utiliser les étiquettes de dates pour déterminer si un aliment pouvait encore être consommé étaient les suivants :

- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles âgées de 18 à 34 ans (52 % contre 39 %)
- Les personnes qui parlent anglais à la maison, par rapport à celles qui parlent français (51 % contre 41 %)

Le quart des répondants (25 %) jettent régulièrement des aliments lorsque la date « meilleur avant » est dépassée (7 % le font toujours et 19 %, souvent), et 43 % jettent parfois des aliments après la date « meilleur avant ». D'autre part, un peu plus du quart des répondants (26 %) ont affirmé qu'ils le faisaient rarement, et 5 % ne le font jamais.

Figure 20. Fréquence à laquelle les consommateurs jettent des aliments une fois la date « meilleur avant » dépassée



QP5. À quelle fréquence jetez-vous des aliments lorsque la date « meilleur avant » est dépassée? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

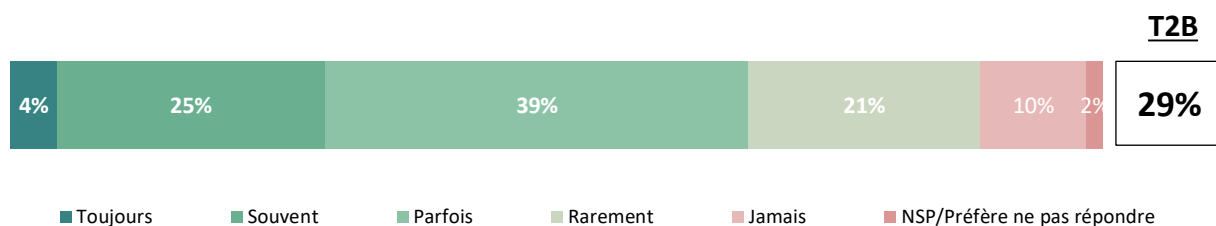
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de toujours ou souvent jeter des aliments lorsque la date « meilleur avant » est dépassée étaient les suivants :

- Les personnes de 54 ans et moins, par rapport à celles âgées de 55 ans et plus (30 % contre 19 %)
- Les femmes, comparativement aux hommes (28 % contre 22 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (33 % contre 24 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre de leur ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires (30 % contre 24 %)

Près de trois répondants sur dix (29 %) ont indiqué qu'ils achetaient régulièrement des aliments dont le prix avait été réduit parce que la date « meilleur avant » approchait (4 % le font toujours

et 25 %, souvent), tandis que 39 % le font parfois. À l'inverse, 21 % achètent rarement des aliments dont le prix a été réduit parce que la date « meilleur avant » approche, et 10 % ne le font jamais.

Figure 21. Fréquence d'achat d'aliments à prix réduit dont la date « meilleur avant » approche



QP6. À quelle fréquence achetez-vous des aliments au rabais parce que leur date « meilleur avant » approche? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

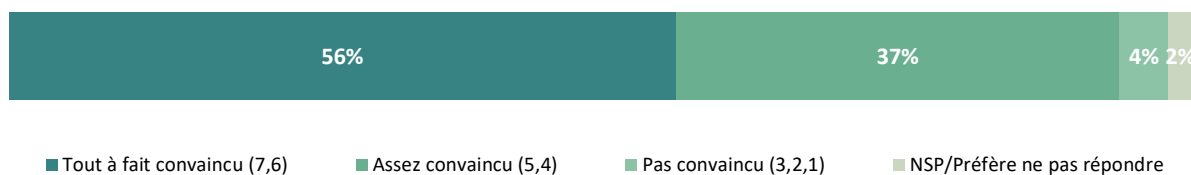
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de toujours acheter ou d'acheter souvent des aliments à prix réduit parce que la date « meilleur avant » approche étaient les suivants :

- Les répondants du Canada atlantique (28 %) et de l'Ontario (31 %), comparativement à ceux du Québec (22 %)
- Les personnes de 54 ans et moins, par rapport à celles âgées de 55 ans et plus (32 % contre 25 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre du ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires, comparativement à celles qui n'en ont pas (33 % contre 27 %)
- Les personnes qui parlent anglais à la maison, comparativement à celles qui parlent français (31 % contre 22 %)

Les répondants devaient évaluer leur niveau de confiance à l'égard de la salubrité des aliments vendus au Canada. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « tout à fait convaincu » et 1, « pas du tout convaincu ».

Plus de la moitié des répondants (56 %) étaient tout à fait convaincus que les aliments vendus au Canada étaient sécuritaires (note de 6 ou 7). Près de deux sur cinq (37 %) ont affirmé qu'ils étaient assez convaincus (note de 4 ou 5) et 4 % n'étaient pas convaincus (note de 1, 2 ou 3).

Figure 22. Confiance envers la salubrité des aliments au Canada



QP7. Dans quelle mesure êtes-vous convaincu(e) que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

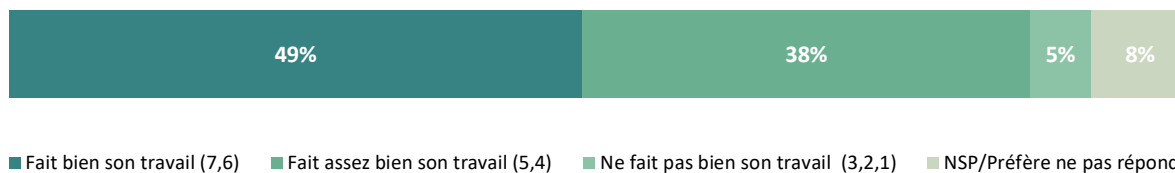
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être tout à fait convaincus que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement aux 54 ans et moins (68 % contre 49 %)
- Les non-Autochtones, par rapport à ceux qui se considèrent Autochtones (58 % contre 38 %)
- Les répondants qui ne se sont pas identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui se sont identifiés comme tels (60 % contre 47 %)
- Les personnes qui n'ont pas ou dont les membres du ménage n'ont pas d'allergies ou de sensibilités alimentaires, comparativement à celles qui en ont (59 % contre 52 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est de 40 000 \$ et plus, par rapport à celles avec un revenu inférieur à 40 000 \$ (59 % contre 48 %)
- Les répondants qui étaient peu préoccupés par la fraude alimentaire (74 %), comparativement à ceux qui étaient assez préoccupés (46 %) ou très préoccupés (57 %)

Ensuite, nous avons demandé aux répondants d'évaluer dans quelle mesure ils croyaient que l'ACIA faisait bien son travail lorsqu'il s'agit de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « fait bien son travail » et 1, « ne fait pas bien son travail ».

Un peu moins de la moitié des répondants (49 %) étaient d'avis que l'ACIA faisait bien son travail à cet égard (note de 6 ou 7) et près de deux sur cinq (38 %) croyaient qu'elle faisait assez bien son travail (note de 4 ou 5). Par ailleurs, seulement 5 % pensaient que l'ACIA ne faisait pas bien son travail lorsqu'il s'agit de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada (note de 1, 2 ou 3), et 8 % étaient incertains.

Figure 23. Performance de l'ACIA en matière de vérification de la salubrité des aliments



QP8. Pour ce qui est de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada, dans quelle mesure croyez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait bien son travail? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire que l'ACIA fait bien son travail lorsqu'il s'agit de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, par rapport à celles âgées de 54 ans et moins (59 % contre 42 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est de 80 000 \$ et plus, comparativement à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (51 % contre 43 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien (64 %) ou assez bien l'ACIA (56 %), comparativement à ceux qui ne la connaissaient pas bien (43 %)
- Les répondants qui étaient peu préoccupés par la fraude alimentaire (64 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (38 %) ou très préoccupés (52 %)

Les répondants devaient indiquer leur niveau d'accord avec divers énoncés concernant les rôles de l'ACIA en matière de salubrité des aliments. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « complètement d'accord » et 1, « complètement en désaccord ».

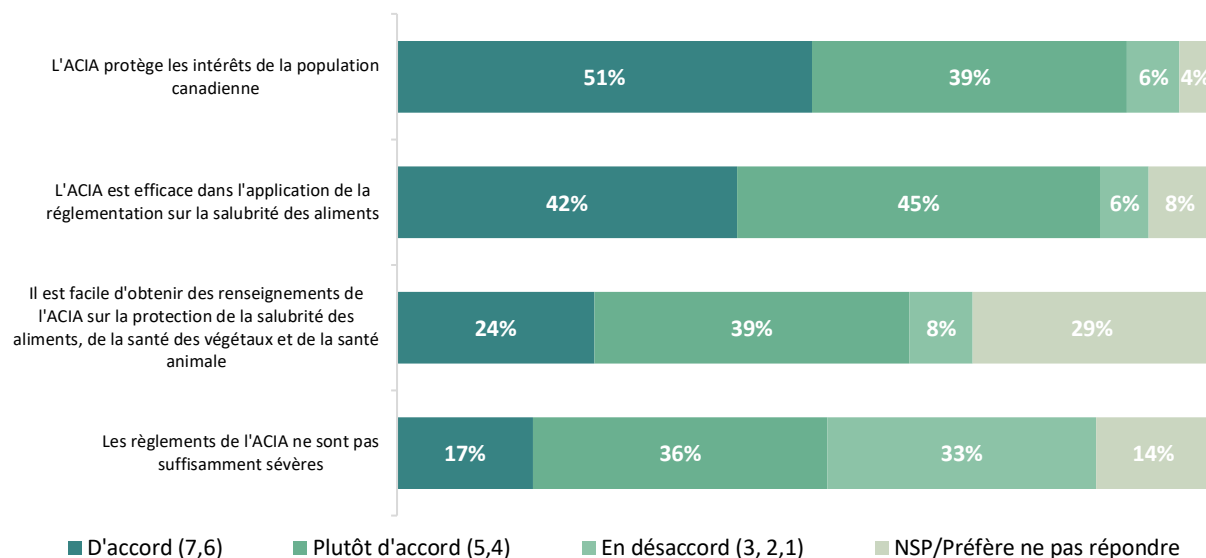
Un peu plus de la moitié des répondants (51 %) étaient d'accord pour dire que l'ACIA protège les intérêts de la population canadienne, tandis que près de deux sur cinq (39 %) étaient plutôt d'accord. Seulement 6 % étaient en désaccord, tandis que 4 % étaient incertains.

Plus de deux répondants sur cinq (42 %) étaient d'accord pour dire que l'ACIA est efficace dans l'application de la réglementation sur la salubrité des aliments. Une proportion similaire était plutôt d'accord, seulement 6 % étaient en désaccord et 8 %, incertains.

Un peu moins du quart des répondants (24 %) étaient d'accord pour dire qu'il est facile d'obtenir des renseignements de l'ACIA sur la protection de la salubrité des aliments, de la santé des végétaux et de la santé animale, tandis que 39 % étaient plutôt d'accord et 8 %, en désaccord. Un peu moins de trois sur dix (29 %) étaient incertains.

Moins d'un répondant sur cinq (17 %) étaient d'accord avec l'énoncé selon lequel les règlements de l'ACIA ne sont pas suffisamment sévères, tandis que 36 % étaient plutôt en accord. Par ailleurs, le tiers des répondants (33 %) étaient en désaccord et 14 % étaient incertains.

Figure 24. Impressions de l'ACIA et de la salubrité des aliments au Canada



QP9. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants. Base : les répondants qui sont familiarisés avec l'ACI, n=786.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être d'accord pour dire que l'ACIA protège les intérêts de la population canadienne étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles de 54 ans et moins (65 % contre 41 %)
- Les personnes qui n'ont pas ou dont les membres de leur ménage n'ont pas d'allergies ou de sensibilités alimentaires, par rapport à ceux qui en ont (55 % contre 45 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien (57 %) ou assez bien (54 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissent pas très bien (41 %)
- Les répondants qui étaient peu préoccupés par la fraude alimentaire (66 %), comparativement à ceux qui étaient assez préoccupés (42 %) ou très préoccupés (52 %)

Ceux les plus susceptibles d'être d'accord pour dire que l'ACIA est efficace dans l'application de la réglementation sur la salubrité des aliments étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, par rapport à celles de 54 ans et moins (53 % contre 34 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien (56 %) ou assez bien (42 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (33 %)

Ceux les plus susceptibles d'être d'accord pour dire qu'il est facile d'obtenir des renseignements de l'ACIA sur la protection de la salubrité des aliments, de la santé des végétaux et de la santé animale étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, par rapport aux 18 à 34 ans (27 % contre 19 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (44 %), comparativement à ceux qui la connaissaient assez bien (23 %) ou pas très bien (15 %)

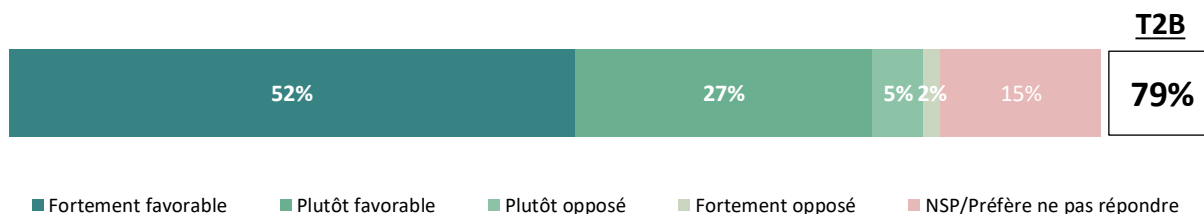
Ceux les plus susceptibles d'être d'accord pour dire que les règlements de l'ACIA ne sont pas suffisamment sévères étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, par rapport à celles âgées de 18 à 34 ans (20 % contre 16 %)
- Les hommes, comparativement aux femmes (20 % contre 13 %)
- Les répondants qui parlent français à la maison, comparativement à ceux qui parlent anglais (25 % contre 15 %)
- Les répondants qui étaient très préoccupés par la fraude alimentaire (32 %), par rapport à ceux qui étaient assez préoccupés (12 %) ou peu préoccupés (10 %)

Les répondants devaient indiquer dans quelle mesure ils étaient favorables à ce que l'ACIA publie les noms des entreprises qui ont reçu une sanction administrative pécuniaire (SAP) pour non-conformité aux règlements.

Près de quatre répondants sur cinq (79 %) étaient favorables à ce que l'ACIA publie les noms de ces entreprises (52 % étaient fortement favorables et 27 %, assez favorables). Une proportion beaucoup plus faible s'opposait à cette mesure (5 % étaient plutôt opposés et 2 %, fortement opposés). Par ailleurs, 15 % étaient incertains.

Figure 25. Soutien pour la publication des noms des entreprises ayant reçu des SAP



QP10. Dans quelle mesure appuyez-vous la publication des noms des entreprises qui ont reçu une SAP de l'ACIA? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être plutôt favorables ou fortement favorables à la publication des noms des entreprises ayant reçu une SAP étaient les suivants :

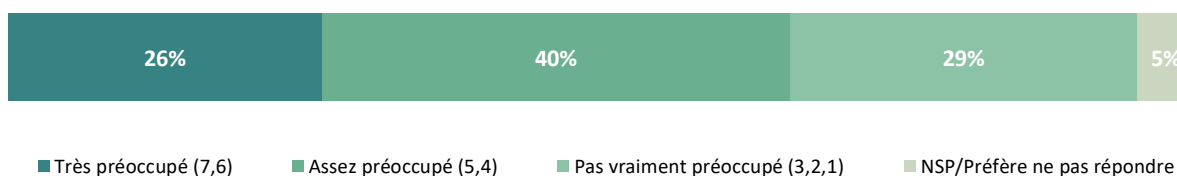
- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles âgées de 18 à 34 ans (84 % contre 66 %)
- Les hommes, par rapport aux femmes (83 % contre 76 %)
- Les répondants possédant un diplôme d'études universitaires, comparativement à ceux qui ont un diplôme d'études secondaires ou moins (82 % contre 74 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est de 40 000 \$ et plus, par rapport à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (82 % contre 73 %)

Fraude alimentaire

Les répondants devaient ensuite répondre à plusieurs questions concernant la fraude alimentaire.

Un peu plus du quart (26 %) étaient très préoccupés par la fraude alimentaire quand ils font leur épicerie. Deux répondants sur cinq (40 %) étaient assez préoccupés et un peu moins de trois sur dix (29 %) n'étaient pas particulièrement préoccupés. Une faible proportion (5 %) était incertaine.

Figure 26. Préoccupations envers la fraude alimentaire à l'épicerie



QFF1. De manière générale, dans quelle mesure la fraude alimentaire vous préoccupe-t-elle lorsque vous faites votre épicerie? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être très préoccupés par la fraude alimentaire étaient les suivants :

- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles de 18 à 34 ans (30 % contre 18 %)
- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (36 % contre 25 %)
- Les personnes qui ont ou dont un membre de leur ménage a des allergies ou des sensibilités alimentaires, par rapport à celles qui n'en ont pas (31 % contre 25 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (47 %), comparativement à ceux qui la connaissaient assez bien (25 %) ou pas très bien (25 %)

Les répondants devaient indiquer dans quelle mesure ils étaient favorables à ce que l'ACIA publie les noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire.

Dans l'ensemble, 90 % étaient à tout le moins plutôt favorables à cette mesure (68 % étaient fortement favorables et 21 %, plutôt favorables). Une proportion beaucoup plus faible était opposée à cette mesure (3 % étaient plutôt opposés et 1 %, fortement opposés). Par ailleurs, 6 % étaient incertains.

Figure 27. Publication des noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire



QFF2. Dans quelle mesure appuyez-vous que l'ACIA publie les noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être plutôt ou fortement favorables à la publication des noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire étaient les suivants :

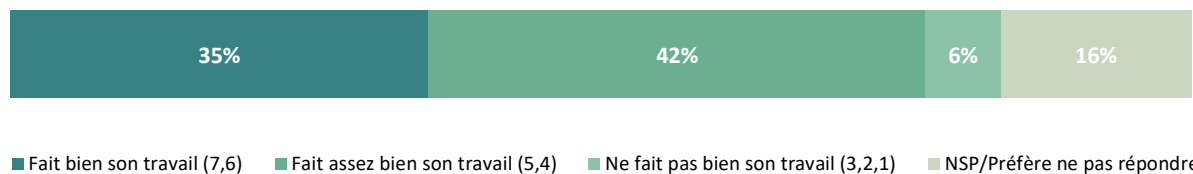
- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement aux 18 à 34 ans (92 % contre 82 %)
- Les non-Autochtones, par rapport à ceux qui se considèrent Autochtones (91 % contre 79 %)
- Les répondants qui ne se sont pas identifiés comme membres d'une minorité visible, comparativement à ceux qui se sont identifiés comme tels (92 % contre 84 %)

- Les personnes qui possèdent un diplôme d'études universitaires (91 %) ou collégiales (92 %), par rapport à celles qui ont un diplôme d'études secondaires ou moins (85 %)

Nous avons demandé aux répondants dans quelle mesure ils croyaient que l'ACIA faisait bien son travail en ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés au Canada. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « fait bien son travail » et 1, « ne fait pas bien son travail ».

Un peu plus du tiers des répondants (35 %) croyaient que l'ACIA faisait du bon travail (note de 6 ou 7) en ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés au Canada. De plus, 42 % étaient d'avis que l'ACIA faisait assez bien son travail (note de 4 ou 5). À l'inverse, moins d'un répondant sur dix (6 %) pensaient que l'ACIA ne faisait pas bien son travail (note de 1, 2 ou 3), tandis que 16 % étaient incertains.

Figure 28. Performance de l'ACIA en ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés



QFF3. En ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés au Canada, dans quelle mesure pensez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments fait bien son travail? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire que l'ACIA fait bien son travail en ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés étaient les suivants :

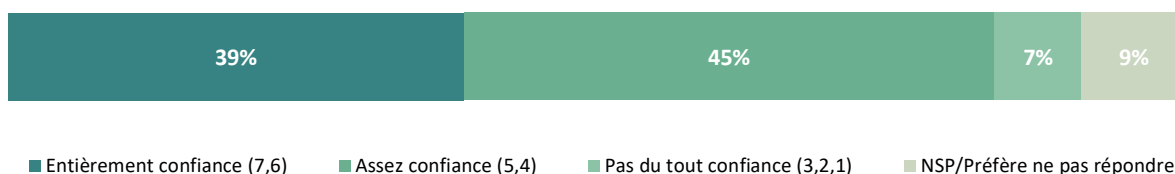
- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles de 54 ans et moins (43 % contre 30 %)
- Les hommes, par rapport aux femmes (38 % contre 33 %)
- Les répondants qui connaissent très bien (54 %) ou assez bien (42 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissent pas très bien (30 %)

Les répondants devaient évaluer dans quelle mesure ils faisaient confiance à l'ACIA pour veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles

de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « entièrement confiance » et 1, « pas du tout confiance ».

Près de deux répondants sur cinq (39 %) ont indiqué qu'ils faisaient entièrement confiance à l'ACIA pour veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité (note de 6 ou 7). Une proportion légèrement plus élevée (45 %) faisait assez confiance à l'ACIA à cet égard. Moins d'un répondant sur dix (7 %) avait peu confiance à l'ACIA lorsqu'il s'agit de veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité, et une proportion similaire (9 %) était incertaine.

Figure 29. Confiance à l'égard de l'ACIA pour veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité



QFF4. Dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

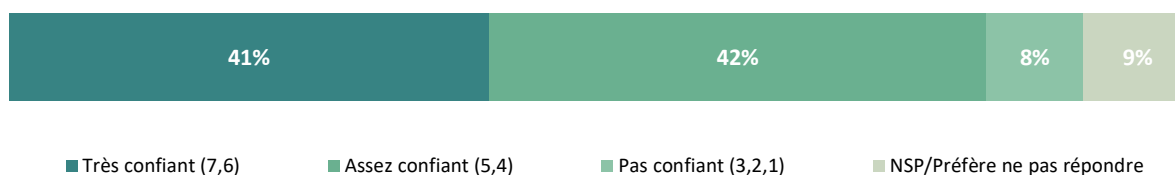
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de démontrer un niveau élevé de confiance envers l'ACIA lorsqu'il s'agit de veiller à ce que les étiquettes de produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité étaient les suivants :

- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles âgées de 18 à 34 ans (42 % contre 30 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est de 40 000 \$ plus, par rapport à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (41 % contre 31 %)
- Les répondants qui ont affirmé très bien connaître (58 %) ou assez bien connaître (44 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissent pas très bien (34 %)

Les répondants devaient évaluer leur niveau de confiance à l'égard de l'ACIA pour appliquer des mesures afin de protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très confiant » et 1 « pas du tout confiant ».

Un peu plus de deux répondants sur cinq (41 %) étaient très sûrs que l'ACIA appliquait des mesures afin de protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire (note de 6 ou 7), tandis qu'une proportion similaire (42 %) était assez confiante (note de 4 ou 5). Par ailleurs, moins d'un répondant sur dix (8 %) n'étaient pas très confiants (note de 1, 2 ou 3) et une proportion similaire (9 %) était incertaine.

Figure 30. Confiance envers l'ACIA pour appliquer des mesures afin de protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire



QFF5. Quel est votre degré de confiance dans la capacité de l'ACIA à appliquer des mesures pour protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire? Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

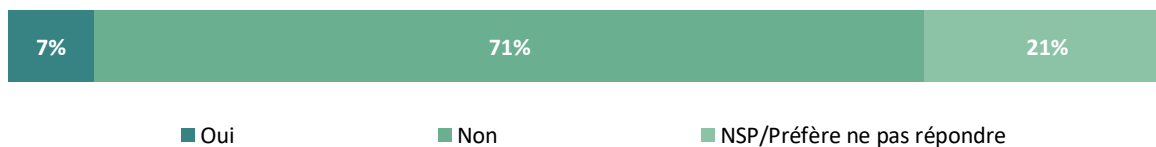
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de démontrer une grande confiance envers l'ACIA pour appliquer des mesures afin de protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire étaient les suivants :

- Les personnes de 55 ans et plus, comparativement à celles âgées de 54 ans et moins (48 % contre 36 %)
- Les personnes qui parlent anglais à la maison, par rapport à celles qui parlent français (42 % contre 36 %)
- Les répondants qui ont affirmé très bien connaître (63 %) ou assez bien connaître (47 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissent pas très bien (35 %)

Nous avons demandé aux répondants si à leur connaissance, ils avaient été victimes de fraude alimentaire dans la dernière année.

Moins d'un répondant sur dix (7 %) avait été victime de fraude alimentaire durant cette période, tandis que 21 % étaient incertains.

Figure 31. Récentes expériences avec la fraude alimentaire



QFF6. À votre connaissance, avez-vous été victime d'une fraude alimentaire au cours de la dernière année? Base : tous les répondants, n=1 503.

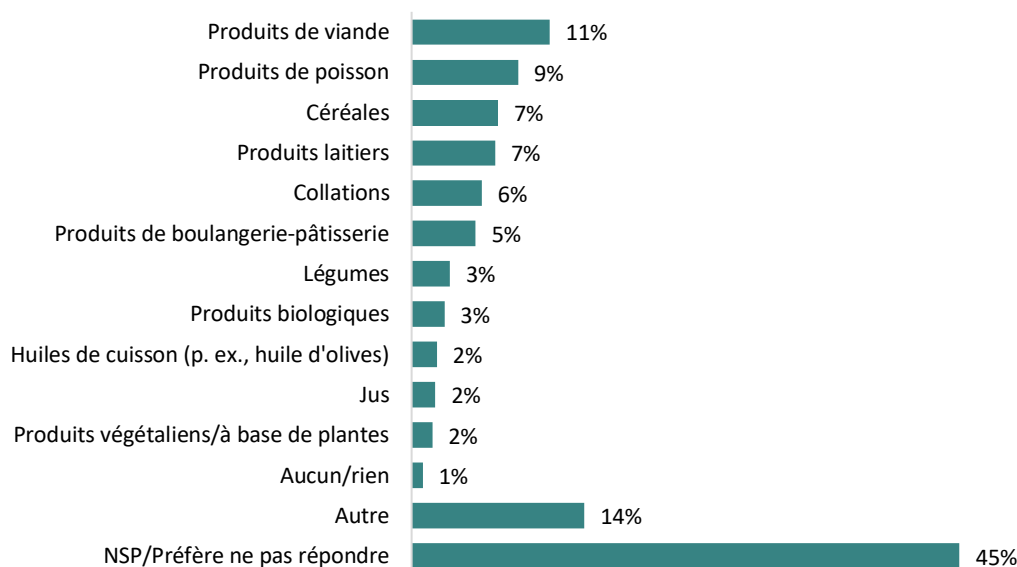
Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir été victimes de fraude alimentaire au cours de la dernière année étaient les suivants :

- Ceux qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, par rapport à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (12 % contre 6 %)
- Les personnes qui ont ou dont les membres de leur ménage ont des allergies ou des sensibilités alimentaires, comparativement à celles qui n'en ont pas (13 % contre 5 %)
- Les personnes qui étaient très préoccupées par la fraude alimentaire (13 %) ou assez préoccupées (8 %), par rapport à celles qui étaient peu préoccupées (2 %)

Parmi les répondants qui avaient été victimes de fraude alimentaire au cours de la dernière année (n=111), 11 % croyaient être tombés sur des produits de viande faussement représentés, suivi des produits du poisson (9 %), des céréales (7 %), des produits laitiers (7 %), des collations (6 %), des produits de boulangerie-pâtisserie (5 %), des légumes (3 %), des produits biologiques (3 %), des huiles de cuisson (2 %), des jus (2 %) et des produits végétaliens (2 %).

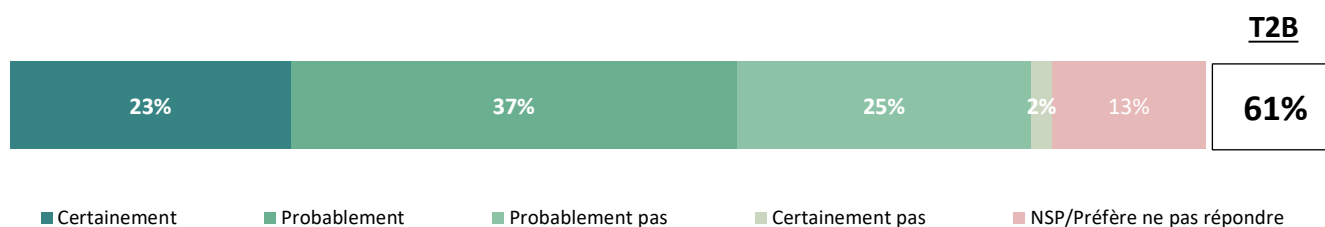
Figure 32. Exemples de produits faussement représentés



QFF7. Quel(s) produit(s) pensez-vous étaient faussement représentés? Base : les répondants qui avaient été victimes de fraude alimentaire au cours de la dernière année, n=111.

Près du quart des répondants (23 %) ont affirmé que s'ils soupçonnaient une fraude alimentaire, ils le signaleraient à l'ACIA, alors que plus du tiers (37 %) le feraient probablement. Par ailleurs, 25 % ne signaleraient probablement pas la fraude alimentaire à l'ACIA, tandis que 2 % ne le feraient certainement pas. Plus d'un répondant sur dix (13 %) était incertain de signaler la fraude alimentaire.

Figure 33. Probabilité de signalement d'une fraude alimentaire présumée à l'ACIA



QFF8. Si je soupçonnais une fraude alimentaire, je le signalerais à l'ACIA. Base : tous les répondants, n=1 503.

Segments clés

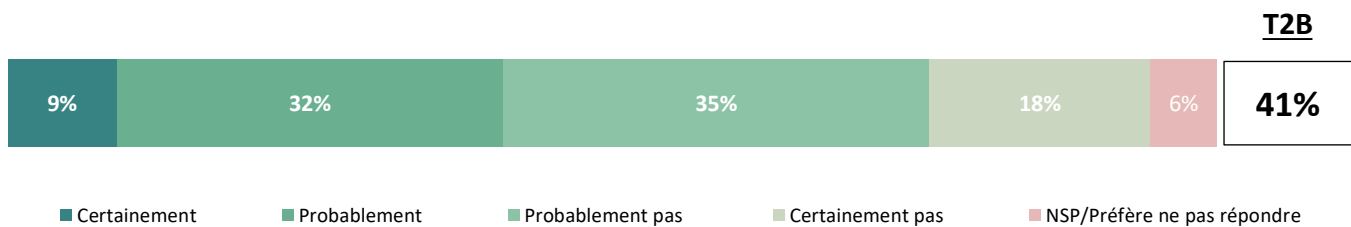
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'affirmer qu'ils signaleraient certainement ou probablement une présumée fraude alimentaire à l'ACIA étaient les suivants :

- Les personnes de 35 ans et plus, comparativement à celles de 18 à 34 ans (64 % contre 52 %)

- Les répondants qui se sont identifiés comme membres d'une minorité visible, par rapport à ceux qui ne se sont pas identifiés comme tels (70 % contre 60 %)
- Ceux qui connaissaient très bien (81 %) ou assez bien (66 %) l'ACIA, comparativement à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (56 %)
- Les personnes très préoccupées par la fraude alimentaire (71 %), comparativement à celles assez préoccupées (59 %) ou peu préoccupées (60 %)

Parmi les participants qui ont affirmé qu'ils signaleraient certainement ou probablement une présumée fraude alimentaire (n=898), environ deux sur cinq (41 %) sauraient comment procéder pour le signalement (9 % certainement, 32 % probablement), tandis que plus de la moitié (54 %) ne le sauraient pas (35 % probablement pas, 18 % certainement pas).

Figure 34. Connaissance du processus de signalement des fraudes alimentaires



QFF9. Je saurais comment signaler une fraude. Base : les répondants qui signaleraient une présumée fraude alimentaire, n=898.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'affirmer qu'ils signaleraient certainement ou probablement une présumée fraude alimentaire étaient les suivants :

- Les hommes, comparativement aux femmes (45 % contre 37 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien (71 %) ou assez bien (51 %) l'ACIA, par rapport à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (29 %)
- Les personnes très préoccupées par la fraude alimentaire (49 %), comparativement à celles qui sont assez préoccupées (40 %) ou peu préoccupées (36 %)

Plus d'un répondant sur dix a mentionné qu'il n'achetait pas de poisson ou qu'il n'en mangeait pas (13 %). Ceux qui mangent ou achètent du poisson devaient évaluer leur niveau de confiance à l'égard de plusieurs énoncés concernant ces produits. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « entièrement confiance » et 1, « pas du tout confiance ».

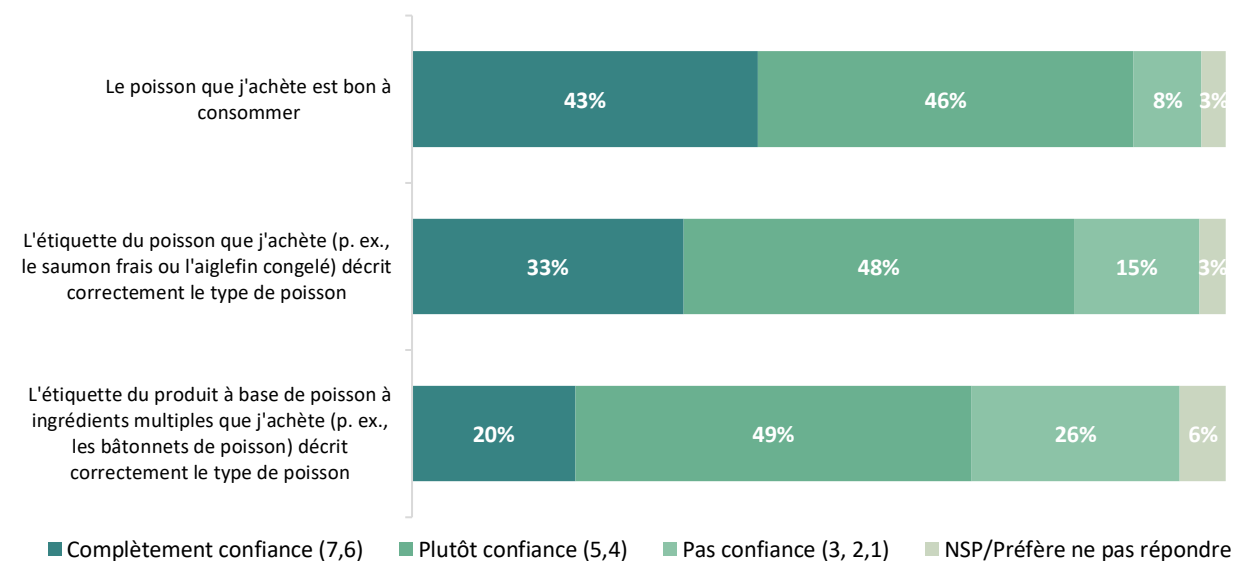
Parmi ceux qui achètent du poisson (n=1 272), plus de deux sur cinq (43 %) étaient très sûrs (note de 6 ou 7) que le poisson qu'ils achètent est bon à consommer, et une proportion légèrement plus faible (46 %) avaient plutôt confiance (note de 4 ou 5). D'autre part, moins d'un répondant

sur dix (8 %) avaient peu confiance que le poisson qu'ils achètent est bon à consommer, et 3 % étaient incertains.

Le tiers des répondants (33 %) avaient entièrement confiance que les étiquettes du poisson frais qu'ils achètent décrivaient correctement le type de poisson, tandis que près de la moitié (48 %) avaient plutôt confiance. Plus d'un répondant sur dix (15 %) avaient peu confiance et 3 % étaient incertains.

En ce qui concerne les produits à base de poisson à ingrédients multiples (comme les bâtonnets de poisson), un répondant sur cinq (20 %) avait entièrement confiance que les étiquettes décrivaient correctement le type de poisson. Un peu moins de la moitié (49 %) avaient plutôt confiance aux étiquettes de produits à base de poisson à ingrédients multiples, tandis qu'un peu plus du quart (26 %) avaient peu confiance et 6 % étaient incertains.

Figure 35. Confiance envers les produits à base de poisson



QFF10. Dans quelle mesure évalueriez-vous votre confiance dans les scénarios suivants? Base : les répondants qui mangent ou qui achètent du poisson, n=1 272.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir entièrement confiance que le poisson qu'ils achètent est bon à consommer étaient les suivants :

- Les hommes, comparativement aux femmes (40 % contre 33 %)
- Les non-Autochtones, par rapport à ceux qui se considèrent Autochtones (37 % contre 25 %)

- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (48 %), comparativement à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (34 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (54 %), comparativement à celles qui sont assez préoccupées (28 %) ou très préoccupées (33 %).

Ceux les plus susceptibles de se dire entièrement confiants que les étiquettes du poisson qu'ils achètent décrivent bien le type de poisson étaient les suivants :

- Les non-Autochtones, par rapport à ceux qui se considèrent Autochtones (29 % contre 14 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (38 %), par rapport à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (27 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (45 %), comparativement à celles qui sont assez préoccupées (20 %) ou très préoccupées (26 %)

Ceux les plus susceptibles de se dire entièrement confiants que les étiquettes des produits à base de poisson à ingrédients multiples qu'ils achètent décrivent correctement le type de poisson étaient les suivants :

- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (28 %), par rapport à ceux qui ne la connaissaient pas très bien (15 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (29 %), comparativement à celles qui étaient assez préoccupées (11 %) ou très préoccupées (16 %)

Les répondants qui mangent ou qui achètent du poisson devaient indiquer dans quelle mesure ils faisaient confiance aux différents genres d'établissements en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « entièrement confiance » et 1, « pas du tout confiance ».

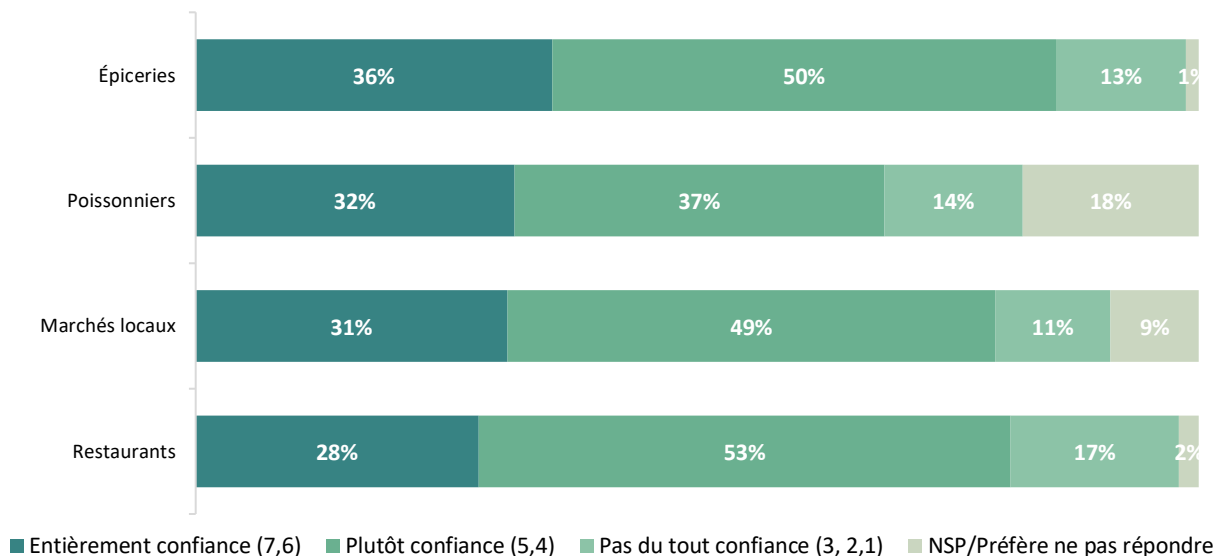
La confiance était la plus élevée envers les épiceries. Plus du tiers des répondants (36 %) étaient très confiants (note de 6 ou 7), tandis que la moitié (50 %) avaient plutôt confiance en cette source (note de 4 ou 5). Par ailleurs, plus d'un répondant sur dix (13 %) avaient peu confiance envers les épiceries en ce qui concerne le type de poisson qu'ils vendent, et 1 % étaient incertains.

Les poissonniers inspiraient une grande confiance à environ le tiers des répondants (32 %), alors que 37 % avaient plutôt confiance. D'autre part, plus d'un répondant sur dix (14 %) avaient peu confiance aux poissonniers. Près d'un sur cinq (18 %) était incertain de leur niveau de confiance envers les poissonniers en ce qui concerne les produits qu'ils vendent.

Près du tiers des répondants (31 %) faisaient entièrement confiance aux marchés locaux pour le poisson qu'ils vendent, tandis qu'un peu moins de la moitié (49 %) avaient plutôt confiance. À l'inverse, un peu plus d'un répondant sur dix (11 %) avait peu confiance et 9 % étaient incertains.

Finalement, plus du quart des répondants (28 %) faisaient entièrement confiance aux restaurants et plus de la moitié (53 %) avaient plutôt confiance. Moins d'un sur cinq (17 %) leur faisait peu confiance et seulement 2 % étaient incertains.

Figure 36. Confiance envers les différents établissements qui vendent du poisson



QFF11. Dans quelle mesure faites-vous confiance aux différents genres d'établissements en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent? Base : les répondants qui mangent ou qui achètent du poisson, n=1 272.

Segments clés

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de faire entièrement confiance aux épiceries en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent étaient les suivants :

- Les hommes, par rapport aux femmes (34 % contre 28 %)
- Les non-Autochtones, comparativement à ceux qui se considèrent Autochtones (31 % contre 20 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est supérieur à 80 000 \$, par rapport à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (34 % contre 26 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (47 %), par rapport à ceux qui la connaissaient assez bien (31 %) ou pas très bien (28 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (46 %), comparativement à celles qui sont assez préoccupées (24 %) ou très préoccupées (27 %)

Ceux les plus susceptibles de faire entièrement confiance aux poissonniers en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent étaient les suivants :

- Les répondants du Québec, par rapport à ceux des autres régions (46 % contre 22 %)
- Les non-Autochtones, par rapport à ceux qui se considèrent Autochtones (28 % contre 16 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est supérieur à 80 000 \$ (31 %), par rapport à celles qui ont un revenu inférieur à 80 000 \$ (24 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (43 %), par rapport à ceux qui la connaissaient assez bien (29 %) ou pas très bien (24 %)
- Les personnes qui parlent français à la maison (51 %), comparativement à celles qui parlent anglais (21 %) ou une autre langue que l'anglais ou le français (23 %)

Ceux les plus susceptibles de faire entièrement confiance aux marchés locaux en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent étaient les suivants :

- Les répondants du Canada atlantique, par rapport à ceux des autres régions (39 % contre 26 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est supérieur à 80 000 \$, comparativement à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (29 % contre 22 %)
- Les répondants qui connaissaient très bien l'ACIA (43 %), comparativement à ceux qui la connaissaient assez bien (26 %) ou pas très bien (25 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (35 %), par rapport à celles qui étaient assez préoccupées (22 %) ou très préoccupées (27 %)

Ceux les plus susceptibles de faire entièrement confiance aux restaurants en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent étaient les suivants :

- Les non-Autochtones, comparativement à ceux qui se considèrent Autochtones (25 % contre 11 %)
- Les personnes dont le revenu du ménage est supérieur à 80 000 \$, par rapport à celles qui ont un revenu inférieur à 40 000 \$ (28 % contre 19 %)
- Les personnes peu préoccupées par la fraude alimentaire (33 %), comparativement à celles qui sont assez préoccupées (20 %) ou très préoccupées (21 %)

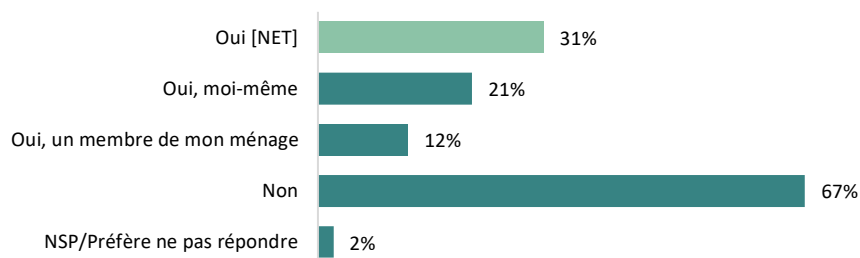
Analyse supplémentaire

Allergies et sensibilités alimentaires

À des fins d'analyse, nous avons demandé aux répondants si eux-mêmes ou d'autres membres de leur ménage souffraient d'allergies ou de sensibilités alimentaires.

Dans l'ensemble, plus de trois répondants sur dix (31 %) ont indiqué qu'il y avait des allergies ou des sensibilités alimentaires dans leur ménage.

Figure 37. Allergies ou sensibilités alimentaires dans le ménage



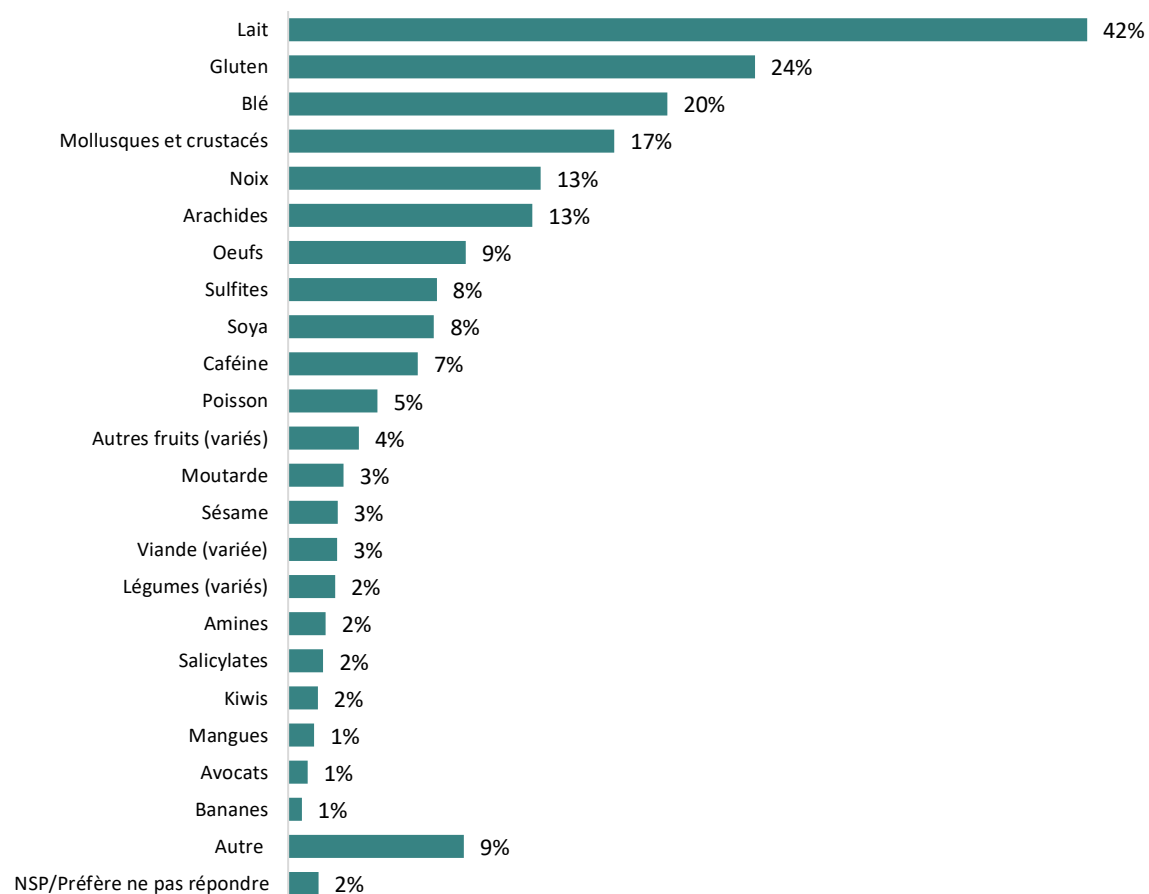
QA1. Est-ce que vous souffrez d'allergies ou de sensibilités alimentaires? Base : tous les répondants, n=1 503.

Ceux qui souffrent ou dont des membres de leur ménage souffrent d'allergies ou de sensibilités alimentaires devaient préciser les aliments qui provoquaient ces allergies ou ces sensibilités.

Parmi ceux qui souffraient d'allergies ou de sensibilités alimentaires, les aliments les plus souvent mentionnés étaient le lait (42 %), le gluten (24 %), le blé (20 %), les mollusques et crustacés (17 %), les noix (13 %) et les arachides (13 %).

Les autres aliments provoquant des allergies ou des sensibilités étaient les œufs (9 %), les sulfites (8 %), le soya (8 %), la caféine (7 %), le poisson (5 %), les fruits (5 %), la moutarde (3 %), le sésame (3 %), la viande (3 %), les légumes (2 %), les amines (2 %), les salicylates (2 %), les kiwis (2 %), les mangues (1 %), les avocats (1 %) et les bananes (1 %).

Figure 38. Types d'allergies ou de sensibilités alimentaires



QA2. Veuillez sélectionner tous les aliments auxquels vous ou un membre de votre ménage êtes allergique ou sensible. Base : les répondants qui souffrent d'allergies ou de sensibilités alimentaires, n=464.

Résultats de la recherche quantitative – Sondage auprès des entreprises alimentaires

Connaissance des règlements en matière de salubrité des aliments

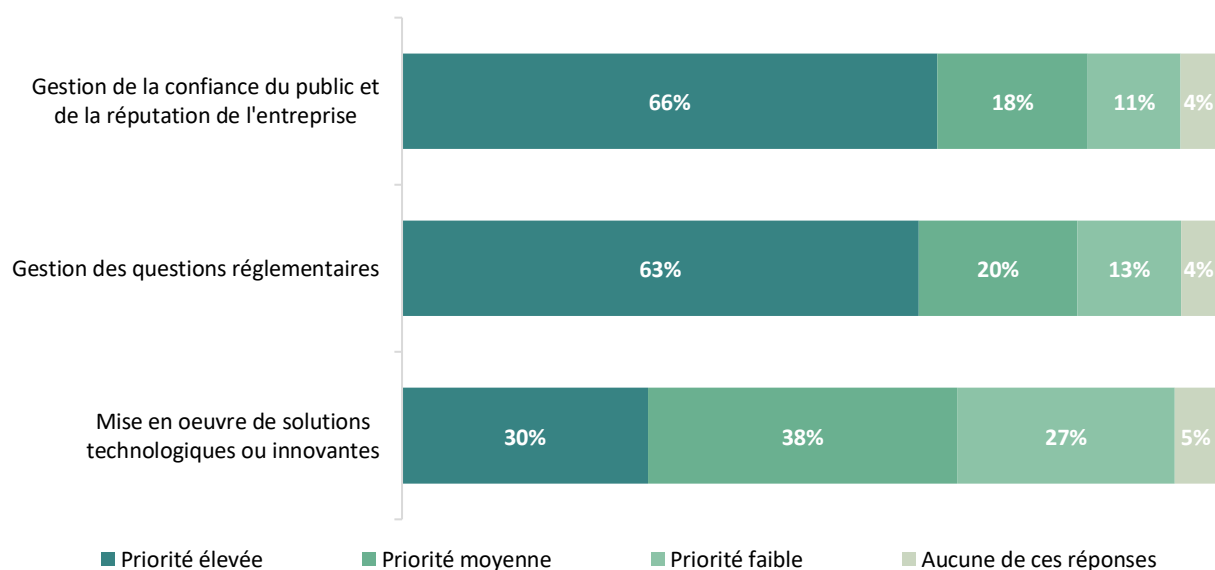
Nous avons demandé aux représentants d'entreprises quelle était la priorité qu'ils avaient accordée à trois secteurs d'activités au cours des deux dernières années.

Les deux tiers des représentants (66 %) ont indiqué que la gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise avait été une priorité absolue, alors que près d'un sur cinq (18 %) lui avait accordé une priorité moyenne et 11 %, une priorité faible.

Des résultats similaires ont été obtenus pour la gestion des questions réglementaires. Celle-ci était considérée comme une priorité élevée par 63 % des entreprises, une priorité moyenne pour 20 % et une priorité faible pour 13 % d'entre elles.

La mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes était une priorité élevée pour près du tiers des entreprises (30 %) et une priorité moyenne pour une proportion un peu plus élevée (38 %). D'autre part, elle était une priorité faible pour 27 % des entreprises.

Figure 39. Priorités pour les entreprises alimentaires



Q1AA. Lorsque vous réfléchissez aux deux dernières années, quelle priorité – élevée, moyenne ou faible – votre entreprise a-t-elle accordée aux activités suivantes? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'accorder une priorité élevée à la gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise étaient les suivants :

- Les représentants d'entreprises du Québec (81 %), comparativement à ceux de l'Ontario (62 %), du Canada atlantique (59 %) et de l'Ouest (56 %)
- Les détaillants (73 %), par rapport aux entreprises agricoles (55 %) ou aux grossistes/distributeurs (55 %)
- Les grandes entreprises, par rapport aux microentreprises (74 % contre 59 %)

Ceux les plus susceptibles de dire que la gestion des questions réglementaires représentait une priorité élevée étaient les suivants :

- Les représentants d'entreprises du Québec (76 %), comparativement à ceux de l'Ontario (62 %), du Canada atlantique (54 %) et de l'Ouest (54 %)
- Les transformateurs/fabricants, comparativement aux entreprises agricoles (69 % contre 58 %)
- Les grandes (78 %) et moyennes entreprises (70 %), par rapport aux petites (61 %) ou aux microentreprises (49 %)

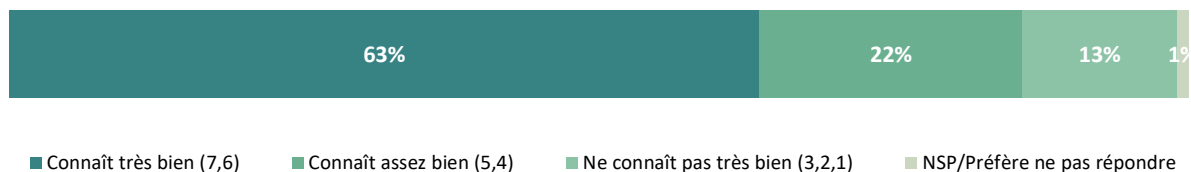
Ceux les plus susceptibles d'accorder une priorité élevée à la mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes étaient les suivants :

- Les grandes (49 %) ou les moyennes entreprises (35 %), par rapport aux petites (25 %) ou aux microentreprises (22 %)

Les représentants d'entreprises devaient évaluer leur niveau de connaissance des activités de l'ACIA. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « connaît très bien » et 1, « ne connaît pas du tout ».

Près des deux tiers des entreprises (63 %) connaissaient très bien (note de 6 ou 7) les activités de l'ACIA, tandis que 22 % les connaissaient assez bien (note de 4 ou 5). Une plus faible proportion (13 %) ne les connaissait pas très bien (note de 1, 2 ou 3).

Figure 40. Connaissance de l'ACIA



QAA1. Dans quelle mesure diriez-vous que votre entreprise connaît les activités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

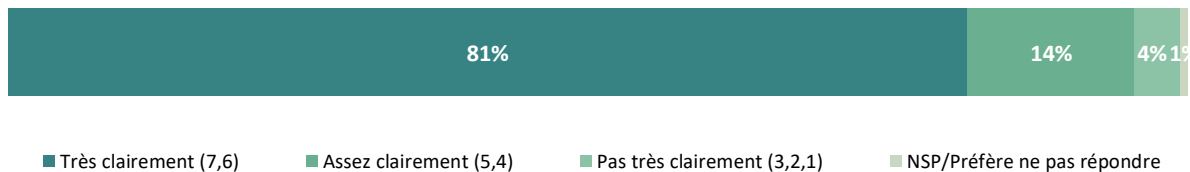
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de très bien connaître les activités de l'ACIA étaient les suivants :

- Les entreprises de l'Ontario (70 %), comparativement à celles de l'Ouest (58 %) ou du Québec (57 %)
- Les transformateurs/fabricants (76 %), les grossistes/distributeurs (66 %) et les détaillants (64 %), comparativement aux entreprises agricoles (47 %)
- La familiarité avec l'ACIA est proportionnelle à la taille de l'entreprise, étant plus élevée parmi les grandes entreprises (86 %), par rapport aux moyennes (71 %), aux petites (59 %) ou au microentreprises (45 %)

Les participants devaient indiquer dans quelle mesure ils comprenaient la législation en matière de salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très claire » et 1, « pas du tout claire ».

Environ quatre répondants sur cinq (81 %) croyaient clairement comprendre la réglementation en matière de salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise (note de 6 ou 7). De plus, 14 % comprenaient assez bien la réglementation applicable (note de 4 ou 5), tandis que 4 % ne la comprenaient pas bien (note de 1, 2 ou 3).

Figure 41. Compréhension de la réglementation applicable en matière de salubrité des aliments



QA1. À quel point avez-vous l'impression de comprendre la réglementation en matière de salubrité alimentaire qui s'applique à votre entreprise, sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas très clairement » et 7, « très clairement ». Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

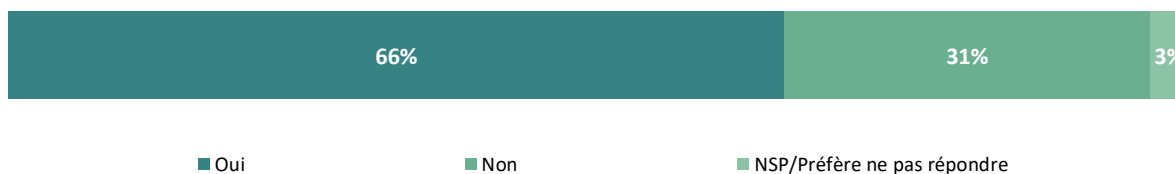
Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles de comprendre très clairement la réglementation en matière de salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise étaient les suivantes :

- Les transformateurs/fabricants (87 %), les détaillants (86 %) et les grossistes/distributeurs (78 %), comparativement aux entreprises agricoles (66 %)
- Les détaillants, par rapport aux grossistes/distributeurs (86 % contre 78 %)
- Les grandes (93 %), moyennes (87 %) et petites entreprises (82 %), comparativement aux microentreprises (67 %)

Les deux tiers des représentants d'entreprises (66 %) avaient vu, lu ou entendu quelque chose récemment au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC), tandis que

moins du tiers (31 %) n'avaient rien vu, lu ou entendu. Quelque 3 % des représentants d'entreprises étaient incertains.

Figure 42. Vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du RSAC



QA2. Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

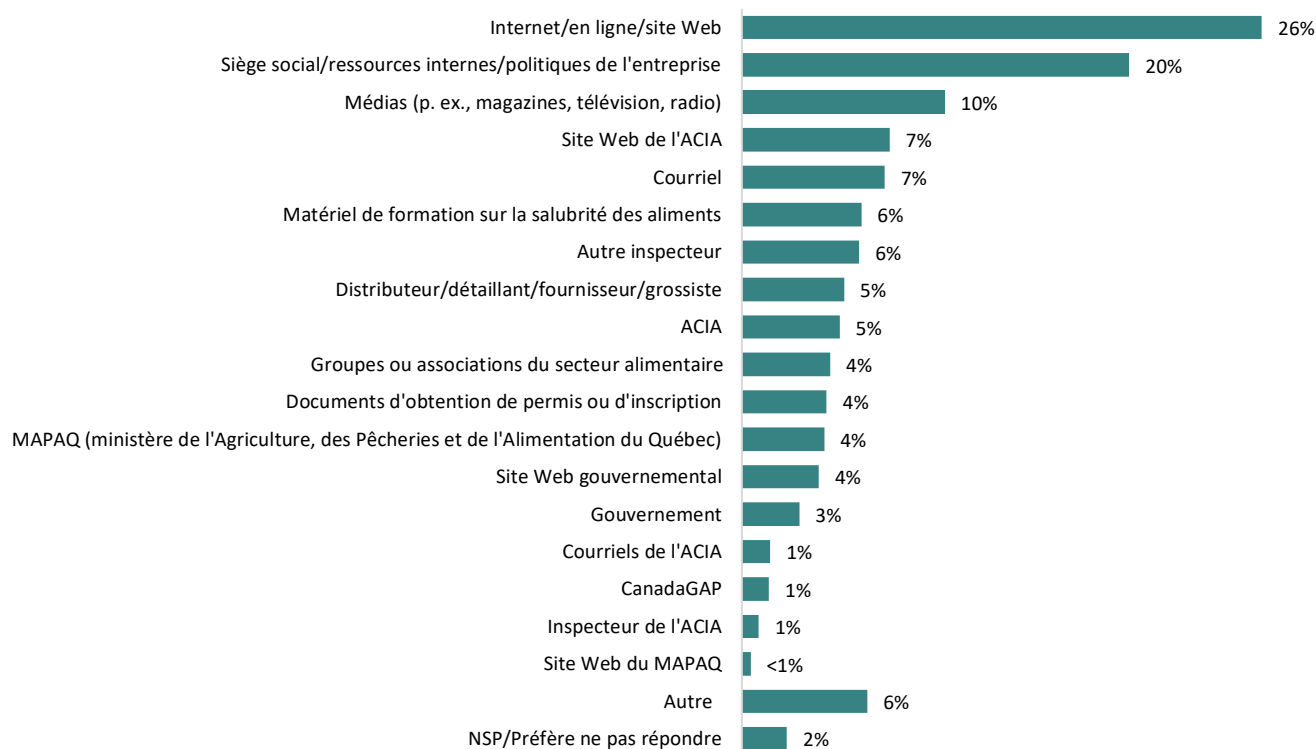
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du RSAC étaient les suivants :

- Les représentants d'entreprises du Québec (81 %), comparativement à ceux de l'Ontario (61 %), du Canada atlantique (56 %) et de l'Ouest (55 %)
- Les transformateurs/fabricants (84 %) et les grossistes/distributeurs (80 %), par rapport aux détaillants (62 %) et aux entreprises agricoles (54 %)
- Les moyennes (72 %) et les petites entreprises (69 %), comparativement aux microentreprises (56 %)
- Les moyennes entreprises (72 %), comparativement aux grandes (57 %)

Lorsque nous leur avons demandé où ils avaient entendu, vu ou lu quelque chose au sujet du RSAC, un peu plus du quart des représentants d'entreprises (26 %) ont mentionné l'Internet, et un sur cinq (20 %) a parlé des ressources internes, comme le siège social ou les politiques de l'entreprise. Par ailleurs, 15 % ont mentionné l'ACIA (le site Web de l'ACIA, 7 %; l'ACIA en général, 5 %; les courriels de l'ACIA, 1 %; un inspecteur de l'ACIA, 1 %), alors que 10 % ont répondu les médias, comme les magazines, la télévision ou la radio.

Un petit nombre seulement a mentionné le courriel (en général, 7 %), le matériel de formation sur la salubrité des aliments (6 %), un inspecteur (6 %), un distributeur, un détaillant, un fournisseur ou un grossiste (5 %), les associations alimentaires (4 %), les documents d'obtention de permis ou d'inscription (4 %), le MAPAQ (4 %), les sites Web gouvernementaux (4 %), le gouvernement (en général, 3 %), CanadaGAP (1 %) ou le site Web du MAPAQ (1 %). Seulement 2 % des représentants d'entreprises ne se rappelaient pas où ils avaient entendu, vu ou lu quelque chose au sujet du règlement.

Figure 43. Canaux d'information sur le RSAC



QA3. Où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, n=574.

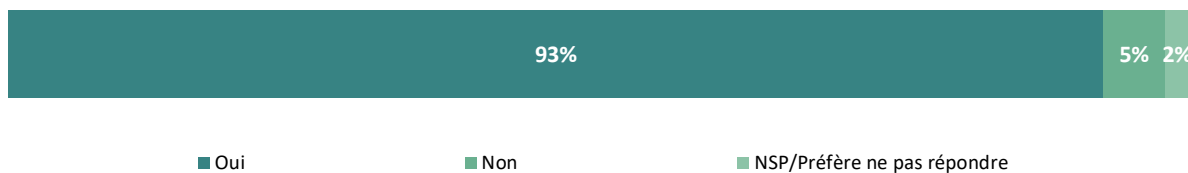
Principales constatations

Parmi les sous-segments, nous avons constaté les écarts suivants :

- Les détaillants (29 %) étaient plus susceptibles de mentionner le siège social, comparativement aux transformateurs/fabricants (12 %), aux grossistes/distributeurs (10 %) et aux entreprises agricoles (6 %)
- Les répondants de l'Ontario (10 %) étaient plus susceptibles de mentionner les groupes et associations du secteur alimentaire, par rapport à ceux du Québec (3 %), de l'Ouest (1 %) et du Canada atlantique (0 %)
- Les répondants du Québec (12 %) étaient plus enclins à citer le MAPAQ, comparativement à ceux des autres régions (0 %)

La plupart des représentants d'entreprises qui connaissaient bien le RSAC croyait que le Règlement s'appliquait à leur organisation (93 %).

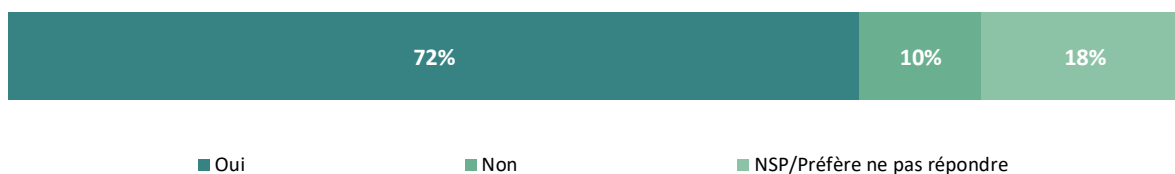
Figure 44. Perception de la pertinence du nouveau règlement



QA4. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à votre entreprise? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, n=574.

Parmi ceux qui connaissaient bien le RSAC, 72 % des représentants d'entreprises croyaient que le Règlement s'appliquait aux ventes de produits alimentaires en ligne, contre 10 % qui ne le croyaient pas, et 18 % qui étaient incertains.

Figure 45. Perception de la pertinence du RSAC pour les ventes en ligne



QA5. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à la vente de produits alimentaires en ligne? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, n=574.

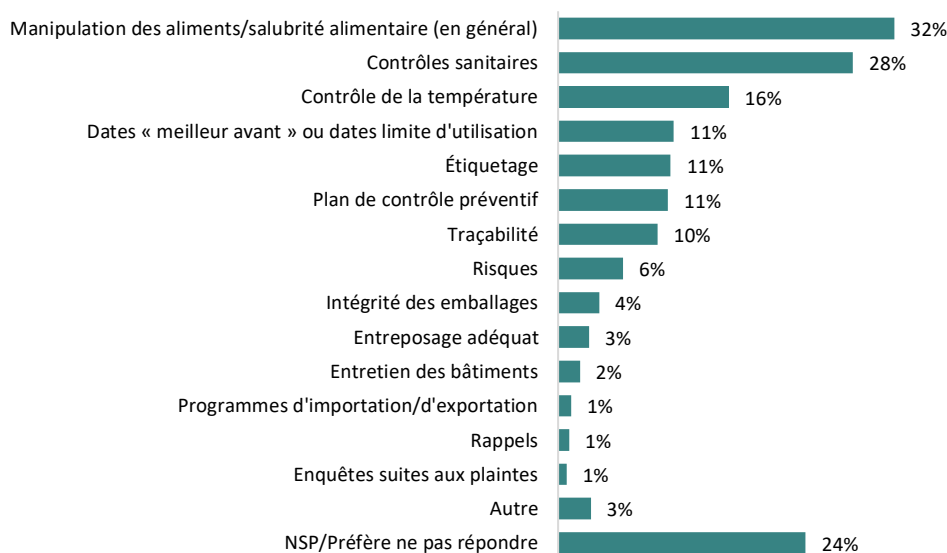
Sans qu'aucune option ne leur soit présentée, les représentants d'entreprises qui connaissaient bien le RSAC devaient indiquer quelles étaient selon eux les principales exigences en matière de salubrité prévues dans le Règlement.

Les exigences les plus souvent mentionnées étaient la manipulation des aliments en général ou la salubrité alimentaire (32 %), les contrôles sanitaires (28 %), le contrôle de la température (16 %), les dates « meilleur avant » ou de limite d'utilisation (11 %), l'étiquetage (11 %), les plans de contrôle préventif (11 %) et la traçabilité (10 %).

Quelques-uns ont parlé des risques (6 %), de l'intégrité des emballages (4 %), de l'entreposage adéquat (3 %), de l'entretien des bâtiments (2 %), des programmes d'importation ou d'exportation (1 %), les rappels (1 %) ou les enquêtes suite aux plaintes (1 %), entre autres.

Près du quart des répondants (24 %) ignoraient quelles étaient les principales exigences en matière de salubrité prévues dans le RSAC.

Figure 46. Connaissance sans aide des principales exigences en matière de salubrité du RSAC

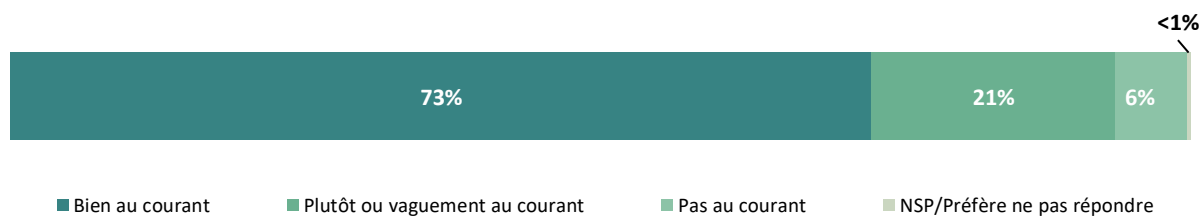


QA5A. À votre connaissance, quelles sont les principales exigences en matière de salubrité des aliments du RSAC? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, n=574.

Les représentants d'entreprises qui connaissaient le RSAC devaient dire s'ils étaient au courant qu'une licence était requise pour importer des produits alimentaires au Canada.

Près des trois quarts de ces répondants (73 %) ont indiqué qu'ils étaient bien au courant de cette exigence, tandis que 21 % étaient plutôt ou vaguement au courant. Par ailleurs, 6 % n'étaient pas au courant de cette exigence.

Figure 47. Connaissance de l'exigence relative à la licence en vertu du RSAC



QA6. Saviez-vous qu'en vertu du Règlement sur la salubrité des aliments au Canada, vous devez avoir une licence pour importer des produits alimentaires au Canada? Diriez-vous que vous êtes...? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* et qui importent des produits alimentaires, n=176.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être bien au courant que le RSAC exige une licence pour importer des produits alimentaires au Canada étaient les suivants :

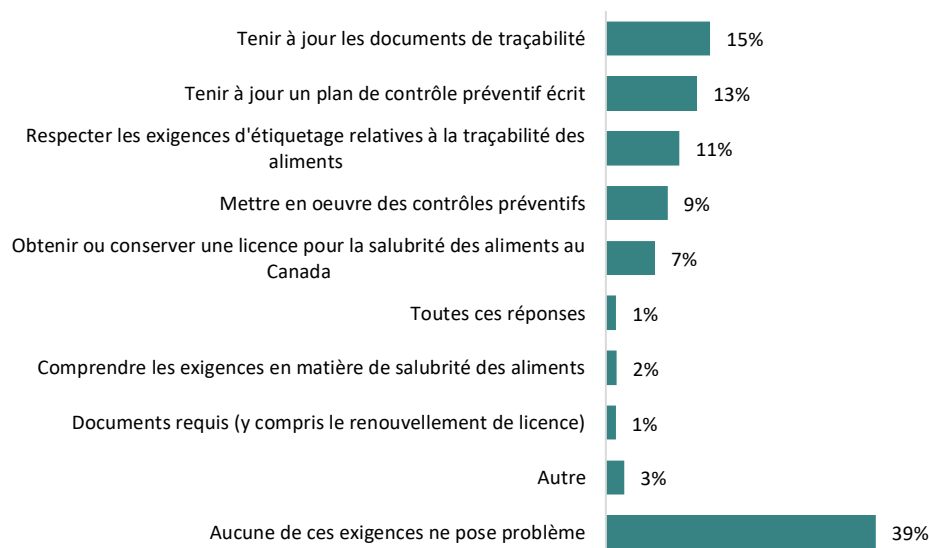
- Les représentants d'entreprises de l'Ouest (79 %), de l'Ontario (76 %) et du Québec (68 %), comparativement à ceux de l'Atlantique (22 %)
- Les transformateurs/fabricants (88 %), les grossistes/distributeurs (88 %) et les entreprises agricoles (75 %), par rapport aux détaillants (43 %)
- Les petites (80 %) et moyennes entreprises (77 %), comparativement aux grandes entreprises (49 %)

Les représentants d'entreprises qui connaissaient bien le RSAC devaient indiquer quelles étaient les exigences du Règlement qui leur posaient le plus de difficulté. Une liste d'exigences en matière de salubrité des aliments leur a été présentée.

La tenue à jour de documents de traçabilité représentait le plus gros défi pour 15 % des répondants, alors qu'une proportion un peu plus faible a mentionné la tenue à jour d'un plan de contrôle préventif écrit (13 %) ou de respecter les exigences d'étiquetage relatives à la traçabilité des aliments (11 %). Moins d'un répondant sur dix croyait que le plus grand défi était la mise en œuvre de contrôles préventifs (9 %) ou l'obtention/le maintien d'une licence pour la salubrité des aliments (7 %). Par ailleurs, 1 % des répondants ont fait valoir que toutes ces exigences leur posaient des difficultés.

Un peu moins d'un répondant sur cinq (39 %) a indiqué qu'aucun de ces exigences ne représentait un défi pour son entreprise.

Figure 48. Difficultés à respecter les exigences en matière de salubrité des aliments du RSAC



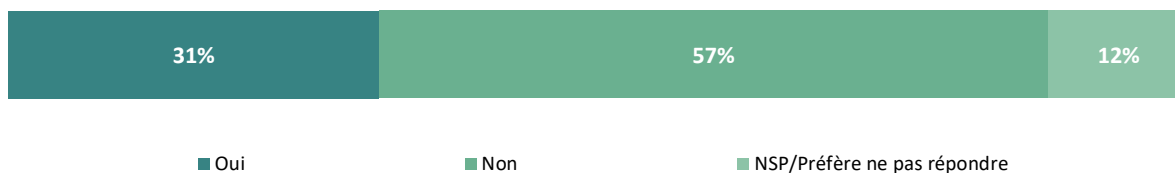
QA7. Laquelle des exigences suivantes du Règlement vous pose le plus de difficulté? Est-ce que c'est...? Base : les représentants d'entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* et qui ne sont pas uniquement des détaillants, n=386.

Principales constatations

- Les micro (11 %), les petites (10 %) et les moyennes entreprises (5 %) étaient les plus susceptibles à considérer que l'obtention et le maintien d'une licence posait une difficulté, comparativement aux grandes entreprises (0 %).
- Les répondants de l'Ouest (17 %), du Québec (8 %) et de l'Ontario (8 %) étaient plus susceptibles de dire que la mise en œuvre de contrôles préventifs posait une difficulté, comparativement à ceux du Canada atlantique (0 %)
- Les répondants du Québec (52 %) étaient plus enclins à affirmer qu'aucune de ces exigences ne posait de problème, par rapport à ceux de l'Ontario (35 %), de l'Ouest (25 %) et du Canada atlantique (23 %)

Près du tiers des représentants d'entreprises (31 %) ont indiqué qu'ils utilisaient un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé, comme l'Initiative mondiale pour la sécurité alimentaire (IMSA), l'Organisation internationale de normalisation (ISO) ou le Programme de gestion de la qualité (PGQ). D'autre part, 57 % n'utilisaient aucun système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité provenant du secteur privé, et 12 % étaient incertains.

Figure 49. Utilisation d'un système privé de certification



QA8. Utilisez-vous un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé, comme l'IMSA, une norme de l'ISO ou un PGQ? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'utiliser un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé étaient les suivantes :

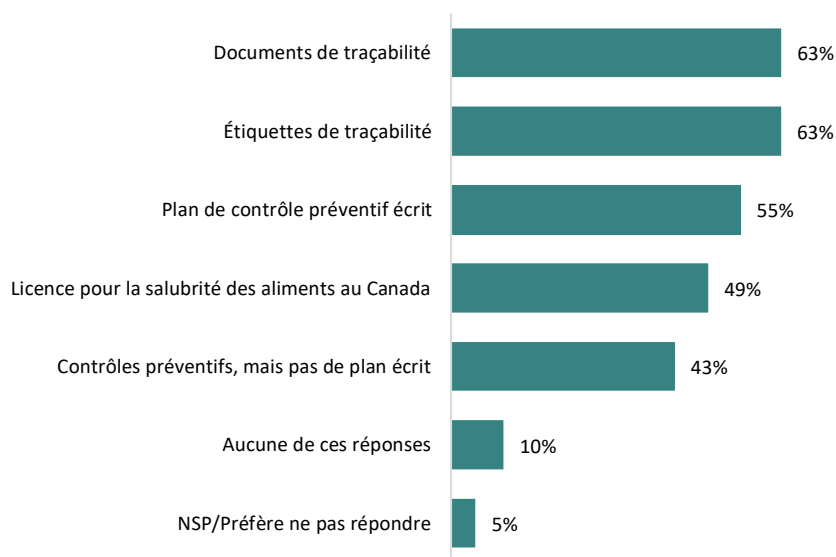
- Les entreprises de l'Ontario (36 %), comparativement à celles de l'Ouest (25 %)
- Les transformateurs/fabricants (48 %) et les grossistes/distributeurs (38 %), par rapport aux détaillants (28 %) et aux entreprises agricoles (27 %)
- Les grandes (49 %) et les moyennes entreprises (42 %), comparativement aux petites (20 %) et aux microentreprises (17 %)

Les représentants d'entreprise devaient préciser quelles étaient les mesures de contrôle préventif qu'ils utilisaient.

Près des deux tiers ont indiqué qu'ils utilisaient des documents de traçabilité (63 %) ou des étiquettes de traçabilité (63 %), alors que plus de la moitié (55 %) avaient un plan de contrôle préventif écrit. Près de la moitié des répondants (49 %) ont mentionné qu'ils possédaient une licence du RSAC, tandis qu'une proportion plus faible avait des contrôles préventifs en place, mais pas de plan écrit (43 %).

Par ailleurs, 10 % n'utilisaient aucune des mesures de contrôle préventif de la liste, et 5 % étaient incertains.

Figure 50. Mesures de contrôle préventif utilisées par les entreprises



QA9. Lesquels de ces documents votre entreprise possède-t-elle, le cas échéant? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Les sous-segments suivants étaient les plus susceptibles d'avoir une licence pour la salubrité des aliments au Canada :

- Les répondants du Québec (63 %), comparativement à ceux du Canada atlantique (47 %), de l'Ouest (44 %) et de l'Ontario (40 %)
- Les grandes (54 %), les moyennes (58 %) et les petites entreprises (49 %), comparativement aux microentreprises (31 %)

Les sous-segments ci-dessous étaient les plus susceptibles à posséder un plan de contrôle préventif écrit :

- Les transformateurs/fabricants (77 %), par rapport aux grossistes/distributeurs (63 %), aux détaillants (51 %) et aux entreprises agricoles (45 %)
- Les grandes (70 %), les moyennes (68 %) et les petites entreprises (50 %), comparativement aux microentreprises (34 %)

Les sous-segments suivants étaient les plus enclins à utiliser des documents de traçabilité :

- Les transformateurs/fabricants (83 %), comparativement aux entreprises agricoles (70 %), aux grossistes/distributeurs (68 %) et aux détaillants (54 %)
- Les moyennes (72 %) et les grandes entreprises (70 %), par rapport aux micro (54 %) et aux petites entreprises (53 %)

Les sous-segments suivants étaient les plus susceptibles d'utiliser des étiquettes de traçabilité :

- Les transformateurs/fabricants (81 %), par rapport aux grossistes/distributeurs (70 %), aux détaillants (59 %) et aux entreprises agricoles (53 %)
- Les grandes (72 %), les moyennes (74 %) et les petites entreprises (61 %), comparativement aux microentreprises (43 %)

Les sous-segments ci-dessous étaient plus enclins à dire que leur entreprise n'avait aucune de ces mesures en place :

- Les entreprises agricoles (16 %), comparativement aux grossistes/distributeurs (6 %) et aux transformateurs/fabricants (3 %)
- Les détaillants (11 %), par rapport aux transformateurs/fabricants (3 %)
- Les microentreprises (20 %), comparativement aux petites (11 %), aux moyennes (5 %) et aux grandes entreprises (5 %)

Transparence

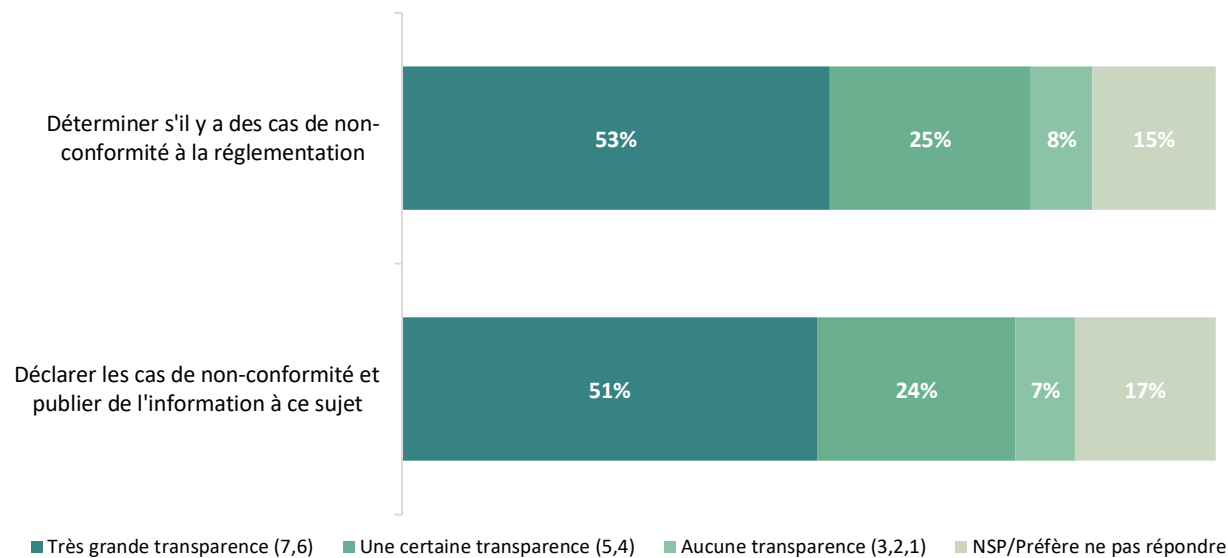
Les répondants étaient invités à évaluer la transparence de l'ACIA dans diverses situations. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très grande transparence » et 1, « aucune transparence ».

Plus de la moitié des représentants d'entreprises (53 %) considéraient que l'ACIA faisait preuve d'une grande transparence (note de 6 ou 7) pour ce qui est de déterminer s'il y a des cas de non-conformité à la réglementation, tandis que le quart (25 %) croyait qu'elle faisait preuve d'une certaine transparence (note de 4 ou 5). D'autre part, 8 % pensaient que l'ACIA n'était pas très transparente (note de 1, 2 ou 3), et 15 % étaient incertains.

Un peu plus de la moitié des répondants (51 %) étaient d'avis que l'ACIA faisait preuve d'une grande transparence lorsqu'il s'agit de déclarer les cas de non-conformité et de publier de l'information à ce sujet, alors que près du quart (24 %) croyait qu'elle faisait preuve d'une

certaine transparence. Par ailleurs, 7 % considéraient que l'ACIA n'était pas très transparente, et 17 % étaient incertains.

Figure 51. Transparence de l'ACIA



QT1-2. Selon vous, à quel point l'ACIA fait-elle preuve de transparence dans chacune des activités suivantes? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie qu'elle ne fait preuve d'aucune transparence et 7, qu'elle fait preuve d'une très grande transparence. Base : les entreprises qui sont familiarisées avec les activités de l'ACIA, n=744.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire que l'ACIA fait preuve d'une très grande transparence lorsqu'il s'agit de déterminer s'il y a des cas de non-conformité à la réglementation étaient les suivants :

- Les transformateurs/fabricants (62 %), comparativement aux grossistes/distributeurs (47 %) et aux entreprises agricoles (41 %)
- Les détaillants (56 %), par rapport aux entreprises agricoles (41 %)
- Les grandes (63 %), les moyennes (57 %) et les petites entreprises (53 %), comparativement aux microentreprises (38 %)

Les entreprises les plus enclines à croire que l'ACIA fait preuve d'une très grande transparence lorsqu'il s'agit de déclarer les cas de non-conformité et de publier de l'information à ce sujet étaient les suivantes :

- Les transformateurs/fabricants (60 %), par rapport aux grossistes/distributeurs (48 %) et aux entreprises agricoles (33 %)
- Les détaillants (56 %), comparativement aux entreprises agricoles (33 %)

- Les grandes (63 %) et les moyennes entreprises (55 %), comparativement aux microentreprises (39 %)

Dates « meilleur avant »

Les représentants d'entreprises devaient répondre à quelques questions concernant les dates « meilleur avant » qui figurent sur les emballages de produits.

Près de la moitié des répondants (46 %) ont indiqué que leur entreprise tirait des avantages des exigences en matière de dates « meilleur avant », tandis qu'une proportion légèrement plus faible (48 %) étaient d'avis que l'entreprise n'en tirait aucun avantage, et 5 % étaient incertains.

Figure 52. Avantages des exigences relatives aux dates « meilleur avant »



QB1. Votre entreprise tire-t-elle des avantages par rapport aux exigences des dates de péremption? Base : tous les répondants, n=850.

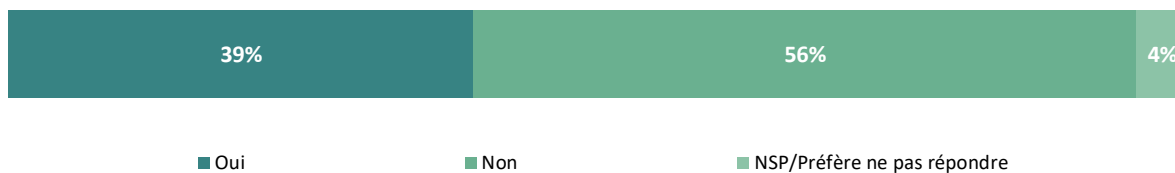
Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de tirer des avantages des exigences relatives à la date « meilleur avant » étaient les suivants :

- Les détaillants (55 %), les transformateurs/fabricants (49 %) et les grossistes/distributeurs (45 %), par rapport aux entreprises agricoles (19 %)
- Les détaillants (55 %), comparativement aux grossistes/distributeurs (45 %)
- Les grandes (56 %), les moyennes (51 %) et les petites entreprises (46 %), comparativement aux microentreprises (35 %)

Près de deux répondants sur cinq (39 %) ont affirmé que leur entreprise observait des répercussions négatives des exigences relatives à la date « meilleur avant ». À l'inverse, plus de la moitié (56 %) ont indiqué que leur entreprise n'observait aucune répercussion négative par rapport à ces exigences, et 4 % étaient incertains.

Figure 53. Répercussions négatives des exigences relatives à la date « meilleur avant »



QB2. Votre entreprise observe-t-elle des répercussions négatives par rapport aux exigences des dates de péremption? Base : tous les répondants, n=850.

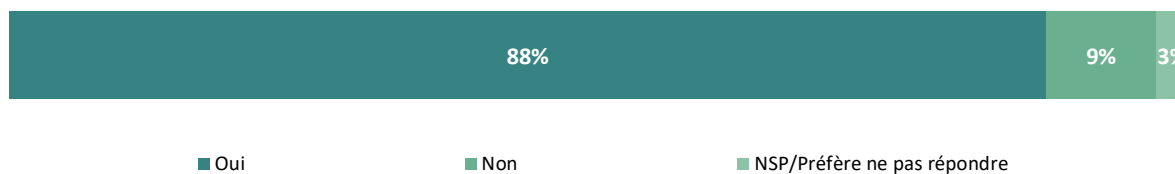
Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir observé des répercussions négatives par rapport aux exigences des dates « meilleur avant » étaient les suivants :

- Les détaillants (52 %), les grossistes/distributeurs (43 %) et les transformateurs/fabricants (29 %), par rapport aux entreprises agricoles (8 %)
- Les détaillants (52 %) et les grossistes/distributeurs (43 %), comparativement aux transformateurs/fabricants (29 %)
- Les grandes (50 %) et les moyennes entreprises (46 %), comparativement aux petites (35 %) et aux microentreprises (28 %)

La vaste majorité des représentants d'entreprises (88 %) voyaient un lien entre la date « meilleur avant » et le gaspillage alimentaire.

Figure 54. Lien entre la date « meilleur avant » et le gaspillage alimentaire



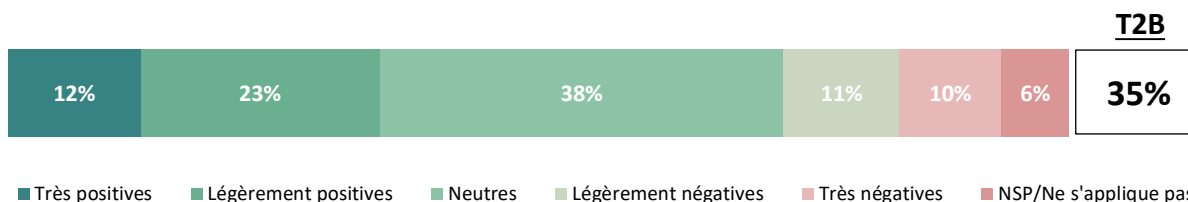
QB3. Pensez-vous qu'il y a un lien entre les dates de péremption et le gaspillage alimentaire? Base : tous les répondants, n=850.

Les répondants étaient invités à envisager les répercussions sur leur entreprise de l'élimination des dates « meilleur avant ».

Dans l'ensemble, plus du tiers des répondants (35 %) croyaient que l'élimination des dates « meilleur avant » aurait un impact positif sur leur entreprise (12 % croyaient qu'elle aurait un impact très positif et 23 %, un impact assez positif). Une proportion légèrement plus élevée (38 %) croyait que ce changement n'aurait aucun impact sur leur entreprise.

D'autre part, plus d'un répondant sur dix (11 %) avait l'impression que l'élimination des dates « meilleur avant » aurait un impact assez négatif sur leur entreprise, et une proportion similaire (10 %) croyait qu'elle aurait un impact très négatif. Par ailleurs, 6 % étaient incertains.

Figure 55. Répercussions de l'élimination des dates « meilleur avant »



QB5. Si on éliminait l'exigence relative à la date de péremption, quelles seraient les répercussions sur votre entreprise? Très négatives, légèrement négatives, neutres, légèrement positives ou très positives? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

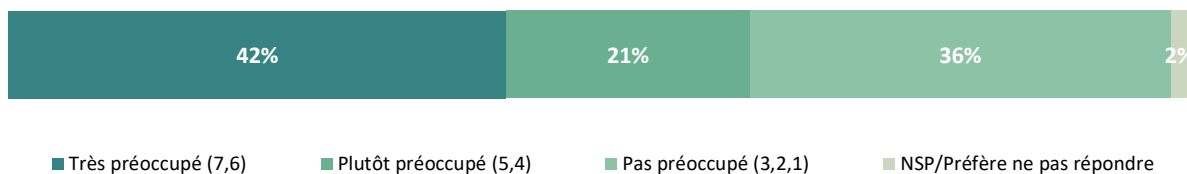
- Les détaillants (45 %) étaient plus enclins à croire que l'élimination des dates « meilleur avant » aurait un impact assez positif ou très positif sur leur entreprise, par rapport aux grossistes/distributeurs (33 %), aux transformateurs/fabricants (25 %) et aux entreprises agricoles (15 %).

Fraude alimentaire

Nous avons demandé aux représentants d'entreprises d'indiquer leur niveau de préoccupation à l'égard de la fraude alimentaire. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très préoccupé » et 1, « pas du tout préoccupé ».

Plus de deux répondants sur cinq (42 %) étaient très préoccupés par la fraude alimentaire (note de 6 ou 7), tandis que 21 % étaient assez préoccupés (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 36 % n'étaient pas très préoccupés par la fraude alimentaire (note de 1, 2 ou 3) et 2 % étaient incertains.

Figure 56. Niveau de préoccupation à l'égard de la fraude alimentaire



QFF1. En tant qu'entreprise du secteur de l'alimentation, dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par la fraude alimentaire? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas du tout préoccupé » et 7, « très préoccupé ». Base : tous les répondants, n=850.

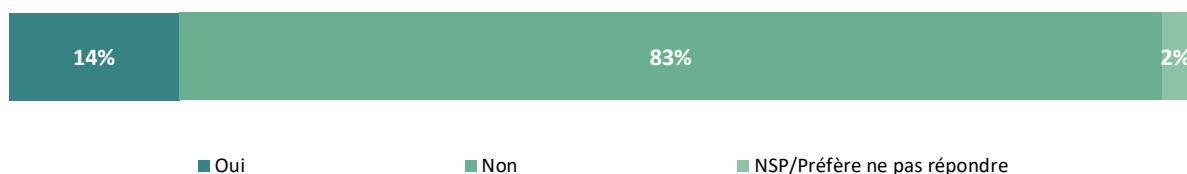
Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être très préoccupés par la fraude alimentaire étaient les suivants :

- Les entreprises du Québec (48 %), par rapport à celles de l'Ouest (35 %)
- Les micro (42 %), les petites (48 %) et les moyennes entreprises (42 %), comparativement aux grandes entreprises (27 %)

Une minorité d'entreprises alimentaires (14 %) ont indiqué être touchées par la fraude alimentaire.

Figure 57. Entreprises touchées par la fraude alimentaire



QFF2. Est-ce que la fraude alimentaire a eu des répercussions sur votre entreprise? Base : tous les répondants, n=850.

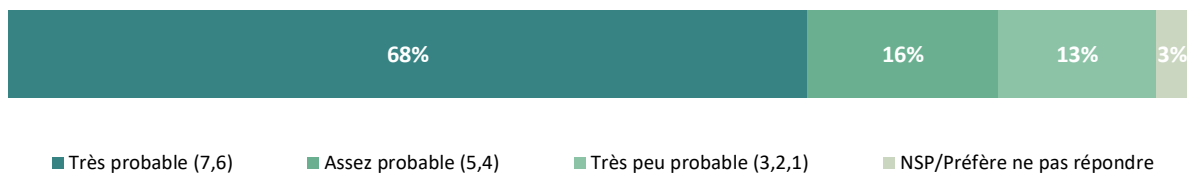
Principales constatations

- Les entreprises du Québec (16 %) et de l'Ontario (16 %) étaient plus susceptibles d'affirmer qu'elles étaient touchées par la fraude alimentaire, comparativement à celles du Canada atlantique (7 %).

Nous avons demandé aux répondants de préciser dans quelle mesure il serait probable qu'ils signalent un cas de fraude alimentaire à l'ACIA s'ils soupçonnaient un membre de leur industrie à s'y adonner. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très probable » et 1, « très peu probable ».

Plus des deux tiers (68 %) ont répondu « très probable » (note de 6 ou 7), tandis que 16 % ont mentionné que ce serait assez probable (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 13 % ont dit qu'il serait très peu probable qu'ils signalent un cas de fraude alimentaire à l'ACIA (note de 1, 2 ou 3), et 3 % étaient incertains.

Figure 58. Probabilité de signaler une présumée fraude alimentaire à l'ACIA



QFF3. Si vous soupçonniez qu'un membre de votre industrie s'adonnait à la fraude alimentaire, quelle est la probabilité que vous le signaliez à l'ACIA? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « très peu probable » et 7, « très probable ». Base : tous les répondants, n=850.

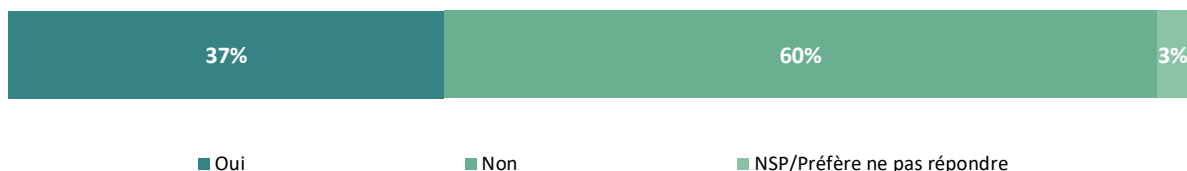
Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'affirmer qu'il serait très probable qu'ils signalent un cas de fraude alimentaire à l'ACIA s'ils soupçonnaient un membre de leur industrie de s'y adonner étaient les suivants :

- Les entreprises de l'Ouest (72 %) et de l'Ontario (69 %), comparativement à celles du Québec (60 %)
- Les détaillants (74 %), les transformateurs/fabricants (70 %) et les grossistes/distributeurs (70 %), par rapport aux entreprises agricoles (46 %)
- Les grandes (77 %) et les moyennes entreprises (71 %), comparativement aux microentreprises (59 %)

Lorsque nous leur avons demandé s'ils savaient ce qu'il fallait faire pour signaler un cas soupçonné de fraude alimentaire à l'ACIA, plus du tiers des représentants d'entreprises (37 %) ont répondu par l'affirmative. D'autre part, 60 % ignoraient ce qu'il fallait faire et 3 % étaient incertains.

Figure 59. Connaissance de la marche à suivre pour signaler une fraude alimentaire



QFF4. Savez-vous ce qu'il faut faire pour signaler un cas soupçonné de fraude alimentaire à l'ACIA? Base : tous les répondants, n=850.

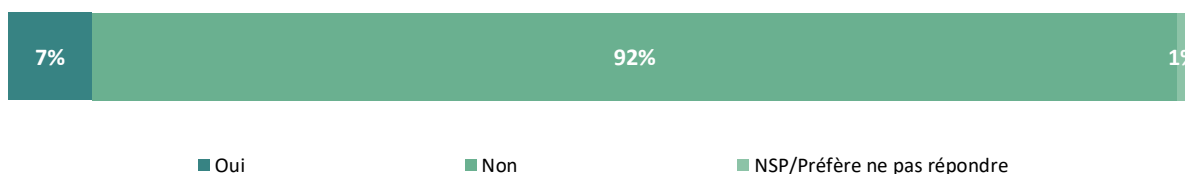
Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles de savoir quoi faire pour signaler une fraude alimentaire étaient les suivantes :

- Les entreprises de l'Ontario (46 %), comparativement à celles du Québec (32 %) et de l'Ouest (26 %)
- Les transformateurs/fabricants (55 %), par rapport aux grossistes/distributeurs (43 %), aux détaillants (33 %) ou aux entreprises agricoles (33 %)
- Les grossistes/distributeurs (43 %), par rapport aux détaillants (33 %)
- Les grandes entreprises (47 %), comparativement aux microentreprises (33 %)

Moins d'un répondant sur dix (7 %) a mentionné que son entreprise avait reçu des plaintes des consommateurs relativement à une fraude alimentaire ou un aliment faussement représenté.

Figure 60. Incidence des plaintes des consommateurs au sujet de la fraude alimentaire



QFF5. Avez-vous reçu des plaintes des consommateurs (qu'elles soient fondées ou non) en lien avec la fraude alimentaire ou des produits alimentaires faussement représentés? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'avoir reçu des plaintes des consommateurs en lien avec une fraude alimentaire ou des produits alimentaires faussement représentés étaient les suivantes :

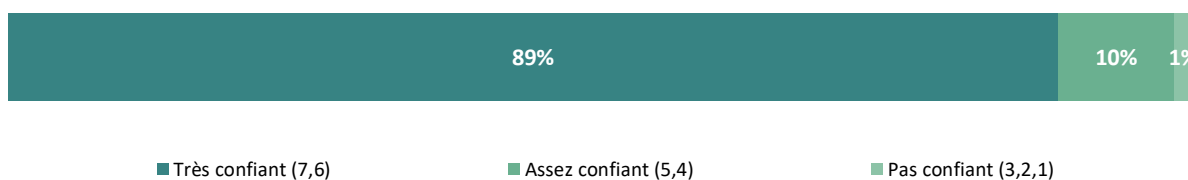
- Celles situées en Ontario (11 %), comparativement à celles de l'Ouest (5 %) et du Québec (4 %)
- Les grandes entreprises (13 %), par rapport aux micro (5 %) ou aux petites entreprises (4 %)

Les entreprises qui se sont identifiées comme étant uniquement des détaillants ou qui ont précisé qu'elles vendaient du poisson devaient indiquer dans quelle mesure ils avaient confiance que le poisson et les fruits de mer qu'elles vendent étaient bien étiquetés pour indiquer le nom usuel du produit. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très confiant » et 1, « pas confiant ».

du tout ». Parmi ces entreprises, 19 % ont mentionné qu'elles ne vendaient ni poisson ni fruits de mer.

Après avoir apporté un ajustement pour inclure les entreprises qui vendent du poisson et des fruits de mer, la majorité des répondants (89 %) était très sûre que leurs produits étaient bien étiquetés pour indiquer le nom usuel (note de 6 ou 7). Par ailleurs, 10 % étaient assez confiants (note de 4 ou 5) et 1 % n'étaient pas confiants (note de 1, 2 ou 3).

Figure 61. Confiance envers les étiquettes de produits de poisson



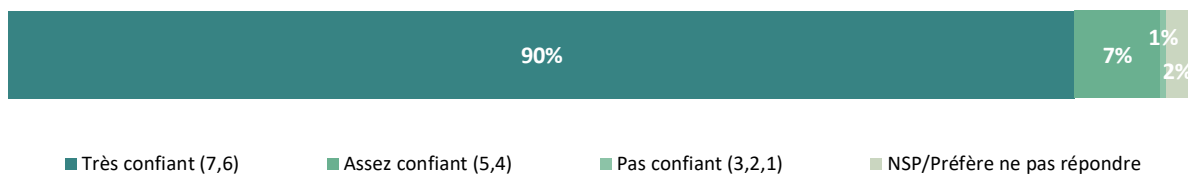
QFF6. Dans quelle mesure avez-vous confiance que le poisson et les fruits de mer que vous vendez sont bien étiquetés pour indiquer le nom usuel du produit? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas confiant du tout » et 7, « très confiant ». Base : les entreprises qui vendent du poisson ou des fruits de mer, n=331.

Principales constatations

Les entreprises du Canada atlantique (100 %) étaient plus susceptibles d'être très confiantes que le poisson et les fruits de mer qu'elles vendent sont bien étiquetés, comparativement à celles de l'Ontario (92 %), de l'Ouest (84 %) et du Québec (85 %).

En tenant compte de tous les produits alimentaires vendus, la majorité des répondants étaient très sûrs (note de 6 ou 7) que les produits qu'ils vendent sont bien étiquetés (90 %). Par ailleurs, 7 % ont dit être assez confiants (note de 4 ou 5) et 1 % n'étaient pas très confiants (note de 1, 2 ou 3), alors que 2 % étaient incertains.

Figure 62. Confiance envers les étiquettes de produits alimentaires



QFF8. Compte tenu de tous les produits alimentaires que vous vendez, dans quelle mesure avez-vous confiance qu'ils sont bien étiquetés? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas confiant du tout » et 7, « très confiant ». Base : tous les répondants, n=850.

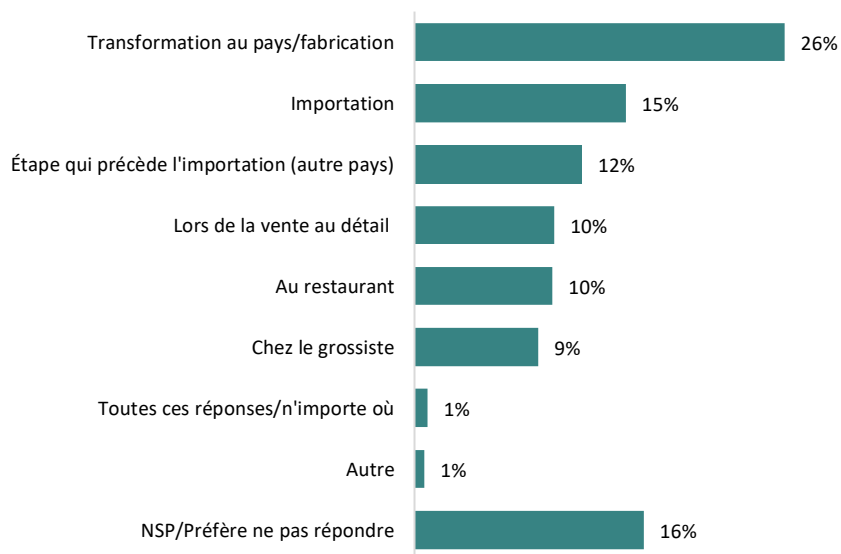
Principales constatations

Les grandes (96 %) et les petites entreprises (92 %) étaient plus enclines à se dire très confiantes que tous les produits alimentaires qu’elles vendent sont bien étiquetés, par rapport aux microentreprises (86 %).

Nous avons demandé aux représentants d’entreprises à quelle étape de la chaîne d’approvisionnement ils pensaient que l’étiquetage erroné des produits alimentaires était le plus susceptible de se produire.

La réponse la plus souvent mentionnée était la transformation ou la fabrication au pays (26 %). Une proportion plus faible croyait que l’étiquetage erroné était susceptible de survenir à l’étape de l’importation (15 %), à celle qui précède l’importation, dans un autre pays (12 %), lors de la vente au détail (10 %), au restaurant (10 %) ou chez le grossiste (9 %). Plusieurs (16 %) ignoraient où l’étiquetage erroné était le plus susceptible de se produire.

Figure 63. Étape de la chaîne d’approvisionnement où l’étiquetage erroné est le plus susceptible de se produire



QFF9. À quelle étape de la chaîne d’approvisionnement pensez-vous que l’étiquetage erroné des produits alimentaires soit le plus susceptible de se produire? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Les répondants les plus susceptibles de croire que l’étiquetage erroné se produit à l’étape de la transformation ou de la fabrication au pays étaient les suivants :

- Ceux du Canada atlantique (47 %), de l’Ouest (36 %) et de l’Ontario (27 %), comparativement à ceux du Québec (14 %)

- Les grossistes/distributeurs (35 %) et les détaillants (31 %), par rapport aux entreprises agricoles (14 %) et aux transformateurs/fabricants (17 %)

Les répondants les plus enclins à croire que l'étiquetage erroné se produit à l'étape de l'importation étaient les suivants :

- Ceux du Québec (19 %) et de l'Ontario (18 %), comparativement à ceux de l'Ouest (8 %)
- Les entreprises agricoles (22 %), comparativement aux détaillants (14 %) et aux grossistes/distributeurs (9 %)

Les transformateurs/fabricants (14 %), les grossistes/distributeurs (13 %) et les détaillants (13 %) étaient les plus enclins à croire que l'étiquetage erroné se produisait à l'étape qui précède l'importation, dans un autre pays, comparativement aux entreprises agricoles (5 %).

Les transformateurs/fabricants (17 %), les entreprises agricoles (14 %) et les grossistes/distributeurs (14 %) étaient plus susceptibles de croire que l'étiquetage erroné se produisait lors de la vente au détail, par rapport aux détaillants (6 %).

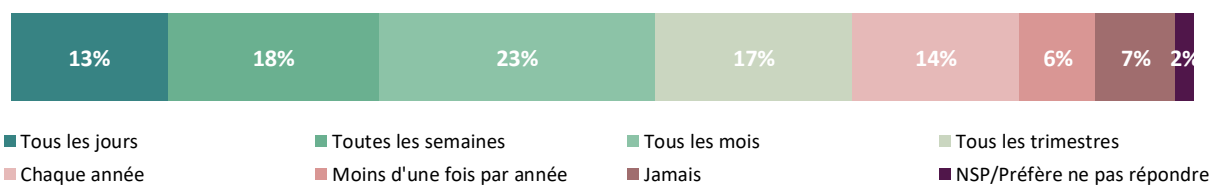
Les transformateurs/fabricants (15 %) étaient plus enclins à penser que l'étiquetage erroné survenait au restaurant, comparativement aux grossistes/distributeurs (6 %).

Recherche d'information et compréhension de celle-ci

Questionnés sur la fréquence à laquelle ils recherchent de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments, 13 % des répondants ont indiqué qu'ils le faisaient quotidiennement, alors que près d'un sur cinq (18 %) le font toutes les semaines. Près du quart (23 %) ont mentionné qu'ils recherchaient ce type d'information tous les mois, 17 % tous les trimestres et 14 %, chaque année.

D'autre part, 6 % des répondants recherchaient de l'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments moins d'une fois par année, tandis que 7 % ne recherchaient jamais ce type d'information. Par ailleurs, 2 % étaient incertains.

Figure 64. Fréquence de recherche d'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments



Q11. À quelle fréquence recherchez-vous de l'information concernant la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments? Diriez-vous à... Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

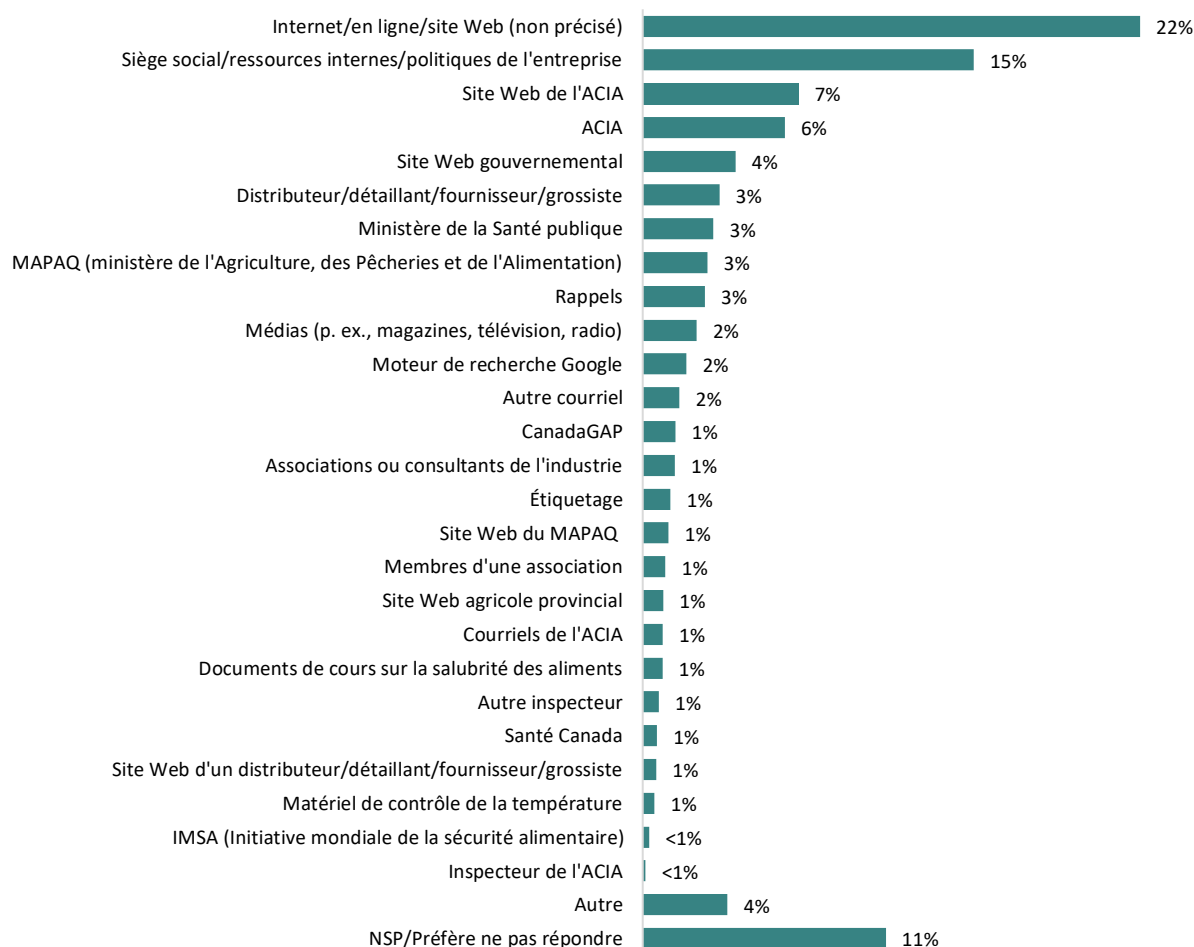
- Les grandes entreprises (24 %) étaient plus susceptibles de rechercher de l'information sur la salubrité des aliments tous les jours, comparativement aux petites (13 %) et aux microentreprises (4 %).
- Les entreprises agricoles (32 %) étaient plus susceptibles de rechercher cette information chaque année, par rapport aux grossistes/distributeurs (12 %), aux transformateurs/fabricants (11 %) et aux détaillants (9 %).
- Les microentreprises (22 %) étaient plus enclines à rechercher cette information chaque année, comparativement aux petites (16 %), aux moyennes (11 %) et aux grandes entreprises (4 %).

En ce qui concerne les sources d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments les plus souvent utilisées, l'Internet vient au premier rang (22 %), suivi des ressources de l'entreprise comme son siège social ou ses politiques (15 %).

Dans une plus faible proportion, les répondants ont mentionné des sources comme le site Web de l'ACIA (7 %), l'ACIA (en général, 6 %), les sites Web gouvernementaux (en général, 4 %), les distributeurs, les détaillants, les fournisseurs ou les grossistes (3 %), le ministère de la Santé publique (3 %), le MAPAQ (3 %), les rappels (3 %), les médias comme les magazines, la télévision et la radio (2 %), les moteurs de recherche Google (2 %) ou les courriels (2 %).

Environ un répondant sur dix (11 %) ignorait quelles étaient les sources d'information utilisées par leur entreprise.

Figure 65. Principale source d'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments

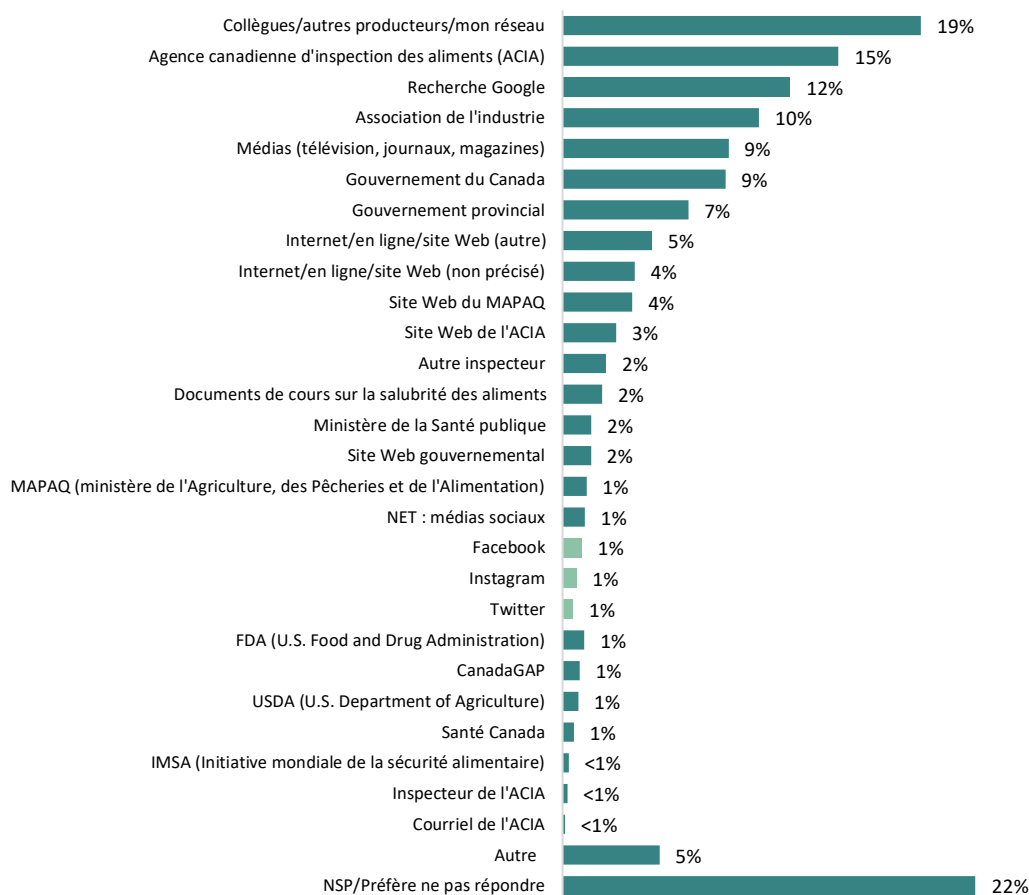


Q12. Quelle est la source d'information que vous utilisez le plus souvent pour obtenir des renseignements sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments? Base : tous les répondants, n=850.

Questionnés sur les autres sources d'information sur la salubrité des aliments qu'ils avaient consultées dans le passé, les répondants ont surtout mentionné les collègues et les autres producteurs alimentaires (19 %), l'ACIA (15 %), Google (12 %), les associations de l'industrie (10 %), les médias (9 %), le gouvernement du Canada (9 %) et leur gouvernement provincial (7 %).

Environ un répondant sur cinq (22 %) ignorait quelles étaient les sources d'information utilisées par leur entreprise.

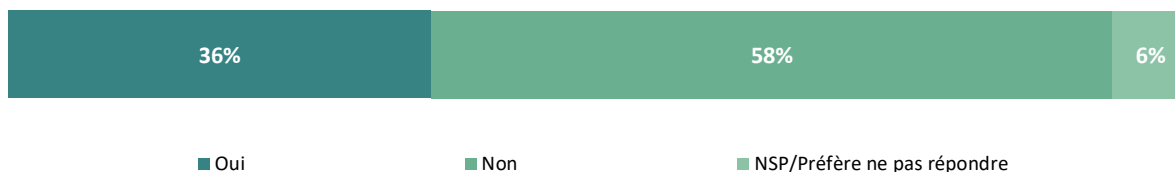
Figure 66. Autres sources d'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments



Q13. Quelles autres sources d'information utilisez-vous ou avez-vous utilisées dans le passé pour obtenir des renseignements sur la réglementation en matière de salubrité des aliments? Base : tous les répondants, n=850.

Les représentants d'entreprises devaient indiquer s'ils avaient reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année. Plus du tiers (36 %) ont répondu par l'affirmative et près de trois sur cinq (58 %), par la négative. Par ailleurs, 6 % étaient incertains.

Figure 67. Information reçue de l'ACIA au cours de la dernière année



Q14A. Avez-vous reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

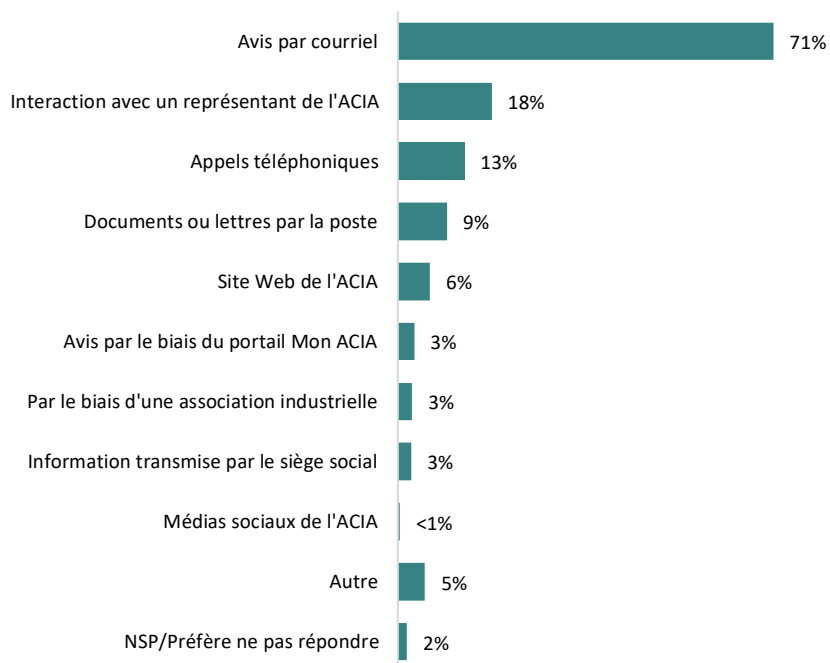
Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir reçu de l'information de l'ACIA étaient les suivants :

- Les entreprises de l'Ontario (42 %) et de l'Ouest (37 %), comparativement à celles du Québec (25 %)
- Les transformateurs/fabricants (66 %) et les grossistes/distributeurs (60 %), par rapport aux entreprises agricoles (31 %) et aux détaillants (24 %)

Les répondants qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année devaient préciser la façon dont ils l'avaient reçue. La plupart (71 %) avaient reçu des avis par courriel de l'Agence.

Près d'un répondant sur cinq (18 %) a affirmé avoir eu une interaction avec un représentant de l'ACIA, alors que d'autres ont mentionné des appels téléphoniques (13 %), des documents par la poste (9 %), le site Web de l'ACIA (6 %), des avis sur le portail Mon ACIA (3 %), l'information reçue par le biais d'une association industrielle (3 %), l'information transmise par le siège social (3 %) ou par l'entremise des médias sociaux de l'ACIA (<1 %).

Figure 68. Source de l'information reçue de l'ACIA



Q14B. De quelle manière votre entreprise a-t-elle reçu de l'information de la part de l'ACIA au cours de la dernière année? Base : les entreprises qui ont reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année, n=333.

Principales constatations

- Les grossistes/distributeurs (88 %), les transformateurs/fabricants (80 %) et les entreprises agricoles (74 %) étaient plus susceptibles d’avoir reçu des avis par courriel, comparativement aux détaillants (54 %).
- Les entreprises du Canada atlantique (46 %) étaient plus susceptibles d’avoir reçu de l’information de l’ACIA lors d’une interaction avec un représentant de l’Agence, par rapport à celles de l’Ontario (16 %) et du Québec (14 %).
- Les transformateurs/fabricants (31 %) et les entreprises agricoles (21 %) étaient plus enclins à avoir reçu de l’information de l’ACIA lors d’une interaction avec un représentant de l’Agence, comparativement aux détaillants (15 %) ou aux grossistes/distributeurs (7 %).
- Les microentreprises (17 %) étaient plus susceptibles d’avoir reçu des documents ou des lettres de l’ACIA, par rapport aux grandes entreprises (3 %).

Les répondants qui avaient reçu de l’information de l’ACIA au cours de la dernière année devaient indiquer leur niveau de satisfaction avec ces communications. Une échelle de 11 points a été utilisée, 10 signifiant « très satisfait » et 0, « pas du tout satisfait ».

Plus de deux répondants sur cinq (44 %) étaient très satisfaits des communications de l’ACIA (note de 9 ou 10) et le tiers (33 %) étaient assez satisfaits (note de 7 ou 8). À l’inverse, un répondant sur cinq (21 %) était peu satisfait des communications de l’ACIA (note de 6 ou moins). Par ailleurs, 1 % étaient incertains.

Figure 69. Satisfaction à l’égard des communications reçues de l’ACIA



Q15. Dans l’ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des communications que vous avez reçues de l’ACIA? Veuillez répondre sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n’êtes « pas du tout satisfait » et 10, que vous êtes « très satisfait ». Base : les entreprises qui ont reçu de l’information de l’ACIA au cours de la dernière année, n=333.

Principales constatations

- Les détaillants (54 %) étaient plus susceptibles d’être très satisfaits des communications de l’ACIA, comparativement aux transformateurs/fabricants (39 %) et aux grossistes/distributeurs (37 %).

Les répondants devaient par la suite expliquer leurs notes.

Ceux qui étaient très satisfaits (note de 9 ou 10) ont souvent expliqué qu'ils n'avaient aucun problème avec les communications et qu'ils se sentaient bien informés (51 %), que l'information était claire (30 %), que les employés étaient réactifs (19 %), que les communications étaient accessibles (15 %), que les mises à jour étaient opportunes (9 %), et les communications, directes (8 %).

Ceux qui étaient plutôt satisfaits (note de 7 ou 8) ont fait des commentaires positifs et mentionné des points à améliorer. La plupart ont indiqué qu'ils n'avaient aucun problème avec les communications (17 %), que les communications étaient vagues (13 %), que les réponses étaient lentes à venir (13 %), qu'ils avaient eu des problèmes de communication antérieurement (12 %), que l'information était claire (11 %), et que les communications n'étaient pas directes (11 %).

Les répondants qui étaient peu satisfaits (note de 6 ou moins) ont souvent fait référence aux communications vagues (38 %), aux problèmes de communication antérieurs ou au manque d'information (23 %), au besoin d'améliorer les communications (13 %), à la lenteur des réponses (12 %), et aux communications qui ne sont pas directes (12 %).

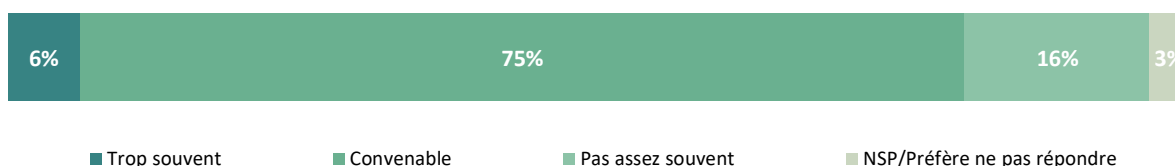
Figure 70. Raisons pour expliquer la satisfaction envers les communications reçues de l'ACIA

Entreprises très satisfaites (note de satisfaction : 10,9)	(n=144)	Entreprises plutôt satisfaites (note de satisfaction : 8,7)	(n=114)	Entreprises insatisfaites (note de satisfaction : 6,5,4,3,2,1,0)	(n=70)
Satisfaites/aucun problème avec les communications/bien informées	51 %	Satisfaites/aucun problème avec les communications/bien informées	17 %	Communications vagues/qui manquent de clarté	38 %
Information claire	30 %	Communications vagues/qui manquent de clarté	13 %	Insatisfaites/problèmes avec les communications/mal informées	23 %
Employés réactifs	19 %	Employés qui sont lents à répondre	13 %	Il y a toujours place pour l'amélioration	13 %
Communications accessibles	15 %	Insatisfaites/problèmes avec les communications/mal informées	12 %	Employés qui sont lents à répondre	12 %
Mises à jour en temps opportun	9 %	Information claire	11 %	Communications qui ne sont pas directes	12 %
Communications directes	8 %	Communications qui ne sont pas directes	11 %	Satisfaites/aucun problème avec les communications/bien informées	6 %
Insatisfaites/problèmes avec les communications/mal informées	2 %	Il y a toujours place pour l'amélioration	10 %	Communications qui ne sont pas proactives	4 %
Il y a toujours place pour l'amélioration	1 %	Communications qui ne sont pas proactives	8 %	Communications directes	1 %
Communications vagues/qui manquent de clarté	1 %	Communications accessibles	7 %	Employés réactifs	1 %
Employés qui sont lents à répondre	1 %	Mises à jour en temps opportun	5 %	Autre	1 %
Communications qui ne sont pas directes	1 %	Communications directes	3 %	NSP/Préfère ne pas répondre	10 %
Communications qui ne sont pas proactives	1 %	Employés réactifs	1 %		
Autre	1 %	Autre	7 %		
NSP/Préfère ne pas répondre	5 %	NSP/Préfère ne pas répondre	7 %		

Pourquoi donnez-vous une note de [INSÉRER LA RÉPONSE DE I5] sur 10 à l'ACIA pour ses communications avec votre entreprise? Base : les entreprises qui ont reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année et qui ont donné une note de satisfaction valide, n=328.

Questionnés sur la fréquence des communications de l'ACIA, la majorité des répondants étaient d'avis qu'elle était convenable (75 %). Les autres répondants étaient deux fois plus nombreux à dire qu'il n'y avait pas assez souvent de communications (16 %) qu'à affirmer qu'il y en avait trop souvent (6 %).

Figure 71. Fréquence des communications de l'ACIA



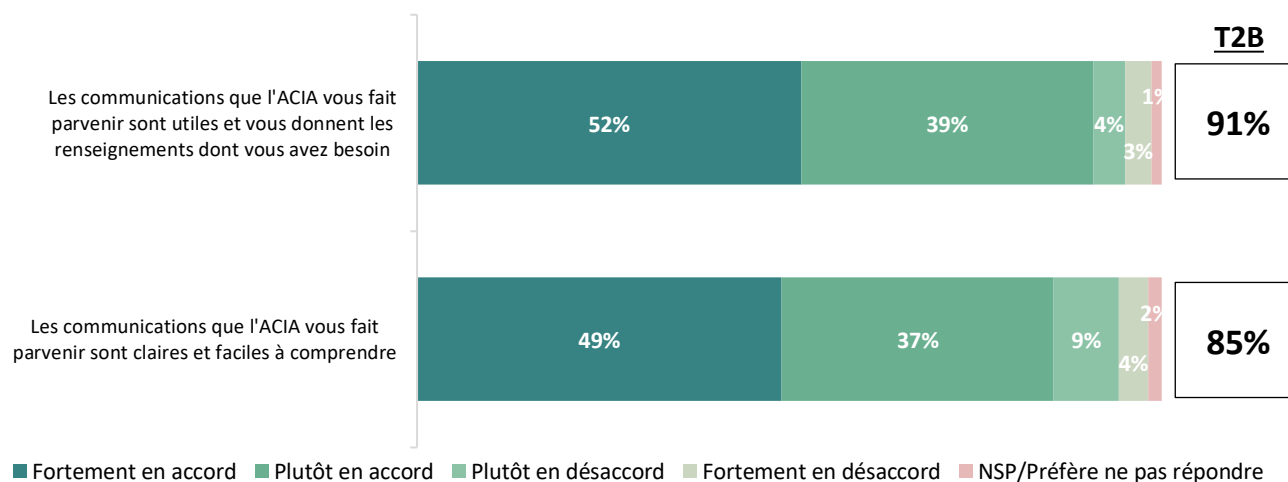
Q17. Comment définissez-vous la fréquence à laquelle vous recevez des communications de l'ACIA? Base : les entreprises qui ont reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année, n=333.

La plupart des représentants d'entreprises qui avaient reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année (91 %) étaient d'accord pour dire que ces communications étaient utiles et leur fournissaient les renseignements dont ils avaient besoin (plus particulièrement, 52 % étaient fortement en accord et 39 %, plutôt en accord).

De la même façon, 85 % étaient d'accord pour dire que les communications de l'ACIA étaient claires et simples à comprendre (plus particulièrement, 49 % étaient fortement en accord et 37 %, plutôt en accord).

Les notes de satisfaction étaient uniformes dans l'ensemble des sous-segments.

Figure 72. Impressions des communications de l'ACIA

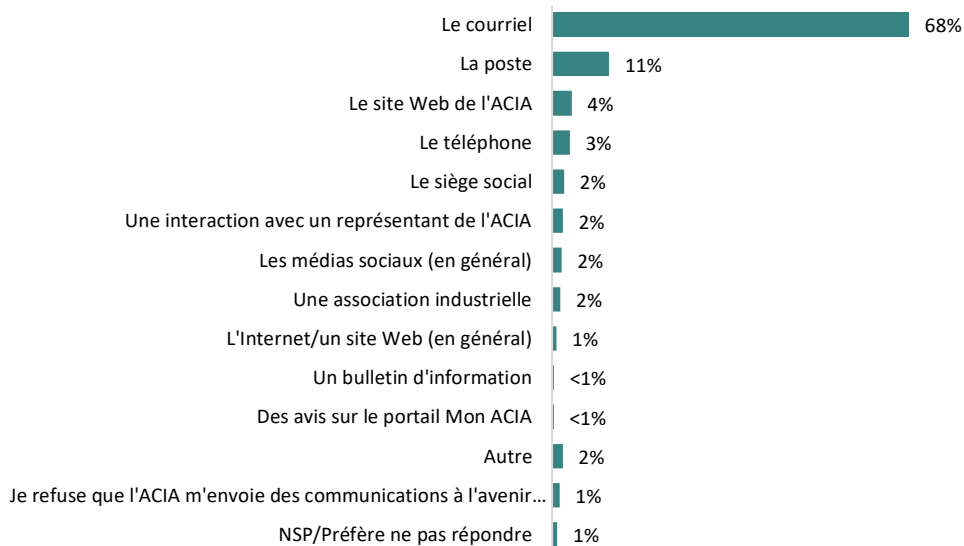


Q18. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés ci-dessous concernant les communications que vous recevez de l'ACIA? Êtes-vous fortement en désaccord, plutôt en désaccord, plutôt en accord ou fortement en accord pour dire que... Base : les entreprises qui ont reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année, n=333.

Les représentants d'entreprise devaient indiquer quels étaient leurs moyens de communication favoris pour l'avenir.

Le courriel est le moyen que privilégient les répondants pour recevoir des communications de l'ACIA (68 %), suivi de loin par la poste (11 %). Toutes les autres options ont été sélectionnées par tout au plus 4 % des répondants.

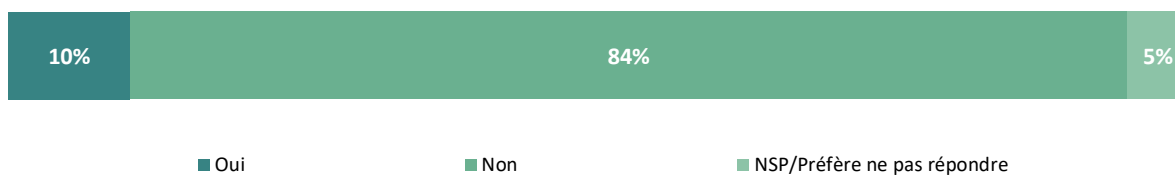
Figure 73. Moyens de communication favoris pour recevoir l'information de l'ACIA



Q19. Comment préféreriez-vous que l'ACIA vous communique les informations dont vous avez besoin à l'avenir? Base : tous les répondants, n=850.

Questionnés à savoir s'ils avaient eu de la difficulté à obtenir l'information dont ils avaient besoin de la part de l'ACIA au cours de la dernière année, 10 % des représentants d'entreprises ont répondu par l'affirmative et 84 %, par la négative.

Figure 74. Difficulté d'accès à l'information de l'ACIA



Q12. Au cours des dernières années, avez-vous déjà eu des difficultés à obtenir de l'ACIA les informations dont vous aviez besoin? Base : tous les répondants, n=850.

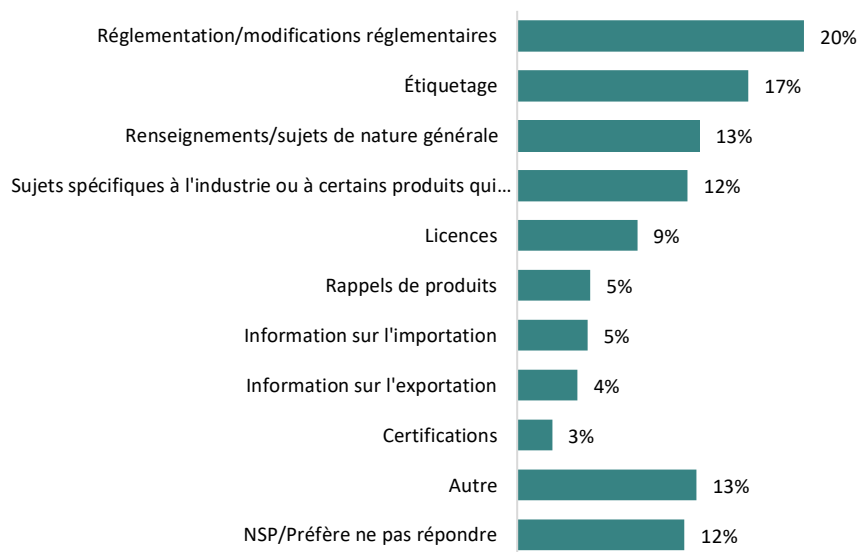
Principales constatations

- Les transformateurs/fabricants (23 %), les grossistes/distributeurs (18 %) et les entreprises agricoles (11 %) étaient plus susceptibles que les détaillants (5 %) à avoir eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA.

Ceux qui avaient eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA (n=99) devaient indiquer les sujets sur lesquels ils ont eu de la difficulté à obtenir de l'information.

Les réponses les plus fréquentes étaient la réglementation ou les modifications réglementaires (20 %), l'étiquetage (17 %), les renseignements de nature générale (13 %), et les sujets spécifiques à l'industrie ou à certains produits (12 %).

Figure 75. Sujets sur lesquels les entreprises ont eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA



Q13. Sur quels sujets précis avez-vous eu de la difficulté à obtenir des informations? Base : les entreprises qui ont eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA, n=99.

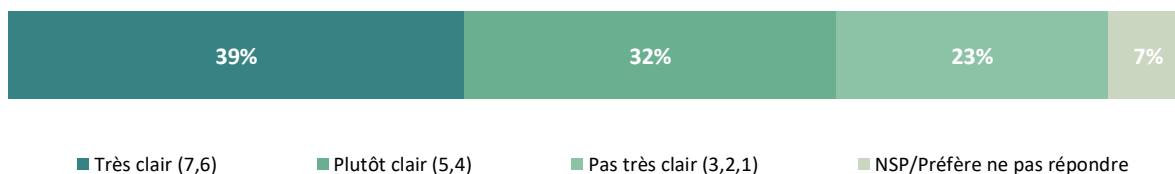
Les représentants d'entreprises ont été questionnés sur leur connaissance et leurs perceptions de la réglementation « axée sur les résultats ».

Pour évaluer la clarté de la notion de réglementation axée sur les résultats, une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très claire » et 1, « pas claire du tout ».

Près de deux répondants sur cinq (39 %) trouvaient que le concept de réglementation « axée sur les résultats » était clair (note de 6 ou 7), tandis qu'il était plutôt clair (note de 4 ou 5) pour 32 %

des entreprises. À l'inverse, 23 % trouvaient que le concept n'était pas très clair (note de 1, 2 ou 3), alors que 7 % étaient incertains.

Figure 76. Connaissance de la notion de réglementation « axée sur les résultats »



Q14. Une partie de la réglementation de l'ACIA est « axée sur les résultats ». À quel point la notion de réglementation « axée sur les résultats » est-elle claire pour vous? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que cette notion n'est pas claire du tout et 7, qu'elle est très claire. Base : tous les répondants, n=850.

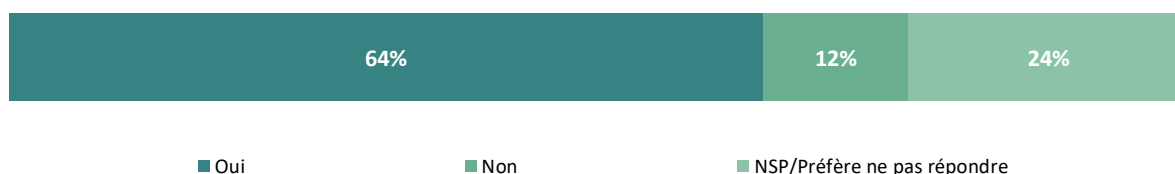
Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles de considérer la notion de réglementation « axée sur les résultats » comme étant très claire étaient les suivantes :

- Les transformateurs/fabricants (45 %), les détaillants (42 %) et les grossistes/distributeurs (37 %), comparativement aux entreprises agricoles (25 %)
- Les grandes (46 %), les moyennes (41 %) et les petites entreprises (42 %), par rapport aux microentreprises (29 %)

Questionnés à savoir s'ils croyaient que le RSAC était un règlement « axé sur les résultats », près des deux tiers des répondants (64 %) le pensaient et 12 % ne le croyaient pas, tandis que le quart (24 %) étaient incertains.

Figure 77. Perceptions du RSAC comme étant un règlement « axé sur les résultats »

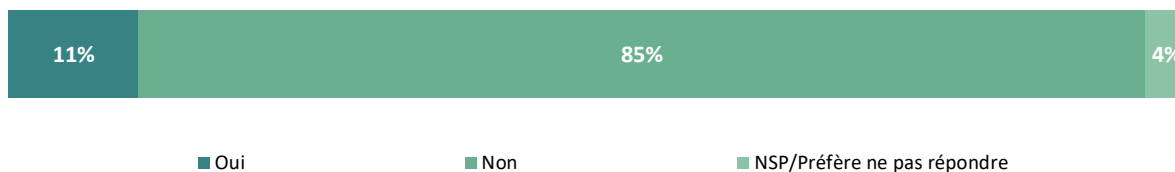


Q16. À votre connaissance, diriez-vous que le RSAC est un règlement axé sur les résultats? Base : tous les répondants, n=850.

Demandez à l'ACIA

Plus d'un représentant d'entreprise sur dix (11 %) avait déjà utilisé le service Demandez à l'ACIA.

Figure 78. Utilisation du service « Demandez à l'ACIA »



QC4. Avez-vous utilisé le service « Demandez à l'ACIA »? Base : tous les répondants, n=850.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'avoir utilisé le service « Demandez à l'ACIA » étaient les suivantes :

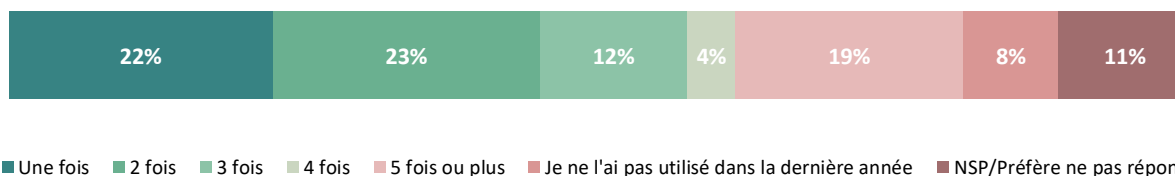
- Celles de l'Ontario (12 %), par rapport à celles du Québec (7 %)
- Les grossistes/distributeurs (27 %) et les transformateurs/fabricants (26 %), comparativement aux entreprises agricoles (7 %) et aux détaillants (4 %)

Les répondants qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA » dans le passé (n=113) devaient indiquer combien de fois ils y avaient eu recours dans la dernière année.

Plus d'un répondant sur cinq (22 %) avait utilisé le service une seule fois, et une proportion semblable (23 %) l'avait utilisé deux fois dans la dernière année. D'autre part, 12 % l'avaient utilisé trois fois, 4 % l'avaient utilisé quatre fois et 19 %, cinq fois dans la dernière année.

Moins d'un répondant sur dix (8 %) n'avait pas utilisé le service dans la dernière année et 11 % étaient incertains.

Figure 79. Nombre de fois où le service « Demandez à l'ACIA » a été utilisé dans la dernière année



QC5. Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous fait appel au service « Demandez à l'ACIA »? Base : les entreprises qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA », n=113.

Ceux qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA » au cours de la dernière année devaient évaluer leur niveau de satisfaction générale. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très satisfait » et 1, « pas du tout satisfait ».

Plus de la moitié des répondants (54 %) étaient très satisfaits (note de 6 ou 7) et plus du tiers (36 %) étaient plutôt satisfaits (note de 4 ou 5). Par ailleurs, 9 % se sont dits peu satisfaits (note de 1, 2 ou 3) et 1 % étaient incertains.

Figure 80. Satisfaction générale envers le service « Demandez à l'ACIA »



QC7. Veuillez évaluer votre niveau de satisfaction générale à l'égard du service « Demandez à l'ACIA ». Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7 où 1 signifie que vous n'êtes « pas du tout satisfait » et 7, que vous êtes « très satisfait ». Base : les entreprises qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA », n=113.

Ceux qui ont évalué leur niveau de satisfaction à l'égard du service « Demandez à l'ACIA » devaient en expliquer les raisons.

Parmi les plus positives, notons les réponses claires et l'information utile (25 %), la satisfaction à l'égard du service (17 %), les réponses rapides (17 %) et l'accessibilité et la convivialité (5 %).

D'autres parts, certaines réponses étaient moins constructives, notamment la lenteur du service ou des réponses (16 %), les réponses vagues ou peu utiles (15 %), l'insatisfaction à l'égard du service (8 %), et la difficulté à utiliser le service (6 %).

Par ailleurs, 17 % des répondants qui avaient évalué le service « Demandez à l'ACIA » n'ont fourni aucune raison.

Figure 81. Raisons pour l'évaluation du service « Demandez à l'ACIA »

Raisons fournies	Total (n=112)	Utilisateurs insatisfaits (n=55) (note de satisfaction : 5,4,3,2,1)	Utilisateurs satisfaits (n=57) (note de satisfaction : 7,6)
Réponse claire/information utile	25 %	9 %	38 %
Satisfait du service/bon service (en général)	17 %	6 %	27 %
Réponse rapide/service réactif	17 %	6 %	26 %
Service lent/réponse lente	16 %	25 %	9 %
Réponse vague/information non utile	15 %	32 %	1 %
Insatisfait du service/mauvais service (en général)	8 %	18 %	-
Service difficile à utiliser/à naviguer	6 %	8 %	4 %
Service accessible/convivial	5 %	1 %	9 %
Autre	7 %	11 %	4 %
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	17 %	17 %	17 %

QC8. Pourquoi avez-vous donné la note de [INSÉRER LA RÉPONSE DE C7] comme niveau de satisfaction générale à l'endroit du service « Demandez à l'ACIA »? Base : les entreprises qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA » et qui ont donné une note de satisfaction valide, n=112.

Méthodologie

Tous les travaux de recherche ont été menés conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

Recherche qualitative

La méthodologie comportait deux phases de recherche qualitative :

- Phase 1 : groupes de discussion en ligne avec des Canadiens d'âge adulte (18 ans et plus)
- Phase 2 : groupes de discussion en ligne avec des représentants d'entreprises alimentaires canadiennes

La phase 1 consistait en dix groupes de discussion en ligne avec des Canadiens de 18 ans et plus. Les séances avec les consommateurs se sont déroulées du 1^{er} au 10 février 2024.

La phase 2 consistait en huit groupes de discussion en ligne avec des représentants d'entreprises alimentaires du Canada. Les séances ont eu lieu du 14 au 21 février 2024.

Quorus était responsable de coordonner tous les aspects du projet de recherche, y compris la conception et la traduction du questionnaire de recrutement et du guide de l'animateur, le recrutement des participants, la coordination de plateforme de discussion en ligne et la logistique connexe, l'animation des séances et la livraison des rapports exigés au terme de la collecte de données.

Pour les groupes de consommateurs, des efforts ont été faits pour recruter des participants d'âges, de genres, de milieux urbains et ruraux divers, et des membres de minorités visibles. Pour les groupes avec les représentants d'entreprises alimentaires, nous avons tenté d'obtenir une bonne représentation de tous les types et de toutes les tailles d'entreprises, dont des petites et moyennes entreprises, des entreprises gérées ou détenues par des femmes, et d'autres créées par de nouveaux arrivants ou de récents immigrants. Pour les séances qui couvraient plusieurs provinces ou territoires, des efforts ont été déployés pour que chaque province et territoire soient bien représentés dans une région donnée.

Les participants aux groupes de discussion ont été recrutés au téléphone, lors d'appels au grand public, par voie de publicités dans les médias sociaux, et à partir d'une base de données de volontaires. Des listes d'entreprises disponibles sur le marché ont également été utilisées pour inviter les participants aux groupes de discussion de l'industrie.

Des questions bien précises ont été insérées dans le questionnaire de recrutement pour déterminer si les participants remplissaient les conditions d'admissibilité au programme de recherche et pour obtenir une bonne représentation des principaux groupes visés.

En plus des critères généraux susmentionnés, d'autres mesures ont été utilisées pour recruter des participants de qualité :

- Nous avons exclu tout participant qui occupait un poste en lien avec le sujet de la recherche ou au sein d'un ministère ou d'un organisme gouvernemental concerné, d'une agence de publicité, d'une firme d'études de marché, d'un cabinet de relations publiques ou des médias (radio, télévision, journaux, production vidéo ou cinématographique, etc.).
- Nous avons exclu tous les participants qui se connaissaient, à moins qu'ils fussent à des séances différentes, tenues à des moments différents.
- Nous avons exclu tout participant qui aurait pris part à une séance de recherche qualitative au cours des six mois précédents.
- Nous avons également exclu tout participant qui avait pris part à cinq séances ou plus de recherche qualitative au cours des cinq années précédentes.
- Nous avons exclu tout participant qui avait pris part à une séance de recherche qualitative sur le même sujet, tel que défini par le chercheur ou l'animateur au cours des deux années précédentes.

La collecte de données a été effectuée durant les discussions de groupes en ligne d'une durée de 90 minutes chacune. Pour les séances avec les consommateurs, Quorus a recruté huit participants pour s'assurer de la présence de six à huit d'entre eux. Pour les séances avec les représentants d'entreprises, elle a recruté six participants pour s'assurer de la présence de cinq à six dans chaque groupe.

Toutes les séances se sont déroulées en soirée après les heures normales de bureau et durant le week-end. L'équipe de recherche a utilisé la plateforme Zoom pour héberger et enregistrer les séances (avec des microphones et des webcams branchés aux appareils électroniques de l'animateur et des participants, comme les ordinateurs portatifs et les tablettes) pour un visionnement à distance. Les participants des groupes de discussion avec les consommateurs se sont vus offrir 125 \$ pour leur participation, alors que ceux des groupes composés de représentants d'entreprises ont reçu 200 \$.

Le recrutement des participants pour les groupes de discussion a été fait conformément aux règles de sélection, de recrutement et de protection de la vie privée établies dans les *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Recherche qualitative*. Les exigences suivantes ont également été respectées :

- Toutes les activités de recrutement se sont déroulées dans la langue officielle de préférence du participant, en français ou en anglais selon le cas.

- Nous avons informé les participants qui l'ont demandé sur la manière dont ils pouvaient accéder aux résultats de la recherche.
- Nous avons fourni l'énoncé de confidentialité de Quorus à ceux qui l'ont demandé.
- La procédure de recrutement a permis de confirmer la capacité de chaque participant à communiquer, comprendre, lire et écrire dans la langue utilisée pour leur séance.
- Nous avons informé les participants de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information* et nous leur avons donné l'assurance que ces droits seraient protégés tout au long du processus de recherche. Plus précisément, nous avons informé les participants du but de la recherche, de l'identité du ministère ou de l'agence qui l'avait commandée et du fournisseur des services de recherche, que les résultats de l'étude seraient rendus publics dans les six mois suivant la fin des travaux de recherche à Bibliothèque et Archives Canada. Enfin, nous avons informé les participants que leur participation à l'étude était volontaire et que l'administration des renseignements fournis respecterait les exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

À l'étape du recrutement et au début de chaque groupe de discussion, nous avons informé les participants que cette recherche se faisait pour le compte du gouvernement du Canada. Ceux-ci ont également été informés que les séances seraient enregistrées et que des observateurs du gouvernement du Canada seraient présents. Quorus s'est assuré d'obtenir le consentement préalable des participants à l'étape du recrutement.

Dix groupes de discussion étaient composés de consommateurs canadiens et huit, de représentants d'entreprises alimentaires. Au total, 72 consommateurs et 36 représentants d'entreprises ont participé aux séances. Les groupes étaient répartis comme suit :

Figure 82 – Calendrier des groupes de discussion

Emplacement	Langue	Segment	Date (2024)	Participants
Groupes de discussion avec les consommateurs				
Atlantique	Anglais	Jeunes adultes (18-34 ans)	1 ^{er} février	7
Prairies (MB/SK/AB/NWT)	Anglais	Jeunes adultes (18-34 ans)	1 ^{er} février	8
Atlantique	Anglais	Adultes (35 ans et +)	5 février	6
Prairies (MB/SK/AB/NWT)	Anglais	Adultes (35 ans et +)	5 février	6
Québec	Français	Jeunes adultes (18-34 ans)	6 février	8
Québec	Français	Adultes (35 ans et +)	6 février	8
Ontario/Nunavut	Anglais	Jeunes adultes (18-34 ans)	8 février	8

Emplacement	Langue	Segment	Date (2024)	Participants
Ouest (BC/YK)	Anglais	Jeunes adultes (18-34 ans)	8 février	7
Ontario/Nunavut	Anglais	Adultes (35 ans et +)	10 février	8
Ouest (BC/YK)	Anglais	Adultes (35 ans et +)	10 février	6
Total (consommateurs)	-	-		72
Groupes de discussion avec les représentants d'entreprises alimentaires				
Atlantique	Anglais	Entreprises alimentaires	14 février	4
Prairies (MB/SK/AB/NWT)	Anglais	Entreprises alimentaires	14 février	5
Ontario/Nunavut	Anglais	Entreprises alimentaires	15 février	6
Prairies (MB/SK/AB/NWT)	Anglais	Entreprises alimentaires	15 février	4
Ontario/Nunavut	Anglais	Entreprises alimentaires	20 février	5
Colombie-Britannique/Yukon	Anglais	Entreprises alimentaires	20 février	5
Québec	Français	Entreprises alimentaires	21 février	3
Québec	Français	Entreprises alimentaires	21 février	4
Total (entreprises)	-	-		36

Recherche quantitative

Aperçu

La recherche comprenait deux sondages : un sondage national en ligne avec des consommateurs et un sondage téléphonique avec des représentants d'entreprises alimentaires. Au total, 1 503 personnes de 18 ans et plus ont participé au sondage des consommateurs, mené du 13 au 22 mars 2024. D'autre part, 850 représentants d'entreprises alimentaires canadiennes ont participé au sondage téléphonique qui a eu lieu du 26 février au 27 mars 2024.

Conception du questionnaire

Les questions utilisées pour cette étude ont été fournies par l'ACIA, puis passées en revue par Quorus qui a formulé des suggestions et organisé les questions dans un format convenant à chaque mode de collecte de données. Conformément aux exigences du gouvernement du Canada, des sondages de prétest ont été menés en anglais et en français (les détails sont présentés dans la section Méthodologie).

Sondage des consommateurs sur la salubrité des aliments

Échantillon

Cette recherche consistait en un sondage en ligne réalisé avec des Canadiens de 18 ans et plus reflétant la répartition de la population canadienne. Les répondants devaient à tout le moins être en partie responsables de l'épicerie pour leur ménage.

L'échantillon a été conçu pour réaliser 1 500 sondages avec un échantillon non probabiliste. Pour cette recherche, Quorus a fait appel à un fournisseur de listes de panels en ligne. Les participants proviennent de milieux différents afin d'assurer une plus grande diversité et une meilleure représentation de la population. Ceux-ci incluent des panels de fidélisation, des groupes de participants à adhésion volontaire et des partenariats, ainsi qu'un réseau affilié.

Administration

Les questionnaires en ligne ont été programmés par Quorus en anglais et en français. Les répondants ont été invités à remplir le questionnaire dans la langue de leur choix. En tout temps durant le sondage, ils avaient le loisir de changer pour l'autre langue officielle.

Les répondants pouvaient vérifier la légitimité du sondage en contactant un représentant de Quorus ou en utilisant le Service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien. Chacun des sondages programmés a été testé pour s'assurer que les questions étaient présentées dans le bon ordre et les instructions « passer à », bien en place. Durant le test, les chercheurs de Quorus ont reçu l'invitation par courriel tout comme le ferait un répondant, pour vérifier la bonne réception et l'exactitude du texte, des liens et ainsi de suite. Le personnel de l'ACIA a aussi reçu le lien pour l'essai préliminaire et nous avons apporté les modifications demandées par le client avant le lancement du sondage.

Au total, 16 essais préliminaires en anglais et 9 en français ont été effectués au moyen d'un « pré-lancement » au cours duquel un petit nombre de répondants ont été invités à participer au sondage. Les essais préliminaires ont permis d'examiner les données recueillies pour s'assurer de leur exactitude, et de modifier les aspects de la programmation qui devaient l'être. En plus des questions du sondage, une section a été ajoutée à la fin du questionnaire pour vérifier si les répondants avaient compris et évaluer leur expérience avec le sondage. Aucun changement n'a été apporté au sondage suite à cette initiative. Par conséquent, tous les sondages remplis lors des essais préliminaires ont été conservés dans l'échantillon final.

L'étude a été menée du 13 au 22 mars 2024. Les travaux sur le terrain ont fait l'objet d'une surveillance continue pour s'assurer que les quotas étaient atteints. Étant donné que les participants avaient accès à un lien à usage unique, aucun d'entre eux n'a pu remplir le questionnaire plus d'une fois.

Au total, 1 503 participants ont répondu au sondage. La durée moyenne du sondage était de 9 minutes. Nous avons utilisé un échantillon non probabiliste puisque l'étude était conçue pour

être menée avec des répondants provenant d'un panel en ligne. Ces panels sont, de nature, non probabilistes, puisque les participants choisissent eux-mêmes d'en faire partie et que ce ne sont pas toutes les personnes du public cible qui sont admissibles à ce panel qui en font effectivement partie.

Compte tenu de l'utilisation d'un échantillon non probabiliste pour le sondage en ligne, les données recueillies ne peuvent être extrapolées à l'ensemble de la population canadienne. Pour une description détaillée de la méthode d'échantillonnage non probabiliste, y compris les quotas et les panels Web, visiter le <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/nonprob/5214898-fra.htm>

Pour les résultats du sondage en ligne, une marge d'erreur n'a pu être calculée en raison de l'utilisation d'un échantillon non probabiliste. Une marge d'erreur équivalente pour une étude de probabilité de 1 500 participants serait de +/- 2,5 %.

Figure 83. Taux de participation

Nombre total de clics (C)	2 435
Cas non valides (I)	149
Interruptions	149
Unités répondantes (UR)	2 175
Sondages remplis exclus une fois le quota atteint	672
Sondages remplis	1 503
Taux de participation = I + UR/C (149 + 2 175/2 435)	95 %

Le taux de participation au sondage en ligne était d'environ 95 %.

Des quotas minimums ont été établis pour les régions, les groupes d'âge et les genres afin d'obtenir une bonne représentation de la population canadienne. Les données ont été pondérées selon l'âge, le genre et la région pour s'assurer que les répartitions définitives de l'échantillon final reflètent celles de la population canadienne des adultes (18 ans et plus) selon les données du tout dernier recensement.

Figure 84. Pondération selon l'âge

Âge	Non pondéré	Pondéré	Estimations démographiques au Canada en 2021
18-34 ans	26,9 %	26,7 %	26,7 %
35-44 ans	17,1 %	16,5 %	16,5 %
45-54 ans	19,9 %	15,7 %	15,7 %
55-64 ans	17,1 %	17,5 %	17,5 %
65 ans et +	19,0 %	23,6 %	23,6 %

Figure 85. Pondération selon le genre

Genre	Non pondéré	Pondéré	Estimations démographiques au Canada en 2021
Homme	49,4 %	48,4 %	48,8 %
Femme	50,2 %	51,2 %	51,2 %

Figure 86. Pondération selon la région

Région	Non pondéré	Pondéré	Estimations démographiques au Canada en 2021
Colombie-Britannique	13,8 %	13,8 %	13,9 %
Alberta	11,0 %	11,0 %	11,1 %
Manitoba/Saskatchewan	6,3 %	6,4 %	6,4 %
Ontario	38,5 %	38,7 %	38,7 %
Québec	23,0 %	23,1 %	23,1 %
Atlantique	7,1 %	6,7 %	6,7 %

Sondage des entreprises alimentaires

Échantillon

Ce volet de la recherche consistait en un sondage national mené avec des représentants d'entreprises alimentaires canadiennes, d'après une liste de codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (NAICS) approuvés par l'ACIA.

Le sondage a été conçu pour être administré à un échantillon aléatoire de 850 représentants de l'industrie, plus précisément :

- Des employés responsables de la conformité réglementaire pour les petites, les moyennes et les grandes entreprises alimentaires
- Des importateurs de produits alimentaires
- Des courtiers en importation de produits alimentaires
- Des exportateurs de produits alimentaires
- Des employés responsables de la conformité réglementaire pour les entreprises du secteur de la fabrication d'aliments
- Une représentation de toutes les provinces et tous les territoires du Canada

Les bases de sondage ont été sélectionnées à partir d'une liste d'entreprises d'InfoCanada, un fournisseur de listes bien connu et réputé dans l'industrie. La liste des codes NAICS utilisés est présentée ci-dessous.

Figure 87. Codes NAICS

TARGETED INDUSTRIES WITH NAICS CODES			
AGRICULTURE, FORESTRY, FISHING AND HUNTING (11)			
1121101	Potato Farming	11231001	Chicken Egg Production
1121901	Other Vegetable (Except Potato) & Melon Farming	11233001	Turkey Production
1133101	Apple Orchards	11251901	Other Aquaculture
1133103	Apple Orchards	11251903	Other Aquaculture
1133104	Apple Orchards	11251904	Other Aquaculture
1133402	Berry (Except Strawberry) Farming	11292001	Horse & Other Equine Production
1133902	Other Noncitrus Fruit Farming	11293002	Fur-Bearing Animal & Rabbit Production
1141101	Mushroom Production	11293004	Fur-Bearing Animal & Rabbit Production
1141902	Other Food Crops Grown Under Cover	11299001	All Other Animal Production
11199801	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299002	All Other Animal Production
11199803	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299003	All Other Animal Production
11199804	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299007	All Other Animal Production
11199806	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299013	All Other Animal Production
11199807	All Other Miscellaneous Crop Farming	11299017	All Other Animal Production
11199808	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421001	Hunting & Trapping
11199809	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421004	Hunting & Trapping
11199810	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421005	Hunting & Trapping
11199811	All Other Miscellaneous Crop Farming	11421006	Hunting & Trapping
11212001	Dairy Cattle & Milk Production	11421009	Hunting & Trapping
11212002	Dairy Cattle & Milk Production		
MANUFACTURING (31)			
31121102	Flour Milling	31161501	Poultry Processing
31121106	Flour Milling	31171001	Seafood Product Preparation & Packaging
31121107	Flour Milling	31171003	Seafood Product Preparation & Packaging
31121301	Malt Manufacturing	31171004	Seafood Product Preparation & Packaging
31122402	Soybean & Other Oilseed Processing	31171007	Seafood Product Preparation & Packaging
31122501	Fats & Oils Refining & Blending	31171008	Seafood Product Preparation & Packaging
31122505	Fats & Oils Refining & Blending	31181101	Retail Bakeries
31122508	Fats & Oils Refining & Blending	31181102	Retail Bakeries
31122511	Fats & Oils Refining & Blending	31181103	Retail Bakeries
31122512	Fats & Oils Refining & Blending	31181104	Retail Bakeries
31122516	Fats & Oils Refining & Blending	31181105	Retail Bakeries
31123001	Breakfast Cereal Manufacturing	31181202	Commercial Bakeries
31131401	Cane Sugar Manufacturing	31182101	Cookie & Cracker Manufacturing
31131403	Cane Sugar Manufacturing	31182403	Dry Pasta Dough/Flour Mixes Mfg-Purchased Flour
31135101	Chocolate/Confectionery Mfg From Cacao Beans	31182404	Dry Pasta Dough/Flour Mixes Mfg-Purchased Flour
31135201	Confectionery Mfg From Purchased Chocolate	31191102	Roasted Nuts & Peanut Butter Manufacturing
31141102	Frozen Fruit Juice & Vegetable Manufacturing	31191901	Other Snack Food Manufacturing
31141202	Frozen Specialty Food Manufacturing	31191905	Other Snack Food Manufacturing
31141203	Frozen Specialty Food Manufacturing	31191906	Other Snack Food Manufacturing
31141204	Frozen Specialty Food Manufacturing	31192001	Coffee & Tea Manufacturing
31142101	Fruit & Vegetable Canning	31192002	Coffee & Tea Manufacturing
31142103	Fruit & Vegetable Canning	31194101	Mayonnaise Dressing & Other Prepared Sauce Mfg
31142104	Fruit & Vegetable Canning	31194103	Mayonnaise Dressing & Other Prepared Sauce Mfg
31142106	Fruit & Vegetable Canning	31194202	Spice & Extract Manufacturing
31142107	Fruit & Vegetable Canning	31194203	Spice & Extract Manufacturing
31142303	Dried & Dehydrated Food Manufacturing	31199901	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151201	Creamery Butter Manufacturing	31199902	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151301	Cheese Manufacturing	31199905	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31151402	Dry Condensed & Evaporated Dairy Products Mfg	31199906	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31152001	Ice Cream & Frozen Dessert Manufacturing	31199908	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161101	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199910	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161102	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199913	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161103	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199917	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161104	Animal (Except Poultry) Slaughtering	31199919	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161202	Meat Processed From Carcasses	31199920	All Other Miscellaneous Food Manufacturing
31161205	Meat Processed From Carcasses	31211101	Soft Drink Manufacturing
31161207	Meat Processed From Carcasses	31211102	Soft Drink Manufacturing
31161301	Rendering & Meat Byproduct Processing	31211103	Soft Drink Manufacturing
31161302	Rendering & Meat Byproduct Processing		

WHOLESALE TRADE (42)			
42441003	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449010	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42441004	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449011	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42441005	General Line Grocery Merchant Wholesalers	42449013	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442001	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449015	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442002	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449017	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442003	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449018	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442004	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449019	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442005	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449022	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442006	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449024	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42442007	Packaged Frozen Food Merchant Wholesalers	42449026	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443009	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449027	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443010	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449030	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443012	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449032	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42443013	Dairy Product (Exc Dried Or Canned) Mrchnt Whlsrs	42449033	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444001	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449034	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444002	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449035	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42444003	Poultry & Poultry Product Merchant Wholesalers	42449037	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445002	Confectionery Merchant Wholesalers	42449042	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445004	Confectionery Merchant Wholesalers	42449044	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445008	Confectionery Merchant Wholesalers	42449046	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42445010	Confectionery Merchant Wholesalers	42449047	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42446001	Fish & Seafood Merchant Wholesalers	42449050	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42446002	Fish & Seafood Merchant Wholesalers	42449055	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447002	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449056	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447005	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449057	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42447006	Meat & Meat Product Merchant Wholesalers	42449061	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42448007	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42449064	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs
42448008	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42451002	Grain & Field Bean Merchant Wholesalers
42448009	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42451005	Grain & Field Bean Merchant Wholesalers
42448010	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42459003	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42448011	Fresh Fruit & Vegetable Merchant Wholesalers	42459005	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449002	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459007	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449003	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459008	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449005	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459010	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
42449006	Other Grocery & Related Products Merchant Whlsrs	42459017	Other Farm Product Raw Material Merchant Whlsrs
RETAIL TRADE (44)			
44511001	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529902	All Other Specialty Food Stores
44511002	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529903	All Other Specialty Food Stores
44511003	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529905	All Other Specialty Food Stores
44511005	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529906	All Other Specialty Food Stores
44511006	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529907	All Other Specialty Food Stores
44511007	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529909	All Other Specialty Food Stores
44511008	Supermarkets/Other Grocery (Exc Convenience) Strs	44529910	All Other Specialty Food Stores
44512001	Convenience Stores	44529911	All Other Specialty Food Stores
44521001	Meat Markets	44529912	All Other Specialty Food Stores
44521003	Meat Markets	44529914	All Other Specialty Food Stores
44521004	Meat Markets	44529915	All Other Specialty Food Stores
44521006	Meat Markets	44529917	All Other Specialty Food Stores
44521009	Meat Markets	44529918	All Other Specialty Food Stores
44521010	Meat Markets	44529920	All Other Specialty Food Stores
44521012	Meat Markets	44529921	All Other Specialty Food Stores
44522003	Fish & Seafood Markets	44529923	All Other Specialty Food Stores
44522004	Fish & Seafood Markets	44529924	All Other Specialty Food Stores
44523001	Fruit & Vegetable Markets	44529927	All Other Specialty Food Stores
44523003	Fruit & Vegetable Markets	44529929	All Other Specialty Food Stores
44523005	Fruit & Vegetable Markets	44529930	All Other Specialty Food Stores
44523006	Fruit & Vegetable Markets	44529932	All Other Specialty Food Stores
44529202	Confectionery & Nut Stores	44529934	All Other Specialty Food Stores
44529204	Confectionery & Nut Stores	44529936	All Other Specialty Food Stores
44529205	Confectionery & Nut Stores	44529938	All Other Specialty Food Stores
44529206	Confectionery & Nut Stores		

Administration

Le sondage téléphonique a été programmé par Quorus et son partenaire de collecte de données en anglais et en français au moyen du logiciel d'interviews téléphoniques assistées par ordinateur (ITAO). Les répondants pouvaient faire le sondage dans la langue officielle de leur choix. Une équipe d'intervieweurs bilingues était à leur disposition pour les assister, au besoin. La supervision était aussi offerte dans les deux langues.

Dans le cas où un intervieweur ne parlait pas la langue officielle choisie par le répondant, l'entrevue était transférée à un autre intervieweur, ou un rappel était effectué à l'intérieur d'un délai de 20 minutes (ou à tout autre moment indiqué par le répondant). Dans les régions où une langue est prédominante (comme le français au Québec), l'appel initial était fait par un intervieweur qui parle la langue prédominante, afin de réduire au minimum le nombre de transferts.

Pour la formation, en plus de suivre un processus général et rigoureux de présélection et de formation, les superviseurs et les intervieweurs ont reçu une formation spécifique au projet, un exemplaire du questionnaire, incluant la terminologie, les acronymes et les prononciations, ainsi que des renseignements généraux sur les objectifs du projet.

En termes de supervision, comme pour tous les projets, le ratio était d'un superviseur pour dix intervieweurs au travail. Le superviseur était présent pour répondre aux questions, gérer les incidents, veiller au bon fonctionnement de la technologie et écouter les appels à des fins de contrôle de la qualité.

Les répondants pouvaient vérifier la légitimité du sondage en contactant un représentant de Quorus ou de l'ACIA, ou en utilisant le Service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien.

Une fois programmé, le sondage a été soigneusement testé pour s'assurer que les questions étaient présentées dans le bon ordre et que les instructions « passer à » étaient bien en place. Outre ce test, un essai préliminaire a été mené et a abouti à dix sondages en anglais et dix autres en français. Cet essai préliminaire avait pour but de faire en sorte que :

- La formulation des questions était bien comprise et sans ambiguïtés;
- La séquence des questions était appropriée;
- Les bonnes catégories de réponses étaient incluses avec chaque question;
- Les questions ou le sondage dans son ensemble ne provoquent pas de réaction négative ou de malaise chez les répondants.

Au terme de l'essai préliminaire, les données ont soigneusement été passées en revue afin d'en assurer l'exactitude et identifier les aspects à modifier. En plus des questions du sondage, une section a été ajoutée à la fin du questionnaire pour vérifier si les répondants avaient compris et évaluer leur expérience avec le sondage.

Compte tenu de la durée moyenne initiale de 25 minutes, des coupures ont été effectuées avant le lancement du sondage, et les réponses ont été incluses dans l'échantillon final.

Les travaux sur le terrain ont fait l'objet d'une surveillance constante pour permettre aux superviseurs de détecter les problèmes en utilisant l'information sur la répartition des appels et les raisons pour l'absence de réponses. La durée moyenne du sondage était de 19 minutes.

Les tableaux qui suivent présentent les données sur la répartition des entreprises alimentaires par industrie et par région, telles que cataloguées par notre fournisseur d'échantillons. Des renseignements détaillés sur les quotas ciblés et les sondages remplis par industrie et par région sont également fournis (c'est-à-dire le *nombre* de sondages remplis et le *pourcentage* de tous les sondages remplis). Les tableaux fournissent les données avec le *nombre* pondéré et non pondéré, ainsi que le *pourcentage* de sondages recueillis.

Figure 88. Distribution de la population cible et de l'échantillon final

Sous-segments	Échantillon (n=)	Échantillon (%)	Sondages terminés (non pondéré) (n=)	Sondages terminés (non pondéré) (%)	Sondages terminés (pondéré) (n=)	Sondages terminés (pondéré) (%)
Industrie – Agriculture, foresterie, pêche et chasse	8 053	15,9 %	131	15,4 %	136	16,0 %
Industrie – Fabrication	4 688	9,3 %	137	16,1 %	79	9,3 %
Industrie – Commerce de gros	10 274	20,3 %	220	25,9 %	172	20,2 %
Industrie – Commerce de détail	27 636	54,6 %	362	42,6 %	463	54,5 %
Région – Colombie-Britannique	6 418	12,7 %	111	13,1 %	108	12,7 %
Région – Alberta	5 066	10,0 %	77	9,1 %	85	10,0 %
Région – Saskatchewan	2 801	5,5 %	43	5,1 %	47	5,5 %
Région – Manitoba	1 783	3,5 %	32	3,8 %	30	3,5 %
Région – Ontario	17 003	33,6 %	296	34,8 %	285	33,6 %

Région – Québec	14 107	27,9 %	234	27,5 %	237	27,9 %
Région – Nouveau-Brunswick	1 022	2,0 %	18	2,1 %	17	2,0 %
Région – Nouvelle-Écosse	1 362	2,7 %	18	2,1 %	23	2,7 %
Région – Île-du-Prince-Édouard	294	0,6 %	8	0,9 %	5	0,6 %
Région – Terre-Neuve-et-Labrador	673	1,3 %	9	1,1 %	11	1,3 %
Région – Territoires	122	0,2 %	2	0,2 %	1	0,1 %

Pour cette étude, un quota d'entreprises de « détail seulement » a été établi pour réduire la dominance de ce segment dans l'échantillon global (n=300). Les données ont été contrôlées pour s'assurer que les divers emplacements d'une même franchise ne soient pas surreprésentés dans l'échantillon.

Tabulation des données : Les résultats ont été pondérés en utilisant les totaux de l'industrie provenant de l'échantillon de notre fournisseur, puis selon la province.

Taux de participation/de réponse : Le taux ci-dessous a été calculé à partir des principaux éléments de la formule recommandée par la Direction de la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada :

Figure 89. Résultats d'achèvement :

A. Nombre total de tentatives d'appel	20 456
Nombre de numéros non valides	4 068
B. Non résolu (NR)	10 741
Aucune réponse/répondeur	10 741
C. Unités non répondantes (UNR)	4 511
Barrière linguistique	106
Impossibilité de réaliser l'entrevue (maladie ou décès)	75
Rappel (répondant non disponible)	1 055
Refus	3 069
Interruption	206
D. Unités répondantes (UR)	1 136
Quota rempli/non complété	75
Entrevues réalisées	850
Non admissible – INTRAPROVINCIAL SEULEMENT	29
Non admissible – Aucune de ces réponses aux questions S5, S7 et S8	182
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UNR + UR) = 1\ 136 \div (10\ 741 + 4\ 511 + 1\ 136)$	6,9
Incidence	74,8

Étant donné que la méthodologie d'entrevue téléphonique comportait une approche d'échantillonnage probabiliste, les données recueillies peuvent être extrapolées à la population canadienne d'entreprises alimentaires, dans les limites de la marge d'erreur qui en découle et de l'intervalle de confiance.

La marge d'erreur pour un échantillon de cette taille est de +/- 3,3 %, 19 fois sur 20. Les résultats de la recherche peuvent être extrapolés au vaste public, compte tenu de la marge d'erreur associée à cette taille d'échantillon. En ce qui concerne les résultats de cette étude, les marges d'erreur varient selon divers facteurs. Par exemple, les résultats pour les sous-groupes d'échantillons plus petits comporteront une plus grande marge d'erreur. De plus, la marge d'erreur est habituellement plus élevée pour les questions où 50 % des répondants ont fourni une réponse X et 50 %, une réponse Y. La marge d'erreur diminue au fur et à mesure que le pourcentage pour une réponse donnée approche 0 % ou 100 %.

Profil des répondants – Sondage auprès des consommateurs

Population générale

Figure 90. Âge

Âge	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
18-24 ans	11 %	11 %
25-34 ans	16 %	16 %
35-44 ans	17 %	17 %
45-54 ans	20 %	16 %
55-64 ans	17 %	18 %
65 ans et plus	19 %	24 %

Figure 91. Genre

Genre	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Homme	49 %	48 %
Femme	50 %	51 %
Autre identité de genre	<1 %	<1 %
Préfère ne pas répondre	<1 %	<1 %

Figure 92. Région

Région	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Colombie-Britannique	14 %	14 %
Alberta	11 %	11 %
Saskatchewan	3 %	3 %
Manitoba	3 %	4 %
Ontario	38 %	39 %
Québec	23 %	23 %
Nouveau-Brunswick	3 %	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	<1 %	<1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %	1 %
Yukon	<1 %	<1 %
Territoires du Nord- Ouest	<1 %	<1 %
Nunavut	-	-

Figure 93. Responsabilité pour l'épicerie

Responsabilité pour l'épicerie	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Je suis le seul responsable	52 %	52 %
Je partage la responsabilité	48 %	48 %
Préfère ne pas répondre	<1 %	<1 %

Figure 94. Description des répondants – échantillon non pondéré (n=1 503)

Descriptions	Me décrit tout à fait	Me décrit assez bien	Ne me décrit pas du tout	Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Gourmet (foodie)	27 %	45 %	26 %	2 %
Adepte du camping	14 %	30 %	54 %	2 %
Adepte du chalet	12 %	26 %	57 %	5 %
Agriculteur(trice) amateur(e)	5 %	14 %	77 %	4 %
Adepte de jardinage	17 %	40 %	42 %	2 %
Amant(e) de la nature	25 %	53 %	20 %	2 %
Randonneur(euse)	14 %	44 %	41 %	2 %
Passionné(e) de plein air	22 %	52 %	24 %	2 %
Propriétaire d'un animal de compagnie	44 %	15 %	39 %	2 %
Passionné(e) des animaux	43 %	39 %	16 %	2 %
Propriétaire d'une petite bande de volaille	3 %	5 %	88 %	4 %
Propriétaire d'un porc de compagnie	1 %	2 %	93 %	4 %
Passionné(e) des voyages	31 %	45 %	22 %	2 %
Personne qui passe l'hiver dans le sud (snowbird)	4 %	17 %	75 %	3 %
Amateur(e) ou passionné(e) de biologie ou d'écologie	6 %	23 %	66 %	4 %

Figure 95. Description des répondants – échantillon pondéré (n=1 503)

Descriptions	Me décrit tout à fait	Me décrit assez bien	Ne me décrit pas du tout	Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Gourmet (foodie)	27 %	45 %	26 %	2 %
Adepte du camping	13 %	29 %	55 %	2 %
Adepte du chalet	12 %	25 %	58 %	5 %
Agriculteur(trice) amateur(e)	5 %	15 %	77 %	4 %
Adepte de jardinage	17 %	40 %	41 %	2 %
Amant(e) de la nature	26 %	52 %	20 %	2 %
Randonneur(euse)	13 %	43 %	41 %	2 %
Passionné(e) de plein air	22 %	52 %	24 %	2 %
Propriétaire d'un animal de compagnie	43 %	15 %	40 %	2 %
Passionné(e) des animaux	43 %	39 %	16 %	2 %
Propriétaire d'une petite bande de volaille	3 %	5 %	88 %	4 %
Propriétaire d'un porc de compagnie	1 %	2 %	93 %	4 %
Passionné(e) des voyages	30 %	45 %	23 %	2 %
Personne qui passe l'hiver dans le sud (snowbird)	4 %	17 %	75 %	2 %
Amateur(e) ou passionné(e) de biologie ou d'écologie	6 %	23 %	66 %	5 %

Figure 96. Scolarité

Scolarité	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Études secondaires partielles	3 %	3 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	18 %	19 %
Formation d'apprenti inscrit ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	6 %	6 %
Certificat ou diplôme d'études collégiales, cégep ou autre établissement non universitaire	26 %	27 %
Certificat ou diplôme d'études universitaires inférieur au baccalauréat	5 %	5 %
Baccalauréat	29 %	28 %
Diplôme d'études supérieures	12 %	12 %
Préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Figure 97. Langue la plus souvent parlée à la maison

Langue	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Anglais	75 %	75 %
Français	21 %	21 %
Autre	3 %	3 %
Préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Figure 98. Revenu du ménage

Revenu du ménage	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Moins de 20 000 \$	6 %	6 %
20 000 \$ à moins de 40 000 \$	13 %	14 %
40 000 \$ à moins de 60 000 \$	14 %	15 %
60 000 \$ à moins de 80 000 \$	13 %	13 %
80 000 \$ à moins de 100 000 \$	15 %	15 %
100 000 \$ à moins de 150 000 \$	18 %	17 %
150 000 \$ et plus	13 %	12 %
Préfère ne pas répondre	9 %	9 %

Figure 99. Statut d'Autochtone

Statut d'Autochtone	Échantillon non pondéré (n=1 503)	Échantillon pondéré (n=1 503)
Autochtone	4 %	4 %
Premières Nations (Autochtone de l'Amérique du Nord)	2 %	2 %
Métis	1 %	1 %
Inuk (Inuit)	1 %	<1 %
Autre	<1 %	<1 %
Préfère ne pas répondre	<1 %	<1 %
Non-Autochtone	95 %	95 %
Préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Figure 100. Statut de minorité visible

Statut de minorité visible	Échantillon non pondéré (n=1 444)	Échantillon pondéré (n=1 445)
Minorité visible	15 %	14 %
Chinois	4 %	4 %
Sud-asiatique/Asiatique de l'Est	3 %	3 %
Noir	2 %	2 %
Philippin	1 %	1 %
Asiatique occidental non-Blanc, Nord-Africain ou Arabe	1 %	1 %
Asiatique du Sud-Est	1 %	1 %
Personne d'origine mixte	1 %	1 %
Latino-Américain non-Blanc	1 %	<1 %
Japonais	<1 %	<1 %
Caucasien/Blanc	<1 %	<1 %
Coréen	<1 %	<1 %
Autre	<1 %	<1 %
Préfère ne pas répondre	1 %	1 %
Non-minoritaire	82 %	83 %
Préfère ne pas répondre	2 %	2 %

Figure 101. Zone

Zone	Échantillon non pondéré (n=1 435)	Échantillon pondéré (n=1 436)
Urbaine	87 %	86 %
Rurale	13 %	14 %

Profil des répondants – Sondage auprès des représentants d’entreprises

Figure 102. Région par secteur de l’industrie et par taille d’entreprise

Région	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation /fabrication (n=148)	Commerce de gros/ distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Atlantique (NET)	6 %	5 %	4 %	1 %	10 %	4 %	7 %	8 %	5 %
Terre-Neuve-et Labrador	1 %	-	1 %	-	2 %	1 %	1 %	1 %	-
Île-du-Prince-Édouard	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	2 %	-
Nouvelle-Écosse	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %	3 %
Nouveau-Brunswick	2 %	2 %	-	-	4 %	1 %	3 %	2 %	3 %
Québec	28 %	34 %	28 %	20 %	28 %	30 %	28 %	28 %	20 %
Ontario/Nunavut (NET)	35 %	30 %	36 %	45 %	33 %	35 %	31 %	35 %	47 %
Ontario	35 %	30 %	36 %	45 %	32 %	35 %	31 %	35 %	46 %
Nunavut	<1 %	-	-	-	<1 %	-	-	-	1 %
Ouest (NET)	31 %	31 %	32 %	33 %	30 %	31 %	34 %	30 %	28 %
Manitoba	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %	3 %	4 %	5 %
Territoires du Nord-Ouest	<1 %	-	-	1 %	-	-	1 %	-	-
Saskatchewan	5 %	8 %	6 %	2 %	5 %	7 %	4 %	4 %	8 %
Alberta	9 %	9 %	6 %	10 %	9 %	9 %	9 %	10 %	6 %
Yukon	<1 %	-	1 %	1 %	-	<1 %	1 %	-	-
Colombie-Britannique	13 %	11 %	16 %	17 %	12 %	11 %	18 %	12 %	9 %

QS1. Province/territoire. Base : tous les répondants, n=850.

Figure 103. Taille de l’entreprise par secteur de l’industrie et par région

Taille de l’entreprise	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation /distribution (n=148)	Commerce de gros/ distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)
1 (travailleur autonome)	6 %	13 %	1 %	11 %	2 %	-	7 %	6 %	7 %
2-4 employés	20 %	31 %	17 %	19 %	17 %	17 %	21 %	20 %	21 %
5-10 employés	23 %	18 %	25 %	25 %	24 %	25 %	24 %	21 %	21 %
11-99 employés	41 %	33 %	45 %	38 %	45 %	51 %	41 %	41 %	41 %
100-499 employés	8 %	3 %	11 %	5 %	9 %	6 %	6 %	10 %	8 %
500 employés et plus	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	2 %	<1 %	2 %	2 %
NSP/Préfère ne pas répondre	1 %	1 %	-	1 %	1 %	-	-	<1 %	1 %

QS3. Combien d’employés votre entreprise compte-t-elle au Canada, y compris vous-même? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=850.

Figure 104. Secteur de l'industrie par région et par taille d'entreprise

Secteur de l'industrie	Total (n=850)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Commerce de détail	46 %	70 %	46 %	42 %	45 %	33 %	46 %	49 %	58 %
Transformation ou fabrication	17 %	11 %	18 %	18 %	15 %	12 %	19 %	19 %	22 %
Commerce de gros ou distribution	17 %	4 %	12 %	22 %	15 %	20 %	18 %	16 %	11 %
Agriculture	19 %	15 %	24 %	16 %	21 %	33 %	15 %	15 %	9 %
Autre	1 %	-	-	1 %	3 %	1 %	2 %	<1 %	-

QS4. Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux votre entreprise? Base : tous les répondants, n=850.

Figure 105. Activités commerciales par région et par taille d'entreprise

Activités commerciales	Total (n=850)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Importation de produits alimentaires	26 %	15 %	19 %	31 %	23 %	21 %	23 %	28 %	39 %
Exportation de produits alimentaires	18 %	17 %	13 %	19 %	23 %	17 %	14 %	19 %	30 %
Expédition de produits alimentaires à une autre province ou un autre territoire	27 %	13 %	21 %	31 %	25 %	20 %	26 %	31 %	28 %
Aucune de ces réponses	53 %	68 %	62 %	49 %	49 %	56 %	58 %	51 %	41 %

QS5. Votre entreprise exerce-t-elle l'une des activités suivantes? Base : tous les répondants, n=850.

Figure 106. Utilisation d'un courtier par région et par taille d'entreprise

Utilisation d'un courtier	Total (n=222)	Atlantique (n=8)	Québec (n=44)	Ontario (n=93)	Ouest (n=35)	Micro (n=46)	Petite (n=45)	Moyenne (n=99)	Grande (n=31)
Nous importons nous-mêmes	31 %	13 %	23 %	34 %	29 %	52 %	29 %	25 %	23 %
Nous importons par l'entremise d'un courtier	38 %	50 %	50 %	29 %	54 %	28 %	49 %	37 %	35 %
Les deux	20 %	13 %	20 %	24 %	11 %	11 %	18 %	27 %	16 %
Autre réponse	6 %	25 %	5 %	8 %	3 %	9 %	4 %	2 %	16 %
NSP/Refuse de répondre	5 %	-	2 %	5 %	3 %	-	-	8 %	10 %

QS6. Importez-vous des produits alimentaires vous-même ou par l'entremise d'un courtier? Base : les importateurs de produits alimentaires, n=222.

Figure 107. Distribution provinciale ou nationale par région et par taille d'entreprise

Activités provinciales ou nationales	Total (n=850)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments qui seront expédiés à une autre province, un autre territoire ou un autre pays	20 %	17 %	12 %	23 %	19 %	11 %	14 %	26 %	29 %
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments destinés au commerce à l'intérieur de votre province ou territoire	54 %	51 %	60 %	54 %	46 %	41 %	51 %	61 %	66 %
Aucune de ces réponses	43 %	43 %	38 %	43 %	50 %	58 %	47 %	34 %	33 %

QS7. Et votre entreprise exerce-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : tous les répondants, n=850.

Figure 108. Ventes directes ou en ligne par région et par taille d'entreprise

Ventes directes ou en ligne	Total (n=850)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Vente d'aliments directement aux consommateurs	77 %	87 %	82 %	76 %	72 %	74 %	82 %	77 %	76 %
Vente de produits alimentaires en ligne	21 %	11 %	17 %	25 %	19 %	22 %	19 %	18 %	32 %
Aucune de ces réponses	20 %	11 %	16 %	22 %	25 %	23 %	15 %	21 %	23 %

QS8. Et votre entreprise mène-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : tous les répondants, n=850.

Figure 109. Ventes provinciales ou nationales en ligne par région et par taille d'entreprise

Ventes provinciales ou nationales en ligne	Total (n=177)	Atlantique (n=6)	Québec (n=39)	Ontario (n=74)	Ouest (n=30)	Micro (n=49)	Petite (n=38)	Moyenne (n=64)	Grande (n=25)
Vente de produits alimentaires en ligne dans votre province ou territoire	94 %	100 %	95 %	92 %	97 %	92 %	92 %	95 %	100 %
Vente de produits alimentaires en ligne à d'autres provinces, territoires ou pays	31 %	17 %	15 %	34 %	30 %	35 %	42 %	30 %	12 %
Aucune de ces réponses	2 %	-	-	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %	-

QS9. Est-ce que vous...? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : vendeurs en ligne, n=177.

Figure 110. Types d'aliments par région et par taille d'entreprise

Types d'aliments	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation/fabrication (n=148)	Commerce de gros/distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Aliments industriels	52 %	55 %	53 %	49 %	53 %	42 %	51 %	56 %	65 %
Produits de viande et animaux pour alimentation humaine	49 %	64 %	47 %	47 %	57 %	38 %	47 %	53 %	67 %
Fruits ou légumes frais	46 %	72 %	44 %	47 %	39 %	24 %	34 %	61 %	70 %
Produits laitiers	45 %	60 %	53 %	40 %	42 %	27 %	45 %	53 %	61 %
Œufs et produits d'œufs transformés	40 %	57 %	41 %	36 %	40 %	25 %	35 %	47 %	59 %
Produits de fruits ou légumes transformés	39 %	53 %	38 %	38 %	37 %	21 %	32 %	49 %	63 %
Miel	34 %	51 %	35 %	35 %	31 %	21 %	24 %	43 %	57 %
Sirop d'érable ou produits de l'érable	33 %	45 %	38 %	33 %	25 %	21 %	24 %	39 %	58 %
Poisson	32 %	53 %	28 %	33 %	30 %	15 %	22 %	44 %	57 %
Farine ou grains	4 %	2 %	<1 %	2 %	14 %	8 %	2 %	2 %	3 %
Produits de boulangerie et pâtisserie/pain	2 %	2 %	4 %	2 %	1 %	2 %	2 %	3 %	3 %
Articles d'épicerie/tout	2 %	6 %	1 %	3 %	3 %	2 %	1 %	3 %	1 %
Café ou grains de café	1 %	-	<1 %	2 %	1 %	3 %	2 %	-	-
Alcool	1 %	-	3 %	<1 %	-	1 %	1 %	1 %	-
Chocolat	1 %	-	1 %	<1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	-
Autre	6 %	4 %	6 %	6 %	6 %	8 %	8 %	5 %	3 %
NSP/Préfère ne pas répondre	<1 %	-	-	<1 %	1 %	<1 %	-	<1 %	-

QS11. Dans la liste qui suit, de quels aliments votre entreprise s'occupe-t-elle? [SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : tous les répondants, n=850.

Figure 111. Statut d'Autochtone par région et par taille d'entreprise

Statut d'Autochtone	Total (n=850)	Atlantique (n=53)	Québec (n=234)	Ontario (n=297)	Ouest (n=155)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
Oui	7 %	9 %	3 %	6 %	11 %	7 %	11 %	6 %	4 %
Non	90 %	89 %	96 %	91 %	86 %	92 %	87 %	91 %	89 %
NSP/Préfère ne pas répondre	2 %	2 %	1 %	3 %	3 %	1 %	2 %	3 %	8 %

QD3. Considérez-vous que votre entreprise est détenue ou exploitée par des Autochtones? Base : tous les répondants, n=850.

Figure 112. Recettes annuelles par région et par taille d'entreprise

Recettes annuelles	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation/fabrication (n=148)	Commerce de gros/distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
30 000 \$ ou moins par année	3 %	4 %	4 %	2 %	2 %	9 %	2 %	1 %	-
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	6 %	8 %	8 %	6 %	8 %	19 %	4 %	1 %	-
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	15 %	17 %	12 %	15 %	12 %	31 %	19 %	5 %	4 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	11 %	13 %	17 %	8 %	12 %	15 %	17 %	8 %	1 %
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	22 %	34 %	21 %	23 %	21 %	13 %	30 %	24 %	11 %
5 millions \$ et plus par année	21 %	13 %	17 %	26 %	23 %	2 %	5 %	35 %	57 %
NSP/Préfère ne pas répondre	21 %	11 %	22 %	21 %	21 %	11 %	22 %	25 %	27 %

QD4. À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos activités canadiennes? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. Base : tous les répondants, n=850.

Figure 113. Femmes qui occupent des postes de cadres supérieurs par région et par taille d'entreprise

% des cadres supérieurs qui sont des femmes	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation/ fabrication (n=148)	Commerce de gros/ distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
0 %	12 %	6 %	17 %	13 %	9 %	24 %	8 %	8 %	4 %
1 % à 24 %	20 %	32 %	9 %	23 %	22 %	9 %	28 %	22 %	19 %
25 % à 49 %	16 %	17 %	15 %	18 %	16 %	14 %	15 %	18 %	16 %
50 % à 74 %	27 %	19 %	32 %	23 %	28 %	28 %	26 %	25 %	32 %
75 % à 99 %	8 %	6 %	14 %	5 %	7 %	6 %	8 %	11 %	4 %
100 %	8 %	11 %	10 %	7 %	5 %	12 %	9 %	5 %	1 %
NSP/Préfère ne pas répondre	10 %	9 %	3 %	12 %	13 %	6 %	7 %	10 %	24 %

QD5. Pouvez-vous nous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des femmes? Base : tous les répondants, n=850.

Figure 114. Minorités visibles qui occupent des postes de cadres supérieurs par région et par taille d'entreprise

% des cadres supérieurs qui sont des minorités visibles	Total (n=850)	Agriculture (n=164)	Transformation/ fabrication (n=148)	Commerce de gros/ distribution (n=144)	Commerce de détail (n=387)	Micro (n=218)	Petite (n=197)	Moyenne (n=350)	Grande (n=79)
0 %	48 %	49 %	64 %	44 %	41 %	66 %	50 %	41 %	22 %
1 % à 24 %	17 %	25 %	14 %	15 %	21 %	4 %	17 %	23 %	23 %
25 % à 49 %	4 %	4 %	3 %	5 %	4 %	2 %	4 %	5 %	6 %
50 % à 74 %	7 %	4 %	6 %	8 %	5 %	5 %	7 %	8 %	6 %
75 % à 99 %	3 %	2 %	2 %	3 %	5 %	<1 %	5 %	3 %	3 %
100 %	5 %	2 %	3 %	5 %	6 %	10 %	3 %	3 %	4 %
NSP/Préfère ne pas répondre	17 %	15 %	9 %	20 %	19 %	13 %	15 %	16 %	37 %

QD6. Pouvez-vous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des membres d'une minorité visible? Base : tous les répondants, n=850.

Annexes

Annexe A : Questionnaire de recrutement pour les groupes de discussion avec les consommateurs

Spécifications

- Recruter 8 participants par groupe pour s’assurer de la présence de 6 à 8 d’entre eux.
- Chaque participant recevra 125 \$.
- Pour chaque séance, nous nous efforcerons de recruter des personnes responsables d’au moins 50 % des achats de produits alimentaires pour leur ménage (au moins la moitié des participants dans chaque groupe).
- Nous formerons dix groupes de discussion en ligne composés de personnes âgées de 18 ans et plus de partout au Canada.
- Pour les séances couvrant plusieurs provinces (Atlantique et Prairies), nous tenterons de recruter un mélange de participants de diverses régions dans chaque groupe. Pour les séances incluant les Territoires, nous tenterons de recruter 1 ou 2 participants de cette région dans chaque groupe.

Toutes les heures sont indiquées en heure locale, à moins d’indication contraire.

Groupe 1 Atlantique	Groupe 2 Prairies (MB/SK/AB/T.N-O.)	Groupe 3 Atlantique	Groupe 4 Prairies (MB/SK/AB/T.N-O.)
1 ^{er} février 17 h HNA Jeunes adultes (18-34)	1 ^{er} février 18 h HNC Jeunes adultes (18-34)	5 février 17 h HNA Adultes (35+)	5 février 18 h HNC Adultes (35+)
Groupe 5 Québec [FRANÇAIS]	Groupe 6 Québec [FRANÇAIS]	Groupe 7 Ontario/Nunavut	Groupe 8 C.-B./Yukon
6 février 17 h HNE Jeunes adultes (18-34)	6 février 19 h HNE Adultes (35+)	8 février 17 h HNE Jeunes adultes (18-34)	8 février 17 h HNP Jeunes adultes (18-34)
Groupe 9 Ontario/Nunavut	Groupe 10 C.-B./Yukon		
10 février 13 h HNE Adultes (35+)	10 février 12 h HNP Adultes (35+)		

Questionnaire

A. Introduction

Hello/Bonjour. Je m'appelle [NOM] et je suis du groupe-conseil Qorus, une entreprise canadienne d'études de marché. Nous organisons des groupes de discussion en ligne au nom du gouvernement du Canada avec des gens de votre région. Préférez-vous continuer en français ou en anglais ? / Would you prefer to continue in English or French?

[NOTE POUR L'INTERVIEWEUR : POUR LES GROUPES EN ANGLAIS, SI LE RÉPONDANT PRÉFÈRE CONTINUER EN FRANÇAIS, DITES-LUI : Malheureusement, nous recherchons des personnes qui parlent anglais pour participer à ces groupes de discussion. Nous vous remercions de votre intérêt. POUR LES GROUPES EN FRANÇAIS, SI LE RÉPONDANT PRÉFÈRE CONTINUER EN ANGLAIS, DITES-LUI : Unfortunately, we are looking for people who speak French to participate in this discussion group. We thank you for your interest.]

[NOTE 2 POUR L'INTERVIEWEUR : SI LE RÉPONDANT DEMANDE DE PARTICIPER EN ANGLAIS/FRANÇAIS, MAIS QU'AUCUNE DISCUSSION N'EST PRÉVUE DANS CETTE LANGUE DANS LA RÉGION, S'ADRESSER AU SUPERVISEUR.]

Comme je le mentionnais, nous organisons une série de groupes de discussion au nom du gouvernement du Canada avec des gens de votre région. L'étude portera sur l'emballage et l'étiquetage des aliments. Chaque séance durera environ 90 minutes (une heure et demie) et les participants recevront une prime en argent en guise de remerciement.

Vous êtes libre de participer. Nous voulons seulement connaître vos opinions. Personne n'essaiera de vous vendre quoi que ce soit ou de vous faire changer d'idée. La discussion se déroulera en ligne, sur une plateforme de webconférence semblable à Zoom, et sera dirigée par un professionnel de la recherche. De six à huit autres participants ayant reçu la même invitation que vous seront présents. Pour participer, vous devez avoir accès à un ordinateur ou une tablette (aucun téléphone intelligent) et à une pièce tranquille puisque l'animateur sondera les réactions aux concepts et au matériel présentés. Toutes les opinions resteront anonymes et serviront uniquement aux fins de la recherche, conformément aux lois visant à protéger vos renseignements personnels.

[NOTE POUR L'INTERVIEWEUR : SI LE RÉPONDANT POSE DES QUESTIONS AU SUJET DES LOIS SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS, RÉPONDRE : Les renseignements recueillis durant l'étude sont assujettis aux dispositions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du gouvernement du Canada, et aux lois provinciales qui s'appliquent.]

1. Avant de vous inviter, j'aimerais vous poser quelques questions afin de m'assurer d'obtenir une bonne variété de participants. Cela ne prendra que 5 minutes. Puis-je continuer?

Oui	1	CONTINUER
Non	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

B. Admissibilité

2. Quelle est votre part de responsabilité dans les achats de produits d'épicerie pour votre ménage? Veuillez sélectionner une valeur entre 0 et 100 %.

DANS CHAQUE GROUPE, AU MOINS LA MOITIÉ DES PARTICIPANTS DOIVENT AVOIR UNE PART DE RESPONSABILITÉ DE 50 % ET PLUS.

3. Est-ce que vous ou d'autres membres de votre famille immédiate travaillez dans l'un ou l'autre des domaines suivants **[LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES.]**

	Oui	Non
Une firme d'études de marché	1	2
Un magazine ou un journal (en ligne ou papier)	1	2
Une station de radio ou de télévision	1	2
Un cabinet de relations publiques	1	2
Une agence de publicité ou une firme de graphisme	1	2
Un média en ligne ou comme blogueur	1	2
Le gouvernement fédéral ou provincial, ou une administration municipale	1	2
Une entreprise de production agricole (y compris les fermes d'élevage), de pêche, de fructiculture, de culture maraîchère ou de production céréalière à des fins commerciales	1	2
Une entreprise de transformation, de traitement, de fabrication ou de préparation d'aliments	1	2

SI A RÉPONDU OUI À L'UN OU L'AUTRE, REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN.

4. Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Ontario	1
Québec	2
Saskatchewan	3
Manitoba	4
Alberta	5
Colombie-Britannique	6
Nouveau-Brunswick	7
Nouvelle-Écosse	8
Île-du-Prince-Édouard	9
Terre-Neuve-et-Labrador	10
Yukon	11
Nunavut	12
Territoires du Nord-Ouest	13
Je préfère ne pas répondre	99 REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

POUR LES SÉANCES COUVRANT PLUSIEURS PROVINCES (ATLANTIQUE ET PRAIRIES), NOUS TENTERONS DE RECRUTER UN MÉLANGE DE PARTICIPANTS DE DIVERSES RÉGIONS DANS CHAQUE GROUPE. POUR LES SÉANCES DANS LES TERRITOIRES, NOUS TENTERONS DE RECRUTER 1 OU 2 PARTICIPANTS DE CETTE RÉGION DANS CHAQUE GROUPE.

5. Dans quelle ville ou quelle municipalité habitez-vous? **NOTER :** _____

6. Quelle est votre identité de genre ? [Vous n'avez pas à répondre si vous n'êtes pas à l'aise de le faire.] **[NE PAS LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES.]**

Homme	1
Femme	2
Homme transgenre	3
Femme transgenre	4
Non binaire	5
Je préfère m'autodécrire (veuillez préciser) : _____	6
Je préfère ne pas répondre	7

TENTER DE RECRUTER UNE PROPORTION ÉGALE D'HOMMES ET DE FEMMES, ET LES AUTRES IDENTITÉS DE GENRES AU FUR ET À MESURE QU'ELLES SE PRÉSENTENT.

7. Nous recrutons des participants d'âges différents pour les séances. Pourrais-je avoir votre âge?
NOTER L'ÂGE DU RÉPONDANT : _____

ÂGE	GROUPE	SPÉCIFICATIONS
18-34	JEUNES ADULTES	Moins de 18 ans REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN
		18-34 ans RECRUTER UN MÉLANGE D'ÂGES
35+	ADULTES	35 ans et + RECRUTER UN MÉLANGE D'ÂGES

8. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

Études secondaires partielles	1
Diplôme d'études secondaires	2
Études collégiales partielles	3
Diplôme d'études collégiales	4
Études universitaires partielles	5
Diplôme d'études universitaires	6
Préfère ne pas répondre	9

9. Êtes-vous dans l'une ou l'autre des situations suivantes...

- Vous avez des allergies, des intolérances ou des sensibilités alimentaires. (**AU BESOIN :** Il pourrait s'agir d'une intolérance au gluten, au lactose, etc.)
- Vous suivez un régime alimentaire spécial qui n'est pas lié à une allergie ou une sensibilité alimentaire. (**AU BESOIN :** Vous êtes végétarien, végétal, kosher, halal, céto, etc.)

Oui	1
Non	2

10. Habitez-vous... [**LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES.**]

une ville ou une région métropolitaine d'au moins 100 000 habitants	1
une ville de 30 000 à moins de 100 000 habitants	2
une ville ou un village de 10 000 à moins de 30 000 habitants	3
un village ou une région rurale de moins de 10 000 habitants	4

POUR CHAQUE GROUPE, RECRUTER ~2 RÉSIDENTS D'UNE VILLE OU D'UN VILLAGE DE 30 000 HABITANTS OU MOINS (Q10 = 3 ou 4).

11. Nous souhaitons nous entretenir avec une diversité de participants. Vous identifiez-vous à l'un ou l'autre de ces groupes? **SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE.**

Autochtones du Canada (Premières Nations, Inuit ou Métis)	1
Groupes ethnoculturels ou minorités visibles autres que les Autochtones	2
Aucune de ces réponses	3

RECRUTER DES AUTOCHTONES ET DES MEMBRES DE MINORITÉS VISIBLES DANS TOUS LES GROUPES COMBINÉS.

12. [DEMANDER SEULEMENT SI Q11 = 2] Quelles sont vos origines ethniques?

NOTER L'ETHNICITÉ : _____

13. Avez-vous déjà participé à une discussion de groupe ou une entrevue organisée à l'avance pour laquelle vous avez reçu un montant d'argent?

Oui	1	
Non	2	PASSER À Q17

14. À quand remonte votre dernière discussion ou entrevue?

Au cours des 6 derniers mois	1	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN
Il y a plus de 6 mois	2	

15. Quels étaient les sujets des discussions ou entrevues auxquelles vous avez participé ?

NOTER : _____

REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN SI LE SUJET CONCERNAIT LA SALUBRITÉ ALIMENTAIRE, LA FRAUDE ALIMENTAIRE OU L'AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS

16. À combien de discussions de groupe ou entrevues avez-vous participé au cours des cinq dernières années?

Moins de 5	1	
5 ou plus	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

17. Nous demandons aux participants des groupes de discussion d'exprimer leurs opinions et de verbaliser leurs pensées. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer votre opinion dans un groupe de discussion en ligne? Êtes-vous...? **LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES.**

Très à l'aise	1	MINIMUM 5 PAR GROUPE
Plutôt à l'aise	2	
Pas très à l'aise	3	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN
Très mal à l'aise	4	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

18. Avez-vous accès à une connexion Internet stable pour soutenir une vidéoconférence de 90 minutes?

Oui	1	
Non	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

19. Les participants devront répondre sur une plateforme de conférence Web sur un ordinateur ou une tablette (**et non un téléphone intelligent**) dans une pièce tranquille. Cela est essentiel puisque l'animateur devra évaluer vos réactions à certains concepts et matériels. Y a-t-il des raisons qui vous empêchent de participer (p. ex., aucun accès à un ordinateur, une tablette ou Internet)? Si vous avez besoin de lunettes pour lire ou un appareil auditif, veuillez les porter.

Oui	1	
Non	2	PASSER À L'INVITATION

20. Pouvons-nous faire quoi que ce soit pour faire en sorte que vous puissiez participer?

Oui	1	
Non	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN
NSP/Ref	9	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

21. Que pouvons-nous faire? [QUESTION OUVERTE]

L'INTERVIEWEUR PREND DES NOTES POUR UNE ENTREVUE PERSONNELLE POSSIBLE.

NOTE POUR LE RECRUTEUR : POUR CONCLURE L'ENTRETIEN, DIRE : Merci de votre coopération. Nous ne pouvons vous inviter, car nous avons atteint notre quota pour les participants avec un profil comme le vôtre.

C. INVITATION

22. J'aimerais vous convier à un groupe de discussion en ligne où vous pourrez échanger avec d'autres participants de votre région. La discussion sera dirigée par un chercheur du groupe-conseil Qorus, une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. La séance sera enregistrée, mais vos commentaires demeureront confidentiels. Nous utiliserons une plateforme de webconférence. La discussion de 90 minutes (une heure et demie) aura lieu le [JOUR] [DATE] à [HEURE]. Chaque participant recevra 125 \$ en guise de remerciement.

Acceptez-vous de participer à cette étude ?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

23. La séance sera enregistrée sur bande vidéo. Les enregistrements serviront à analyser les résultats et à rédiger le rapport. Les réponses obtenues seront regroupées, ce qui signifie qu'aucun participant ne sera identifié. Est-ce que cela vous semble acceptable?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

24. Des représentants de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) ou du gouvernement du Canada qui participent à ce projet pourraient observer la séance. Ils ne participeront pas à la discussion et ne connaîtront pas votre nom complet. Est-ce acceptable pour vous ?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

25. Il se pourrait que l'ACIA utilise les enregistrements uniquement pour présenter les résultats de l'étude à l'interne. Cependant, votre nom n'apparaîtra nulle part et aucun des membres de l'équipe du client ne communiquera avec vous pour discuter de vos commentaires. Est-ce acceptable pour vous?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

26. Merci. Je vous confirme que la séance de 90 minutes (une heure et demie) aura lieu le [JOUR] [DATE] à [HEURE]. Au terme de votre participation, vous recevrez 125 \$ en guise de remerciement. Souhaitez-vous participer et serez-vous disponible?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

Pour la séance, nous utiliserons une application de partage d'écran appelée **Zoom**. **Nous vous ferons parvenir un courriel contenant les directives pour vous connecter**. Vous devez utiliser un ordinateur ou une tablette (**et non un téléphone intelligent**) dans une pièce tranquille.

Nous vous recommandons de cliquer sur le lien que nous vous enverrons quelques jours avant la date prévue pour la séance afin de nous assurer que vous pourrez avoir accès à la plateforme en ligne qui aura été aménagée. Vous devrez répéter les étapes au moins 10 à 15 minutes avant la séance.

Puisque nous n'invitons qu'un nombre restreint de participants, votre présence est essentielle. Si vous n'êtes pas en mesure de participer, **vous ne pouvez pas envoyer quelqu'un d'autre à votre place**. Dans ce cas, veuillez nous contacter dans les plus brefs délais afin que nous puissions vous trouver un remplaçant. Vous pouvez nous joindre au **[NUMÉRO DE TÉLÉPHONE]**. Demandez à parler à **[NOM DE LA PERSONNE À CONTACTER]**.

Afin que nous puissions vous envoyer un rappel ou vous informer de tout changement, pouvez-vous me fournir les renseignements suivants ? **[LIRE L'INFORMATION ET APPORTER LES CHANGEMENTS NÉCESSAIRES]**

Prénom : _____

Nom de famille : _____

Courriel : _____

Numéro de téléphone (le jour) : _____

Numéro de téléphone (en soirée) : _____

Merci !

Si le répondant refuse de donner son nom de famille ou son prénom, ou bien son numéro de téléphone, lui dire que cette information demeurera confidentielle, conformément aux lois sur la protection des renseignements personnels et qu'elle servira uniquement à confirmer sa présence et à l'informer de tout changement. S'il refuse toujours, le REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN.

Annexe B : Questionnaire de recrutement pour les groupes de discussion avec les représentants d'entreprises alimentaires

Spécifications

- Recruter six participants par groupe pour s'assurer de la présence de cinq ou six d'entre eux.
- Chaque participant recevra 200 \$.
- Nous formerons huit groupes de discussion en ligne composés de représentants d'entreprises alimentaires au Canada.
- Les participants seront des employés responsables de la conformité réglementaire pour les petites, moyennes et grandes entreprises du secteur alimentaire.
 - Nous tenterons d'obtenir un bon mélange de secteurs d'activité, y compris des importateurs et des exportateurs de produits alimentaires, des commerces de détail, des entreprises de fabrication, des entreprises au service d'autres entreprises et des entreprises qui font des affaires à l'étranger.
 - Nous nous assurerons de recruter des représentants de petites et moyennes entreprises qui comptent des femmes propriétaires ou occupant un poste de direction, des entreprises démarrées par de nouveaux arrivants ou des immigrants récents.
- Pour les séances couvrant plusieurs provinces (Atlantique et Prairies), nous tenterons de recruter un mélange de participants issus de différentes provinces dans chaque groupe. Pour les séances qui couvrent les Territoires, nous nous efforcerons de recruter un ou deux participants de cette région dans chaque groupe.

Toutes les heures sont indiquées en heure locale, à moins d'indication contraire.

Groupe 1 Atlantique	Groupe 2 Prairies (MB/SK/AB/T.N.-O.)	Groupe 3 Ontario/Nunavut	Groupe 4 Prairies (MB/SK/AB/T.N.-O.)
14 février 17 h HNA	14 février 18 h HNC	15 février 17 h HNE	15 février 18 h HNC
Groupe 5 Ontario/Nunavut	Groupe 6 C.-B./Yukon	Groupe 7 Québec [FRANÇAIS]	Groupe 8 Québec [FRANÇAIS]
20 février 17 h HNE	20 février 17 h HNP	21 février 17 h HNE	21 février 19 h HNE

A. Introduction

Bonjour, je m'appelle _____ et je téléphone du groupe-conseil Quorus, une entreprise canadienne spécialisée dans la recherche sur l'opinion publique, au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Préférez-vous continuer en anglais ou en français? / Would you prefer to continue in English or French?

[NOTE POUR L'INTERVIEWEUR : POUR LES GROUPES/ENTREVUES EN ANGLAIS, SI LE RÉPONDANT PRÉFÈRE CONTINUER EN FRANÇAIS, DIRE : « Malheureusement, nous recherchons des gens qui parlent anglais pour participer à cette recherche. Nous vous remercions de votre intérêt. » POUR LES GROUPES/ENTREVUES EN FRANÇAIS, SI LE RÉPONDANT PRÉFÈRE CONTINUER EN ANGLAIS, DIRE : « Unfortunately, we are looking for people who speak French to participate in this research. We thank you for your interest. »]

De temps à autre, nous sollicitons des opinions en discutant avec les gens et les représentants d'entreprise. Nous nous apprêtons à mener une série de discussions pour le gouvernement du Canada et l'ACIA, et j'aimerais parler à la personne qui s'occupe principalement de la salubrité des produits alimentaires que votre entreprise vend ou fabrique. Ceci n'est pas un appel de vente. Nous sommes à la recherche de participants pour une importante étude qui permettra au gouvernement du mieux comprendre les points de vue de l'industrie au sujet des pratiques et de la réglementation en matière de salubrité des aliments.

Ce pourrait être le propriétaire de l'entreprise, un directeur ou un gestionnaire qui supervise la vente de produits alimentaires, le directeur de la salubrité des aliments ou de l'assurance de la qualité. Est-ce à vous que je dois m'adresser?

UNE FOIS QUE LA BONNE PERSONNE EST AU BOUT DU FIL, RÉPÉTER L'INTRODUCTION AU BESOIN ET CONTINUER.

Nous vous contactons aujourd'hui pour vous convier à une séance de recherche afin de recueillir vos commentaires sur les occasions et les défis que doivent affronter l'industrie alimentaire et votre entreprise, et sur le rôle du gouvernement du Canada à ce sujet.

D'autres décideurs d'entreprises au Canada participeront à la recherche. Nous utiliserons uniquement vos prénoms pour la discussion, et personne, pas même le gouvernement du Canada, ne saura quelles sont les entreprises représentées. En guise de remerciement, les participants recevront une indemnité monétaire.

La participation est volontaire et toutes les opinions demeureront anonymes. Ces renseignements seront utilisés aux fins de la recherche uniquement, conformément aux lois qui protègent votre vie privée, y compris la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et la *Loi sur l'accès à l'information*. Nous voulons simplement entendre vos opinions. Personne n'essaiera de vous vendre quoi que ce soit. La séance pourrait prendre la forme d'une « table ronde » en ligne ou d'une discussion individuelle dirigée par un professionnel de la recherche.

[NOTE POUR L'INTERVIEWEUR : SI ON VOUS QUESTIONNE AU SUJET DES LOIS SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE, DIRE : « Les renseignements recueillis durant la recherche sont assujettis aux dispositions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du gouvernement du Canada et des lois provinciales en matière de vie privée qui s'appliquent. »]

Avant de vous inviter, j'aimerais vous poser quelques questions pour obtenir la représentation d'une bonne variété d'entreprises. Cela devrait prendre environ 5 minutes. Si vous hésitez, je tiens à préciser que **toutes mes questions concernent les activités de votre entreprise au Canada.** Puis-je vous poser quelques questions ?

Oui	1	CONTINUER
Non	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

B. Profil de l'entreprise et du participant

1. Quel est votre degré de familiarité avec les protocoles en matière de salubrité des aliments concernant les produits alimentaires que vous vendez ou que vous fabriquez? Diriez-vous que vous êtes...?

Très familiarisé	1
Assez familiarisé	2
Pas très familiarisé	3
Pas du tout familiarisé	4

RECRUTER UN MÉLANGE DE PARTICIPANTS TRÈS FAMILIARISÉS ET ASSEZ FAMILIARISÉS

SI A RÉPONDU PAS TRÈS OU PAS DU TOUT FAMILIARISÉ, DEMANDER : « Puisque ce sera un des thèmes que nous aborderons, y a-t-il une autre personne dans votre entreprise qui connaît ces protocoles mieux que vous ? »

DANS L’AFFIRMATIVE, DEMANDER À PARLER À CETTE PERSONNE

SINON, REMERCIER LE RÉPONDANT ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

2. Dans quelle province ou quel territoire votre entreprise est-elle située?

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

3. Quelles sont les activités qui s'appliquent à votre entreprise **[LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES ET SÉLECTIONNER TOUTES CELLES QUI S'APPLIQUENT]**?

Importation de produits alimentaires	1
Exportation de produits alimentaires	2
Préparation, transformation, traitement, fabrication ou conservation d'aliments pour l'exportation ou l'expédition dans d'autres provinces ou territoires	3
Triage, étiquetage ou emballage d'aliments pour l'exportation ou pour l'expédition dans d'autres provinces ou territoires	4
Culture de fruits, de légumes ou de céréales pour l'exportation ou pour l'expédition dans d'autres provinces ou territoires	5
Envoi ou transport de produits alimentaires dans d'autres provinces ou territoires (grossistes et distributeurs)	6
Vente au détail de produits alimentaires directement aux consommateurs	7
Production d'aliments biologiques [note pour l'intervieweur : inclut les viandes biologiques, les produits laitiers biologiques, etc.]	8
Aucune de ces réponses	9

**SI A RÉPONDU UNIQUEMENT « 7 » À Q3, MARQUER COMME « DÉTAIL SEULEMENT »
RECRUTER UN MAXIMUM DE DEUX « DÉTAIL SEULEMENT » PAR GROUPE**

4. **[SI A RÉPONDU « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À Q3, DEMANDER]** Quel est le principal secteur d'activité de votre entreprise?

SI L'ENTREPRISE EST DANS LE SECTEUR ALIMENTAIRE, RECODER Q3 ET CONTINUER, AUTREMENT, REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN
Marquer comme « IMPORTATEUR/EXPORTATEUR DE PRODUITS ALIMENTAIRES » SI A SÉLECTIONNÉ 1,2,4 OU 5 À Q3
Marquer comme « SECTEUR DES ALIMENTS FABRIQUÉS » SI A SÉLECTIONNÉ 3 À Q3

5. Combien de personnes votre entreprise emploie-t-elle au Canada, vous compris? Si vous êtes un franchisé, tenez compte de votre emplacement seulement. **[LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES]** **[Indiquer le nombre total d'employés, à temps plein et à temps partiel]**

1 – [Travailleur autonome]	1	« MICRO-ENTREPRISE »
2-4 employés	2	« MICRO-ENTREPRISE »
5-10 employés	3	« PETITE ENTREPRISE »
11-99 employés	4	« PETITE ENTREPRISE »
100-499 employés	5	« MOYENNE ENTREPRISE »
500 employés et plus	6	« GRANDE ENTREPRISE »
Ne sait pas [NE PAS LIRE]	8	METTRE FIN À L'ENTRETIEN
Refuse de répondre [NE PAS LIRE]	9	METTRE FIN À L'ENTRETIEN

DANS CHAQUE GROUPE, TENTER DE RECRUTER QUATRE MICRO OU PETITES ENTREPRISES, UNE MOYENNE ENTREPRISE ET UNE GRANDE ENTREPRISE

6. Laquelle de ces catégories décrit le mieux les recettes annuelles brutes de votre entreprise pour ses opérations canadiennes? Encore une fois, si vous êtes un franchisé, tenez compte de votre emplacement seulement. **[LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES] [SI LE RÉPONDANT REFUSE DE RÉPONDRE : Je vous rappelle que nous utiliserons ces renseignements uniquement aux fins de classification. Nous ne noterons ni ne partagerons l'identité des entreprises participantes.]**

30 000 \$ ou moins par année	1	
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	2	
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	3	
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	4	
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	5	
5 millions \$ et plus par année	6	
Ne sait pas [NE PAS LIRE]	8	METTRE FIN À L'ENTRETIEN
Refuse de répondre [NE PAS LIRE]	9	METTRE FIN À L'ENTRETIEN

7. **[SI A RÉPONDU 1, 2, 3, 4 OU 5 À Q5]** Êtes-vous propriétaire ou gestionnaire de cette entreprise?

Oui, propriétaire	1
Oui, gestionnaire	2
Non	3

8. Quel est votre titre? _____

9. Quel est votre sexe? [Si vous n'êtes pas à l'aise d'en parler, vous n'avez pas à le faire.] **[NE PAS LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES]**

Masculin	1
Féminin	2
Préfère se décrire – préciser : _____	3
Préfère ne pas répondre	4

TENTER DE RECRUTER UNE PROPORTION ÉGALE D'HOMMES ET DE FEMMES, ET LES AUTRES GENRES AU FUR ET À MESURE QU'ILS SE PRÉSENTENT

SI A RÉPONDU 1 OU 2 À Q7, NOTER COMME PROPRIÉTAIRE OU GESTIONNAIRE DE SEXE FÉMININ – TENTER D'EN RECRUTER AU MOINS UNE DANS CHAQUE GROUPE

10. **[DEMANDER SI A RÉPONDU 1 OU 2 À Q7]** Nous souhaitons inviter des propriétaires et des gestionnaires d'entreprise d'autres horizons. À laquelle des catégories suivantes appartenez-vous?

Vous êtes né(e) au Canada	1
Vous avez immigré au Canada au cours des cinq dernières années	2 « NOUVEL ARRIVANT »
Vous avez immigré au Canada il y a plus de cinq ans	3

TENTER DE RECRUTER UN MINIMUM DE SIX NOUVEAUX ARRIVANTS DANS L'ENSEMBLE DES GROUPES DE DISCUSSION

11. Durant les discussions de groupe, les participants sont invités à exprimer leurs opinions. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise de vous exprimer devant d'autres personnes? **LIRE LES CHOIX DE RÉPONSES**

- Très à l'aise **MINIMUM 5 PAR GROUPE**
- Plutôt à l'aise
- Pas très à l'aise **METTRE FIN À L'ENTRETIEN**
- Pas du tout à l'aise **METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

12. Avez-vous déjà participé à une discussion de groupe ou une entrevue organisée d'avance pour laquelle vous avez reçu un montant d'argent?

- Oui **MAXIMUM 5 PAR GROUPE**
- Non **PASSER À L'INVITATION**

13. Quand avez-vous participé à une discussion ou entrevue de ce genre la dernière fois?

- Au cours des 6 derniers mois **METTRE FIN À L'ENTRETIEN**
- Il y a plus de 6 mois

14. À combien de discussions de groupe ou d'entrevues avez-vous participé au cours des cinq dernières années?

- Moins de 5
- 5 ou plus **METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

C. INVITATION

15. J'aimerais vous convier à un groupe de discussion en ligne où vous pourrez échanger avec d'autres participants de votre région. La discussion sera dirigée par un chercheur du groupe-conseil Quorus, une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. La séance sera enregistrée, mais vos commentaires demeureront confidentiels. Nous utiliserons une plateforme de webconférence. La discussion de 90 minutes (une heure et demie) aura lieu le [JOUR] [DATE] à [HEURE]. Chaque participant recevra 200 \$ en guise de remerciement.

Acceptez-vous de participer à cette étude?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

16. La séance sera enregistrée sur bande vidéo. Les enregistrements serviront à analyser les résultats et à rédiger le rapport. Les réponses obtenues seront regroupées dans le rapport, ce qui signifie qu'aucun participant ne sera identifié. Est-ce que cela vous semble acceptable?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

17. Des représentants de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) ou du gouvernement du Canada qui participent à ce projet pourraient observer la séance. Ils ne participeront pas à la discussion et ne connaîtront pas votre nom complet. Est-ce acceptable pour vous?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

18. Il se pourrait que l'ACIA utilise les enregistrements uniquement pour présenter les résultats de l'étude à l'interne. Cependant, votre nom n'apparaîtra nulle part et aucun des membres de l'équipe du client ne communiquera avec vous pour discuter de vos commentaires. Est-ce acceptable pour vous?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

19. Merci. Je vous confirme que la séance de 90 minutes (une heure et demie) aura lieu le **[JOUR]** **[DATE]** à **[HEURE]**. Au terme de votre participation, vous recevrez 200 \$ en guise de remerciement. Souhaitez-vous participer et serez-vous disponible?

Oui	1	
Non	2	REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN

Pour la séance, nous utiliserons l'application de partage d'écran **Zoom**. **Nous vous ferons parvenir un courriel contenant les directives pour vous connecter**. Vous devez utiliser un ordinateur ou une tablette (**pas de téléphone intelligent**) dans une pièce tranquille.

Nous vous recommandons de cliquer sur le lien que nous vous enverrons quelques jours avant la date prévue pour la séance afin de nous assurer que vous pourrez avoir accès à la plateforme en ligne qui aura été aménagée. Vous devrez répéter les étapes au moins 10 à 15 minutes avant la séance.

Puisque nous n'invitons qu'un nombre restreint de participants, votre présence est essentielle. Si vous n'êtes pas en mesure de participer, **vous ne pouvez pas envoyer quelqu'un d'autre à votre place**. Dans ce cas, veuillez nous contacter dans les plus brefs délais afin que nous puissions vous trouver un remplaçant. Vous pouvez nous joindre au **[NUMÉRO DE TÉLÉPHONE]**. Demandez à parler à **[NOM DE LA PERSONNE À CONTACTER]**.

Afin que nous puissions vous envoyer un rappel ou vous informer de tout changement, pouvez-vous me fournir les renseignements suivants ? **[LIRE L'INFORMATION ET APPORTER LES CHANGEMENTS NÉCESSAIRES]**

Prénom : _____

Nom de famille : _____

Courriel : _____

Numéro de téléphone (le jour) : _____

Numéro de téléphone (en soirée) : _____

Merci !

Si le répondant refuse de donner son nom de famille ou son prénom, ou bien son numéro de téléphone, lui dire que cette information demeurera confidentielle, conformément aux lois sur la protection des renseignements personnels et qu'elle servira uniquement à confirmer sa présence et à l'informer de tout changement. S'il refuse toujours, le REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN.

Annexe C : Guide de l'animateur pour les groupes de discussion avec les consommateurs

Explication du déroulement (10 minutes)

Merci de vous joindre à notre groupe de discussion en ligne!

- Présentation de l'animateur/de l'entreprise et accueil des participants
 - Merci de votre présence.
 - Je m'appelle [NOM DE L'ANIMATEUR] et je travaille pour le groupe-conseil Quorus, une firme de recherche indépendante. Nous menons une étude pour le compte du gouvernement du Canada.
 - Aujourd'hui, nous discuterons des aliments que vous consommez et de votre perception quant à leur authenticité et leur représentation exacte.
 - La discussion durera environ 90 minutes.
 - Veuillez éteindre vos cellulaires et autres appareils électroniques.
- Description du groupe de discussion
 - Une discussion de groupe est une discussion de type « table ronde », ce qui signifie que nous discuterons d'un sujet et que vous aurez tous la chance de vous exprimer. Nous vous demanderons également de répondre à quelques questions pour nous aider à orienter la discussion.
 - Mon travail consiste à faciliter la discussion et à m'assurer que personne ne s'écarte du sujet, tout en respectant le temps qui nous est alloué.
 - Votre tâche consiste à formuler vos opinions sur les sujets et les concepts que je vous présenterai.
 - Nous voulons des opinions sincères. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ceci n'est pas un test de connaissances.
 - Toutes les opinions sont importantes et doivent être respectées.
 - N'hésitez pas à vous exprimer, même si vous croyez que votre opinion est différente de celles du groupe. Vous pourriez avoir la même que d'autres consommateurs.
 - Pour la séance, vous devez activer votre webcam et votre microphone, et vous assurer de bien m'entendre. Quand vous ne parlez pas, je vous encourage à couper le son afin de réduire au minimum les bruits ambiants. N'oubliez pas de le réactiver avant de prendre la parole !
 - Nous utiliserons également la fonction de clavardage. [L'ANIMATEUR EXPLIQUE COMMENT ACCÉDER À LA FONCTION SUR ZOOM, SELON L'APPAREIL QU'UTILISENT LES PARTICIPANTS]. Faisons un test maintenant. Ouvrez la fenêtre de clavardage et

envoyez un court message au groupe (p. ex., Bonjour tout le monde !) Si vous souhaitez répondre à une question que je ne vous ai pas adressée directement, tapez votre réponse ici. Nous lirons tous les commentaires à la fin du projet.

● Explications

- Veuillez prendre note que votre identité et vos commentaires demeureront confidentiels. Aucun nom ne sera associé à ceux-ci. Notre rapport contiendra un résumé des commentaires formulés lors des séances, mais ne mentionnera aucun nom. Évitez de fournir des renseignements qui permettraient de vous identifier.
 - Le rapport final pour cette séance et toutes les autres qui auront lieu sera disponible à la Bibliothèque du Parlement ou Bibliothèque et Archives Canada.
 - Vos réponses n’auront aucune incidence sur vos rapports avec le gouvernement du Canada.
 - La séance sera enregistrée sur support audiovisuel pour faciliter la rédaction du rapport et la révision des commentaires. Le client utilisera également de courtes portions des enregistrements pour communiquer les résultats de la recherche à ses équipes.
 - Quelques-uns de mes collègues qui participent au projet observeront la séance pour entendre vos commentaires.
- Je tiens à souligner que je ne suis pas un employé du gouvernement du Canada. Il se peut que je ne sois pas en mesure de répondre à vos questions. Dans ce cas, je ferai tout en mon pouvoir pour obtenir des réponses avant la fin de la séance.

Avez-vous des questions?

PRÉSENTATIONS : Allons-y avec les présentations. Donnez-nous votre nom et parlez-nous brièvement de vous, par exemple, l’endroit où vous habitez, les gens qui vivent avec vous, votre travail, etc.

Opinions générales et expériences relatives à la fraude alimentaire (35 minutes)

Ce soir, nous discuterons des aliments que vous achetez dans les commerces de détail, comme les épiceries, et que vous consommez. Nous ne parlons pas des repas que vous commandez d'un restaurant.

Définition de la fraude alimentaire et recherche d'information

Le premier sujet que j'aimerais aborder est la « fraude alimentaire ». Pour m'assurer que nous nous comprenons bien – [PRÉSENTATION À L'ÉCRAN] la fraude alimentaire survient lorsqu'un aliment est faussement représenté.

- Selon vous, en quoi consiste la « fraude alimentaire »?
 - Veuillez fournir des exemples, réels ou fictifs.

- Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet de la fraude alimentaire au cours de la dernière année?
 - Qu'avez-vous vu, lu ou entendu?
 - Où avez-vous vu, lu ou entendu cette information?

- Y en a-t-il parmi vous qui ont tenté de se renseigner sur la fraude alimentaire dans la dernière année?

DANS L’AFFIRMATIVE :

 - Pour quelles raisons avez-vous fait cette recherche?
 - Quelles sont les sources que vous avez consultées?
 - Quelle information recherchez-vous et l'avez-vous trouvée?

Niveau de préoccupation à l'égard de la fraude alimentaire

- Quand vous faites l'épicerie, à quel point êtes-vous préoccupés par la fraude alimentaire?
 - Expliquez-moi votre point de vue à ce sujet.
 - Votre niveau de préoccupation a-t-il changé au fil du temps?
 - Si c'est le cas, de quelle façon?
 - Si c'est le cas, comment expliquez-vous ce changement?
- Ces jours-ci, êtes-vous davantage préoccupés à l'idée que certains types d'aliments pourraient faire l'objet d'une fraude ou d'une représentation trompeuse, et si c'est le cas, quels sont ces aliments? Expliquez-moi votre point de vue à ce sujet.
 - Qu'en est-il du poisson?
 - Croyez-vous que le poisson vendu au Canada est bien identifié sur les étiquettes – par exemple que le saumon ou le thon sont bien étiquetés?
 - Croyez-vous que le poisson vendu au Canada est propre à la consommation?
 - Votre niveau de confiance à l'égard de l'étiquetage a-t-il changé dans les dernières années, pour le meilleur ou le pire? Pourquoi?
 - Que diriez-vous si je vous informais que 92,7 % du poisson vendu au Canada est correctement étiqueté?
 - S'il y a de la fraude dans le système entre le moment où le poisson est pêché et celui où il se retrouve dans votre assiette, où se produit-elle selon vous?

Expériences personnelles

- Avez-vous déjà décelé une fraude alimentaire?
 - Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une fraude alimentaire?
 - Qu'avez-vous fait par la suite?
 - Savez-vous si vos actions ont produit des résultats (conséquences, changements, etc.)? Dans quelle mesure êtes-vous satisfaits de ces résultats?

Mesures à prendre

- Que feriez-vous si vous aviez l'impression qu'un aliment que vous avez acheté est frauduleux ou trompeusement représenté? Quelles mesures prendriez-vous?
- À votre avis, quelle serait la meilleure façon d'agir pour un consommateur qui décèle une fraude alimentaire?
 - Quelles sont les conséquences auxquelles vous vous attendriez pour l'entreprise alimentaire responsable de la fraude?

Opinions sur la gestion de la fraude alimentaire au Canada

- Dans l'ensemble, que pensez-vous de la manière dont la fraude alimentaire est gérée au Canada?
 - Vos opinions ont-elles changé au fil du temps?
 - Si c'est le cas, de quelle façon?
 - Si c'est le cas, comment expliquez-vous ce changement?
- Comme vous le savez peut-être, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) est responsable de réglementer les produits alimentaires au Canada et de s'assurer que les entreprises respectent les règles fédérales sur la salubrité des aliments.
 - **À MAINS LEVÉES** : Qui parmi vous aurait pensé instinctivement à se tourner vers l'ACIA en cas de fraude alimentaire?
 - **À MAINS LEVÉES** : Avez-vous entendu parler de l'outil de signalement des préoccupations liées aux aliments de l'ACIA disponible en ligne? **L'ANIMATEUR PRÉSENTE UNE CAPTURE D'ÉCRAN DE L'OUTIL DE SIGNALEMENT.**



The screenshot shows the ACIA website interface. At the top, there is a header with the Canadian flag, the text 'Gouvernement du Canada' and 'Government of Canada', and a search bar with the text 'Rechercher dans Inspection.canada.ca'. Below the header is a 'MENU' dropdown. The main content area has a breadcrumb trail: 'Canada.ca > Agence canadienne d'inspection des aliments > Salubrité alimentaire pour les consommateurs'. The title of the page is 'Découvrez où vous pouvez déposer une plainte ou signaler une préoccupation alimentaire'. Below the title, there is a paragraph: 'Répondez à quelques questions pour savoir si vous devez signaler votre plainte à l'Agence canadienne d'inspection des aliments ou à une autorité provinciale, régionale ou municipale.' There is a red exclamation mark icon followed by the text: 'Nous ne pouvons pas fournir de conseils médicaux. Si vous pensez avoir mangé ou bu quelque chose qui vous a rendu malade, consultez un médecin.' Below this is a red asterisk followed by the text: '* Votre résidence permanente se trouve-t-elle dans la province de Québec? (obligatoire)'. There is a dropdown menu with the text 'Sélectionnez dans la liste...'. At the bottom left of the form is a button labeled 'Aller'.

DANS L’AFFIRMATIVE :

- Comment l’avez-vous découvert?

- Quelle a été votre expérience?
- En ce qui concerne la manière dont la fraude alimentaire est surveillée et gérée au Canada, qu'est-ce qui devrait changer selon vous?

SONDER AU BESOIN : Que pensez-vous...

- ... de la surveillance étroite des entreprises alimentaires? Qu'est-ce qui devrait se produire ou changer à cet égard?
- ... des conséquences ou des sanctions imposées aux entreprises qui commettent une fraude alimentaire? Qu'est-ce qui devrait se produire ou changer à cet égard?
- ... de la mesure dans laquelle les consommateurs devraient être bien informés de la fraude alimentaire? Qu'est-ce qui devrait se produire ou changer à cet égard?
- ... du rôle des consommateurs en matière de fraude alimentaire?

Opinions sur les rappels d'aliments

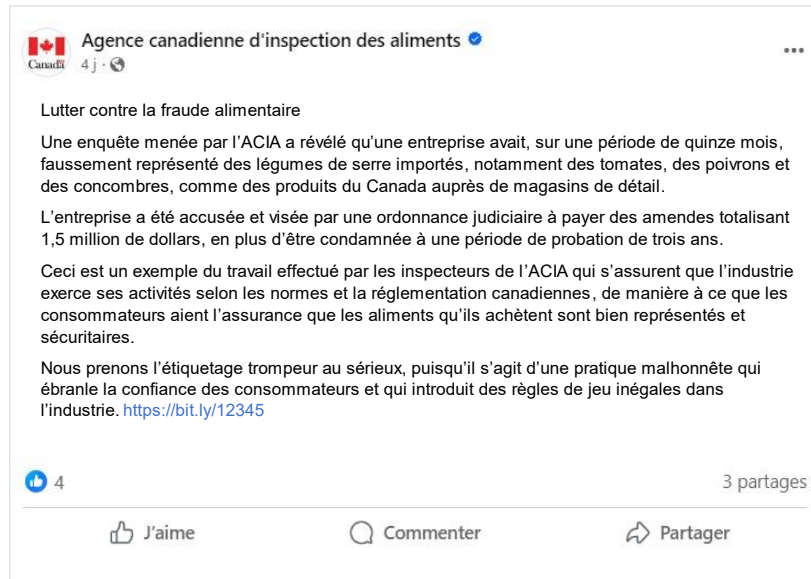
Parlons maintenant des rappels d'aliments au Canada.

- Dans quelle mesure êtes-vous préoccupés par les rappels d'aliments en général – disons qu'à l'extrémité d'une échelle de 10 points, il y a les « 10 », c'est-à-dire ceux qui sont constamment sur un pied d'alerte pour les rappels alimentaires et à l'autre extrémité, ceux qui n'y portent pas attention. Où vous situez-vous sur cette échelle?
 - Y a-t-il certains types de rappels d'aliments qui vous préoccupent plus que d'autres?
... Êtes-vous préoccupés par certains produits ou enjeux (des allergènes, des maladies d'origine alimentaire comme la salmonelle ou la listériose ou autres)?
 - De quelle manière ou à quel endroit obtenez-vous habituellement de l'information sur les rappels?
 - Quelles sont les sources que vous consulteriez en ligne pour obtenir de l'information sur les rappels de produits alimentaires?
 - Aimerez-vous vous inscrire pour recevoir des notifications par courriel sur les rappels de produits alimentaires? Où iriez-vous pour vous inscrire?

Réactions aux messages (15 minutes)

J'aimerais obtenir vos réactions à certains messages liés à la fraude alimentaire que l'ACIA envisage de diffuser.

Tout d'abord, comment réagiriez-vous en voyant un message comme celui-ci sur Facebook ou d'autres plateformes de médias sociaux? Veuillez noter que pour des raisons juridiques, le nom de l'entreprise concernée ne peut pas être mentionné dans la publication. **L'ANIMATEUR AFFICHE L'IMAGE SUIVANTE À L'ÉCRAN.**



- Dans l'ensemble, quelles sont vos premières réactions en voyant ce message?
- Cette information vous est-elle utile? De quelle manière?
- Cette information a-t-elle un impact sur...
 - ... votre opinion de l'ACIA?
 - ... votre niveau de confiance à l'égard de la gestion de la salubrité des aliments au Canada?
 - ... votre niveau de confiance à l'égard des aliments que vous consommez?
- Que feriez-vous après avoir vu ce message? Une mention « j'aime »? Un commentaire? Un partage? Une republication?

J'aimerais maintenant avoir votre point de vue sur quelques énoncés que l'ACIA pourrait utiliser dans ses communications à la population canadienne. **L'ANIMATEUR AFFICHE L'INFORMATION SUIVANTE À L'ÉCRAN.**

- Chaque jour, les inspecteurs de l'ACIA veillent à ce que l'industrie respecte les exigences canadiennes.
- Les inspections ciblent les secteurs où les risques sont les plus élevés, notamment ceux les plus susceptibles d'enfreindre les normes et les règlements canadiens.
- Ce travail s'effectue tout au long de la chaîne d'approvisionnement et met en cause de nombreux intervenants dans plusieurs juridictions.
- Lorsque des cas de non-conformité sont détectés, l'ACIA prend les mesures nécessaires pour protéger la population.
- Les consommateurs peuvent être assurés que les aliments qu'ils achètent sont bien représentés et sécuritaires.

- Dans l'ensemble, quelles sont vos premières réactions en lisant ce message?
- Cette information vous est-elle utile? De quelle manière?
- Cette information a-t-elle un impact sur...
 - ... votre opinion de l'ACIA?
 - ... votre niveau de confiance à l'égard de la gestion de la salubrité des aliments au Canada?
- Le dernier énoncé se lit comme suit : « Les consommateurs peuvent être assurés que les aliments qu'ils achètent sont bien représentés et sécuritaires » – Est-ce que les quatre premiers énoncés vous donnent cette assurance?
 - Dans l'affirmative, quels sont les énoncés ou les mots les plus convaincants?
 - Y a-t-il quoi que ce soit que vous supprimeriez ou ajouteriez pour rendre les énoncés plus percutants?

Opinions générales et expériences avec les dates « meilleur avant » (20 minutes)

Parlons maintenant des dates « meilleur avant » et des dates « limite d'utilisation ».

- Dans quelle mesure êtes-vous certains de bien comprendre la différence entre ces deux types d'information qu'on trouve sur les produits alimentaires?
 - En vos propres mots, comment l'expliqueriez-vous à une personne qui n'est pas familiarisée avec ces concepts?

Pour m'assurer que nous nous comprenons bien... **L'ANIMATEUR AFFICHE L'INFORMATION SUIVANTE À L'ÉCRAN.**

La **date limite d'utilisation** est la dernière date à laquelle un aliment peut être consommé sans danger.

- Après la date limite d'utilisation, le produit ne devrait plus être consommé en raison des changements dans ses nutriments ou sa composition.
- Une date limite d'utilisation n'est exigée que pour certains aliments, comme les préparations pour nourrissons et les substituts de repas.

La **date « meilleur avant »** concerne la fraîcheur, la qualité et le temps durant lequel un produit alimentaire non ouvert peut se conserver, et non la sécurité de celui-ci.

- Le produit peut toujours être « bon » et consommé même s'il n'est pas à son « meilleur ».
- La date « meilleur avant » s'applique uniquement aux produits non ouverts et adéquatement entreposés.
- Une fois que le produit est ouvert, sa durée de conservation peut changer et le consommateur doit exercer son jugement avant de le consommer.

- Concentrons-nous sur la date « meilleur avant ». **Quand vous faites l'épicerie**, dans quelle mesure portez-vous attention à la date « meilleur avant » sur les produits?
 - Expliquez-moi votre raisonnement.
 - L'importance que vous accordez à la date « meilleur avant » a-t-elle changé au fil du temps?
 - Si c'est le cas, de quelle façon?
 - Si c'est le cas, comment expliquez-vous ce changement?

- **Quand vous faites l'épicerie**, êtes-vous davantage préoccupés par la date « meilleur avant » sur certains types de produits et dans ce cas, lesquels?
 - Expliquez-moi votre raisonnement.

- **Une fois que vous avez rapporté les produits chez vous**, quelle attention accordez-vous à la date « meilleur avant » sur ceux-ci?
 - Expliquez-moi votre raisonnement.
 - L'importance que vous accordez à la date « meilleur avant » sur les produits alimentaires dans votre garde-manger et votre réfrigérateur a-t-elle changé au fil des ans?
 - Si c'est le cas, de quelle façon?
 - Si c'est le cas, comment expliquez-vous ce changement?

- Quand vous regardez **le contenu de votre réfrigérateur et de votre garde-manger**, êtes-vous davantage préoccupés par la date « meilleur avant » sur certains types d'aliments et si c'est le cas, lesquels?
 - Expliquez-moi votre raisonnement.

- Que faites-vous avec les produits alimentaires une fois passée la date « meilleur avant »?
 - Expliquez-moi ce que vous faites dans ce cas et si vos actions sont différentes selon le type de produit alimentaire.

- Que diriez-vous si on supprimait carrément la date « meilleur avant » sur les produits alimentaires?
 - Votre réaction dépend-elle du type d'aliment?

Conclusion (10 minutes)

Nous avons passé toute la séance à discuter d'aliments ! Quelles sont les sources que vous consultez ces jours-ci pour obtenir de l'information sur les produits alimentaires, comme la valeur nutritionnelle, la salubrité, les recettes – que ce soit en ligne, en magasin, dans les médias sociaux, etc.?

SONDER AU BESOIN :

Est-ce que vous...

- ... utilisez les réseaux sociaux (comme Facebook, X (Twitter), LinkedIn, Instagram, Pinterest)? De quelle manière les utilisez-vous?
 - Vous discutez avec vos amis des réseaux sociaux?
 - Vous suivez l'ACIA?
 - Vous suivez certains groupes liés à l'industrie alimentaire?
- ... recherchez de l'information sur des sujets liés à l'alimentation sur YouTube? Avez-vous des exemples?
- Qu'en est-il des affiches et des panneaux publicitaires quand vous sortez en ville, dans les magasins, les centres commerciaux, les restaurants, etc.? Avez-vous des exemples?
- Quels sont les sites Web que vous pourriez utiliser pour obtenir de l'information en matière de produits alimentaires?

Merci ! L'équipe qui vous a invité à participer à la séance vous contactera pour vous expliquer comment vous recevrez l'incitatif que nous vous avons promis.

Merci encore et bonne soirée !

Annexe D : Guide de l'animateur pour les groupes de discussion avec les représentants d'entreprises alimentaires

Explication du déroulement (10 minutes)

Merci à tous de vous joindre à ce groupe de discussion en ligne !

- Présentation de l'animateur et de l'entreprise, et accueil des participants
 - Merci de votre présence.
 - Je m'appelle [INSÉRER LE NOM DE L'ANIMATEUR] et je travaille pour le groupe-conseil Quorus, une firme de recherche indépendante. Nous menons une étude pour le compte du gouvernement du Canada, plus précisément l'ACIA.
 - Aujourd'hui, nous discuterons de la réglementation des aliments au Canada, des défis que vous devez surmonter et de l'ACIA.
 - La discussion durera environ 90 minutes.
 - Veuillez éteindre vos cellulaires et autres appareils électroniques.
- Description du groupe de discussion
 - La séance aura lieu sous forme de « table ronde », ce qui signifie que nous discuterons d'un sujet et que vous aurez tous la chance de vous exprimer. Nous vous demanderons également de répondre à quelques questions pour nous aider à orienter la discussion.
 - Mon travail consiste à faciliter la discussion et à m'assurer que personne ne s'écarte du sujet, tout en respectant le temps qui nous est alloué.
 - Votre tâche consiste à formuler vos opinions sur les sujets et les concepts que je vous présenterai.
 - Nous voulons des opinions sincères. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ceci n'est pas un test de connaissances.
 - Toutes les opinions sont importantes et doivent être respectées.
 - N'hésitez pas à vous exprimer, même si vous croyez que votre opinion est différente de celles du groupe. Vous pourriez avoir la même que d'autres consommateurs.
 - Pour la séance, vous devez activer votre webcam et votre microphone, et vous assurer de bien m'entendre. Quand vous ne parlez pas, je vous encourage à couper le son afin de réduire au minimum les bruits ambiants. N'oubliez pas de le réactiver avant de prendre la parole !

- Nous utiliserons peut-être la fonction de clavardage. [L'ANIMATEUR EXPLIQUE COMMENT ACCÉDER À LA FONCTION SUR ZOOM, SELON L'APPAREIL QU'UTILISENT LES PARTICIPANTS]. Faisons un test maintenant. Ouvrez la fenêtre de clavardage et envoyez un court message au groupe (p. ex., Bonjour tout le monde !) Si vous souhaitez répondre à une question que je ne vous ai pas adressée directement, tapez votre réponse ici. Nous lirons tous les commentaires à la fin du projet.

● Explications

- Veuillez prendre note que votre identité et vos commentaires demeureront confidentiels. Aucun nom ne sera associé à ceux-ci. Notre rapport contiendra un résumé des commentaires formulés lors des séances, mais ne mentionnera aucun nom. Évitez de fournir des renseignements qui permettraient de vous identifier.
 - Le rapport final pour cette séance et toutes les autres qui auront lieu sera disponible à la Bibliothèque du Parlement ou Bibliothèque et Archives Canada.
 - Vos réponses n'auront aucune incidence sur vos rapports avec le gouvernement du Canada.
 - La séance sera enregistrée sur support audiovisuel pour faciliter la rédaction du rapport et la révision des commentaires. Le client utilisera également de courtes portions des enregistrements pour communiquer les résultats de la recherche à ses équipes.
 - Quelques-uns de mes collègues qui participent au projet observeront la séance pour entendre vos commentaires.
- Je tiens à souligner que je ne suis pas un employé du gouvernement du Canada. Il se peut que je ne sois pas en mesure de répondre à vos questions. Dans ce cas, je ferai tout en mon pouvoir pour obtenir des réponses avant la fin de la séance.

Avez-vous des questions?

Allons-y avec les présentations. J'aimerais savoir...

- Vous avez tous un lien avec l'industrie alimentaire, d'une façon ou d'une autre. Quel type d'entreprise possédez-vous, exploitez-vous ou gérez-vous?
- Quel est votre rôle ou votre poste au sein de l'entreprise?

Attitudes générales et connaissance de la réglementation des aliments et de la conformité (10 minutes)

- Aujourd'hui, nous aborderons une variété de sujets liés à la réglementation des aliments et à la conformité au Canada. Pour lancer la discussion, dites-moi comment vous décririez l'approche du Canada en matière de réglementation des aliments.

Réglementation fondée sur les résultats

- Avez-vous déjà entendu parler de « réglementation fondée sur les résultats »?
 - En quoi cela consiste-t-il d'après vous? Pouvez-vous me décrire ce concept ou me fournir un exemple?

Essentiellement, une réglementation fondée sur les résultats en est une qui précise le résultat escompté plutôt qu'une description du processus ou des mesures à prendre pour atteindre la conformité, qu'on appelle une réglementation normative.

- Que pensez-vous de la réglementation fondée sur les résultats?
 - **SONDER** : Vos réactions sont-elles positives ou négatives?
 - **SONDER** : Êtes-vous convaincus que votre entreprise est en mesure d'intégrer ce type de réglementation à ses opérations?
- Si une entreprise peut prouver que ses aliments sont salubres, diriez-vous que cela est conforme à la réglementation?

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC) (15 minutes)

Parlons maintenant d'un règlement bien précis que l'ACIA est chargée d'appliquer, soit le Règlement sur la salubrité des aliments au Canada.

- Qui parmi vous en ont entendu parler?
 - Diriez-vous que ce règlement est une réglementation fondée sur les résultats?
 - À votre connaissance, quelles sont les principales exigences en matière de salubrité énoncées dans le RSAC?

Selon l'ACIA, les principaux éléments du RSAC incluent les dangers, les contrôles préventifs, les contrôles sanitaires, l'entretien des bâtiments, la délivrance de permis et la traçabilité.

- De façon générale, est-ce facile ou difficile pour votre entreprise de se conformer aux règlements canadiens sur les aliments?
 - Est-ce facile ou difficile de se conformer aux règlements sur les aliments lorsqu'ils s'appliquent au commerce en ligne et aux importations?
- Quels sont les défis auxquels votre entreprise doit faire face? Comment expliquez-vous ces défis?
- Comment expliquez-vous le succès de votre entreprise lorsqu'il s'agit de respecter les règlements canadiens sur les aliments?
- Y a-t-il d'autres aspects du RSAC qui ont donné du fil à retordre à votre entreprise ou qui pourraient être problématiques dans un proche avenir?

Rôle de l'ACIA en lien avec le Règlement sur la salubrité des aliments (15 minutes)

J'aimerais prendre quelques minutes pour parler de l'ACIA.

- Selon vous, quel est le rôle de l'ACIA? **L'ANIMATEUR RECUEILLE LES COMMENTAIRES DE QUELQUES PARTICIPANTS.**
- De quelle façon l'ACIA a-t-elle aidé votre entreprise à se conformer aux règlements canadiens sur les aliments?

Dates « meilleur avant » :

- Que pensez-vous des exigences relatives aux dates « meilleur avant »?
 - **SONDER** : Quels sont les avantages pour votre entreprise d'avoir des dates « meilleur avant » sur ses produits?
 - **SONDER** : Quel est le but des dates « meilleur avant » pour votre entreprise?
- Avez-vous fait le lien entre les dates « meilleur avant » et le gaspillage alimentaire?
 - **SONDER** : Quelles sont les exigences réglementaires que vous changeriez, le cas échéant, pour réduire le gaspillage alimentaire dans les entreprises comme la vôtre?
 - **SONDER** : Selon vous, quelles sont les principales causes du gaspillage alimentaire?

- Si les exigences relatives aux dates « meilleur avant » étaient abolies, quels seraient les impacts sur votre entreprise?
 - **Sonder au besoin** : Quels seraient les impacts négatifs? Quels seraient les impacts positifs?

Fraude alimentaire :

J'aimerais maintenant avoir votre point de vue sur la fraude alimentaire.

Pour vous mettre en contexte, la fraude alimentaire survient lorsque des aliments sont faussement représentés. Elle peut poser un risque pour la santé si, par exemple, des allergènes non identifiés ou des matières dangereuses sont ajoutés aux produits alimentaires. Elle peut également avoir un impact économique sur le consommateur qui achète un produit de qualité inférieure.

Il existe quatre types de fraude alimentaire :

- **La substitution**
- **L'ajout d'adultérant ou la dilution**
- **L'étiquetage trompeur**
- **Les affirmations mensongères ou trompeuses**
- Dans votre entreprise, avez-vous vécu, observé ou été touchés par la fraude alimentaire? Veuillez décrire les circonstances et nous dire si vous avez pris des mesures particulières.
- Si vous soupçonniez un membre de l'industrie de fraude alimentaire, le signaleriez-vous à l'ACIA?
 - Quels sont les principaux facteurs dont vous tiendriez compte dans votre décision de signaler ce type d'incident à l'ACIA?
- Quels sont les principaux contrôles préventifs que vous avez mis en place pour éviter la fausse représentation ou la fraude?
 - Que faites-vous pour vous assurer que la quantité nette déclarée sur vos produits est exacte?
 - Quels sont les contrôles que vous avez mis en place pour vous assurer de ne pas recevoir, acheter ou utiliser des ingrédients faussement représentés ou qui contiennent de l'adultérant?

- Avez-vous reçu des plaintes de consommateurs en lien avec la fausse représentation d'aliments ou la fraude alimentaire?
 - Que vous ayez reçu des plaintes ou non, quelles sont les procédures en place dans votre entreprise pour traiter les plaintes?

- Que pensez-vous de la possibilité que l'ACIA publie des renseignements supplémentaires sur les produits faussement représentés qu'elle a identifiés lors de ses inspections?
 - **SONDER** : Quel genre d'information serait utile pour aider l'ACIA à lutter contre la fraude alimentaire?
 - Que pensez-vous de publier les noms des marques ou des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire?

- Êtes-vous convaincus que les produits que vous vendez sont correctement étiquetés?
 - Dans le cas contraire, à quelle étape de la chaîne d'approvisionnement croyez-vous que l'étiquetage trompeur se produit le plus souvent?

- À mains levées, combien d'entre vous vendent du poisson ou des fruits de mer?
 - DANS L’AFFIRMATIVE :**
 - Diriez-vous que le poisson et les fruits de mer que vous vendez sont bien étiquetés pour indiquer le nom usuel du produit? Par exemple, si l'étiquette indique du saumon, c'est bien du saumon qui se trouve dans l'emballage.
 - Dans le cas contraire, à quelle étape de la chaîne d'approvisionnement croyez-vous que l'étiquetage trompeur se produit le plus souvent?

Outils de l'ACIA (30 minutes)

Parlons maintenant des ressources de l'ACIA.

Site Web de l'ACIA

- Avez-vous consulté le site Web de l'ACIA au cours des dernières années? **MAINS LEVÉES**

L'ANIMATEUR PARTAGE SON ÉCRAN ET PRÉSENTE LA PAGE D'ACCUEIL AUX PARTICIPANTS.

DANS L’AFFIRMATIVE :

- Que pensez-vous de ce site Web?
- Avez-vous remarqué l'assistant virtuel?
 - L'avez-vous utilisé?
 - Qu'en pensez-vous?

Mon ACIA

Il y a également un portail appelé Mon ACIA, où les entreprises peuvent gérer et suivre des demandes de services en ligne, y compris les certificats, les licences, les permis et les enregistrements.

- Avez-vous utilisé ce service?
 - **DANS L’AFFIRMATIVE:** Qu'en pensez-vous?
 - **SINON :** Connaissez-vous son existence? Qu'en pensez-vous?

Demandez à l'ACIA

- Y en a-t-il parmi vous qui ont contacté l'ACIA en passant par le site Web?
- Où êtes-vous allés?
- [\[Présenter le formulaire Contactez-nous\]](#) Cette page vous est-elle familière?
- Avez-vous déjà utilisé ce service?

DANS L’AFFIRMATIVE :

- Vous rappelez-vous pour quelle raison vous l'avez utilisé ou quelle information vous souhaitiez obtenir?
- Quelle a été votre expérience? Dans quelle mesure êtes-vous satisfaits des conseils que vous avez reçus avec ce service?

Efficacité des communications concernant le RSAC (5 minutes)

Avant de terminer, j'aimerais parler des communications de l'ACIA.

- Comment décririez-vous les communications que vous recevez de l'ACIA?
 - Plus précisément, comment décririez-vous les communications que vous recevez de l'ACIA en ce qui concerne le RSAC?
 - Qu'aimez-vous particulièrement de ces communications?

- Comment l'ACIA pourrait-elle améliorer ses communications à l'avenir?

Remerciements et conclusion (2 minutes)

[L'ANIMATEUR VÉRIFIE AUPRÈS DE L'ÉQUIPE DU CLIENT POUR SAVOIR SI ELLE A D'AUTRES QUESTIONS OU A BESOIN DE PRÉCISIONS.]

En terminant, y a-t-il des questions que vous auriez aimé que je vous pose, mais que je ne vous ai pas posées?

Merci ! L'équipe qui vous a conviés à la séance communiquera avec vous pour savoir de quelle manière vous préférez recevoir l'incitatif que nous vous avons promis. Passez une belle soirée !!

Annexe E : Questionnaire pour les sondages en ligne auprès des Canadiens

Spécifications

- Durée du sondage : 12 minutes
- Échantillon : n = 1 500
- Populations ciblées :
 - Allergies alimentaires / régimes

Introduction

Merci de prendre le temps de participer à ce sondage.

You may also respond to this survey in English. [Insérez le lien à la version anglaise]

Le groupe-conseil Quorus, une entreprise canadienne de recherche sur l'opinion publique, mène cette recherche pour le compte du gouvernement du Canada. Le sondage vous demandera de répondre à des questions sur la salubrité des aliments au Canada ainsi que sur l'étiquetage des produits alimentaires. Il vous faudra environ 10 à 12 minutes pour remplir le sondage.

Votre participation est entièrement volontaire. Vos réponses demeureront confidentielles et anonymes. Nous ne tentons pas de vous vendre quoique ce soit. Nous gèrerons les renseignements fournis conformément aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, de la *Loi sur l'accès à l'information*. Vous pourrez avoir accès au rapport final des résultats de l'étude dans les 6 mois après la conclusion de l'étude auprès de Bibliothèque et Archives Canada (BAC).

Veillez communiquer avec nous si vous avez besoin d'une autre méthode pour remplir le sondage.

Vous pouvez consulter le service de vérification des recherches sur le site Web du [CRIC](#) (Canadian Research Insights Council) pour vérifier la légitimité de la présente étude. Vous n'avez qu'à saisir le numéro d'enregistrement de l'étude : 20231010-QU547.

Voulez-vous participer à notre sondage?

Oui	1
Non [REMERCIER ET TERMINER]	2

Qualifications

Q1. Quelle est votre année de naissance? [LISTE DÉROULANTE 1900-2021]

Préfer not to say

99

[SI LE RÉPONDANT INDIQUE UNE DATE ENTRE 2003 ET 2021, REMERCIER ET TERMINER]

Q2. [SI Q1 = 99, DEMANDER] Seriez-vous disposé à indiquer dans quelle fourchette d'âge vous vous situez?

Moins de 18 ans [REMERCIER ET TERMINER]	1
De 18 à 24 ans	2
De 25 à 34 ans	3
De 35 à 44 ans	4
De 45 à 54 ans	5
De 55 à 64 ans	6
65 ans et plus	7
Je préfère ne pas répondre	9

Q3. À quel genre vous identifiez-vous? Le genre est celui auquel vous vous identifiez à l'heure actuelle. Il pourrait être différent du sexe assigné à la naissance ou de celui indiqué sur des documents juridiques.

Homme	1
Femme	2
Je préfère m'identifier en tant que : _____	77
Je préfère ne pas répondre	99

Q4. Dans quelle province ou territoire habitez-vous?

Colombie-Britannique	1
Alberta	2
Saskatchewan	3
Manitoba	4
Ontario	5
Québec	6
Nouveau-Brunswick	7
Île-du-Prince-Édouard	8
Nouvelle-Écosse	9
Terre-Neuve-et-Labrador	10
Yukon	11
Territoires du Nord-Ouest	12
Nunavut	13
Extérieur du Canada [REMERCIER ET TERMINER]	98
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre [REMERCIER ET TERMINER]	99

Q5. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre rôle et votre responsabilité en ce qui concerne l'achat de produits d'épicerie pour votre famille ou votre ménage?

- Je suis la seule personne responsable 1
- Je partage cette responsabilité 2
- Quelqu'un d'autre dans ma famille ou mon ménage est responsable 3
- du magasinage **[REMERCIER ET TERMINER]** 99
- Je préfère ne pas répondre 99

Q6. Dans quelle mesure les qualificatifs suivants vous décrivent-ils?

ALTERNER	Me décrit tout à fait 1	Me décrit assez bien 2	Ne me décrit pas du tout 3	Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre 9
a) Gourmet (foodie)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Adept(e) du camping	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Adept(e) du chalet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d) Agriculteur(trice) amateur(e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e) Adept(e) de jardinage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f) Amant(e) de la nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g) Randonneur(euse)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
h) Passionné(e) de plein air	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i) Propriétaire d'un animal de compagnie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j) Passionné(e) des animaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
k) Propriétaire d'une petite bande de volaille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
l) Propriétaire d'un porc de compagnie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
m) Passionné(e) des voyages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
n) Personne qui passe l'hiver dans le sud « voyageur(euse) hivernant(e) »	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o) Amateure(e) ou passionné(e) de biologie ou d'écologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Connaissance de l'ACIA

F1. Lorsque vous songez à des organisations canadiennes qui se consacrent à la salubrité des aliments, quelles organisations vous viennent à l'esprit? Veuillez saisir toutes les organisations qui vous viennent en tête, à raison d'une par case.

Première : [SAISIR LE NOM]	1
Deuxième : [SAISIR LE NOM]	2
Troisième : [SAISIR LE NOM]	3
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

F2. Dans quelle mesure êtes-vous familier(ère) avec les activités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)?

Pas du tout familier(ère)	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très familier(ère)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

[SI F2<3, BALISEZ LE RÉPONDANT COMME « FAIBLE DEGRÉ DE FAMILIARITÉ À L'ACIA »]

F3. Lorsque vous songez à des organisations qui se consacrent à la salubrité des aliments, lesquelles parmi les suivantes vous viennent à l'esprit? **[ALTERNER – CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)	1
Inspecteurs municipaux (par exemple, inspecteurs de la santé publique)	2
Autorités provinciales de réglementation en matière de salubrité alimentaire	3
Santé Canada	4
Agriculture et Agroalimentaire Canada	5
Agence de santé publique du Canada	6
Entreprises	7
Pêches et Océans Canada	8
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	99

F4. À partir de la liste qui suit, veuillez indiquer les situations qui concernent le mandat de l'ACIA selon vous. **[ALTERNER – CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Vérifier les produits alimentaires importés au pays	1
Un restaurant qui reçoit une plainte concernant l'insalubrité de ses installations en cuisine	2
Une personne qui souffre d'intoxication alimentaire après avoir cuisiné et mangé de la viande qui n'était pas entièrement cuite	3
Des animaux vivants exportés du Canada vers d'autres pays pour la consommation alimentaire	4
La conduite d'enquêtes sur la salubrité des aliments	5
La diffusion de rappels d'aliments	6
L'imposition de mesures d'application de la loi à l'encontre de fabricants de produits alimentaires qui ne respectent pas les lois du Canada	7
Aucune de ces réponses [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	98
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	99

F5. Veuillez choisir tous les énoncés qui s'appliquent à vous : **[CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Je suis l'ACIA sur une plateforme de médias sociaux	1
J'ai déjà consulté le site Web de l'ACIA	2
J'ai déjà contacté l'ACIA par téléphone	3
J'ai déjà contacté l'ACIA par courriel ou sur son site Web	4
J'ai lu des articles ou regardé des vidéos de l'ACIA	5
J'ai déjà rencontré un(e) représentant(e) de l'ACIA en personne	6
Un(e) ami(e) ou un membre de ma famille travaille à l'ACIA	7
Je suis inscrit(e) au Service d'avis de rappel d'aliments de l'ACIA	8
J'ai déposé une plainte concernant la salubrité ou l'étiquetage d'un aliment	9
Aucune de ces réponses [RÉPONSE UNIQUE]	99

[SAUTER À A1 SI « FAIBLE DEGRÉ DE FAMILIARITÉ À L'ACIA »]

F6. Avez-vous vu, entendu ou lu quoi que ce soit au sujet de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) récemment?

Oui	1
Non [SAUTER À A1]	2
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [SAUTER À A1]	99

F7. Où avez-vous vu, entendu ou lu des renseignements au sujet de l'ACIA? [VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES.]

Bouche-à-oreille (amis, famille, etc.)	1
Médias sociaux (à l'exception des comptes de médias sociaux de l'ACIA) [MONTRER LA LISTE SI LE RÉPONDANT CHOISIT « 2 ».]	2
Facebook	2A
Instagram	2B
X (autrefois Twitter)	2C
TikTok	2D
YouTube	2E
Reddit	2F
Assistant numérique (p. ex. Alexa, Siri, Google)	3
Médias traditionnels (journaux, télévision, radio)	4
Internet (incluant les sites d'actualités, mais pas les médias sociaux)	5
Contact direct avec l'ACIA (en incluant ses comptes de médias sociaux et son site Web)	6
Je ne sais pas / Je ne me souviens pas [RÉPONSE UNIQUE]	99

Mieux comprendre l'ACIA

[SI « FAIBLE DEGRÉ DE FAMILIARITÉ À L'ACIA » OU SI F6= « NON », SAUTER À A1]

U1. Songez maintenant à tout ce que vous avez vu, lu ou entendu au sujet de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et veuillez indiquer à quel point vous avez bien compris l'information en question.

Pas compris du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
J'ai compris parfaitement	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

U2. Voici quelques énoncés décrivant les activités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun d'entre eux?

ALTERNER

- a) Toutes les entreprises reçoivent un traitement équitable de l'ACIA
- b) À titre d'organisme de réglementation fondé sur la science, l'ACIA est crédible lorsqu'elle publie un avis
- c) Les activités d'application de la réglementation de l'ACIA sont suffisamment rigoureuses pour inciter les entreprises à respecter la réglementation

Tout à fait en désaccord	1
	2
	3
	4
	5
	6
Tout à fait d'accord	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

U3. Parmi la liste de qualificatifs suivante, veuillez choisir ceux qui, à votre avis, décrivent l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). **[ALTERNER – CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Efficace	1
Transparente	2
Innovatrice	3
Informative	4
Scientifique	5
Juste	6
Dévouée	7
Cohérente	8
Digne de confiance	9
Réactive	10
Respectueuse	11
Collaboratrice	12
Punitif	13
Bienveillante	14
Chef de file mondial	15
Axée sur le service	16
Aucune de ces réponses [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	98
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	99

Allergies et sensibilité alimentaires

A1. Est-ce que vous souffrez d'allergies ou de sensibilités alimentaires? **[VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES.]**

Oui, moi-même	1
Oui, un membre de mon ménage	2
Non [RÉPONSE UNIQUE]	3
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [RÉPONSE UNIQUE]	99

[SI A1 = 1 OU 2, DEMANDER]

A2. Veuillez sélectionner tous les aliments auxquels vous ou un membre de votre ménage êtes allergique ou sensible. **[ALTERNER – CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Lait	1
Œufs	2
Noix	3
Arachides	4
Crustacés	5
Poisson	6
Soya	7
Blé	8
Sésame	9
Caféine	10
Sulfites	11
Salicylates	12
Amines	13
Moutarde	14
Gluten	15
Autres, veuillez préciser : _____ [FIXER]	77
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [FIXER – RÉPONSE UNIQUE]	99

Le rôle de l'ACIA dans la sensibilisation à la salubrité des aliments

S1. Pour ce qui est d'assurer la salubrité des **aliments** vendus au Canada, dans quelle mesure croyez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait bien son travail?

Ne fait pas bien son travail	1
	2
	3
	4
	5
	6
Fait bien son travail	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

S2. Au cours des dernières années, avez-vous fait des recherches ou lu de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

[DEMANDER SI S2 = 1]

S3. Quelles sources avez-vous utilisées récemment pour obtenir de l'information sur la salubrité des aliments ou la fraude alimentaire? **[CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]**

Bouche-à-oreille (amis, famille, etc.)	1
Médias sociaux (à l'exception des comptes de médias sociaux de l'ACIA)	
[MONTRER LA LISTE SI LE RÉPONDANT CHOISIT « 2 ».]	2
Facebook	2A
Instagram	2B
X (autrefois Twitter)	2C
TikTok	2D
YouTube	2E
Reddit	2F
Assistant numérique (p. ex. Alexa, Siri, Google)	3
Médias traditionnels (journaux, télévision, radio)	4
Internet (incluant les sites d'actualités, mais pas les médias sociaux)	5
Contact direct avec l'ACIA (en incluant ses comptes de médias sociaux et son site Web)	6
Je ne sais pas / Je ne me souviens pas [RÉPONSE UNIQUE]	99

S4. Je pense que les rappels de produits alimentaires témoignent du bon fonctionnement du système de salubrité des aliments.

Vrai	1
Faux	2
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

S5. De manière générale, dans quelle mesure les rappels de produits alimentaires vous préoccupent-ils?

Je ne suis pas préoccupé(e) du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Je suis très préoccupé(e)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

Faire confiance aux procédures de l'ACIA relativement à la salubrité des aliments

P1. Dans quelle mesure êtes-vous convaincu(e) que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait tout ce qu'il faut pour assurer la salubrité des aliments au Canada?

Pas du tout convaincu(e)	1
	2
	3
	4
	5
	6
Tout à fait convaincu(e)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P2. Quels facteurs prenez-vous en compte pour déterminer si un aliment peut encore être consommé? [ALTERNER – CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]

La date « Meilleur avant »	1
La date de péremption (ou la date « limite d'utilisation »)	2
Depuis combien de temps vous avez le produit	3
La manière dont vous avez entreposé le produit	4
Le genre d'aliment	5
Des signes de détérioration (p. ex., des moisissures, modification de la couleur)	6
Autres, veuillez préciser : _____ [FIXER]	77
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre [FIXER ET RÉPONSE UNIQUE]	99

P3. Est-ce que les expressions « date meilleur avant » et « date limite d'utilisation » veulent dire la même chose ou sont-elles différentes selon vous?

Elles veulent dire la même chose	1
Elles représentent deux choses différentes pour moi	2
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P4. Dans quelle mesure avez-vous confiance de savoir comment utiliser les dates qui se trouvent sur une étiquette (p. ex., les dates « meilleur avant », les dates de production, les dates d'emballage, et les dates « limite d'utilisation ») lorsque vous évaluez si vous pouvez toujours consommer un aliment?

Pas du tout confiance	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très confiance	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P5. À quelle fréquence jetez-vous des aliments lorsque sa date « meilleur avant » est dépassée?

Toujours	1
Souvent	2
Parfois	3
Rarement	4
Jamais	5
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P6. À quelle fréquence achetez-vous des aliments au rabais parce que leur date « meilleur avant » approche?

Toujours	1
Souvent	2
Parfois	3
Rarement	4
Jamais	5
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P7. Dans quelle mesure êtes-vous convaincu(e) que les aliments vendus au Canada sont sécuritaires?

Pas du tout convaincu(e)	1
	2
	3
	4
	5
	6
Tout à fait convaincu(e)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P8. Pour ce qui est de vérifier la salubrité des aliments vendus au Canada, dans quelle mesure croyez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) fait bien son travail?

Ne fait pas bien son travail	1
	2
	3
	4
	5
	6
Fait bien son travail	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

[PASSER À P10 SI « FAIBLE DEGRÉ DE FAMILIARITÉ À L'ACIA »]

P9. Voici une liste d'énoncés portant sur l'ACIA. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun d'entre eux.

ALTERNER

- a) L'ACIA protège les intérêts de la population canadienne.
- b) L'ACIA est efficace dans l'application de la réglementation sur la salubrité des aliments.
- c) Il est facile d'obtenir des renseignements de l'ACIA sur la protection de la salubrité des aliments, de la santé des végétaux et de la santé animale.
- d) Les règlements de l'ACIA ne sont pas suffisamment sévères.

Complètement en désaccord	1
	2
	3
	4
	5
	6
Complètement d'accord	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

P10. L'ACIA dispose de plusieurs mesures d'application de la loi qu'elle peut utiliser lors de non-conformité aux règlements. L'une d'entre elles est la sanction administrative pécuniaire, ou SAP. L'ACIA publie une liste des SAP sur son site Web.

Dans quelle mesure appuyez-vous la publication du nom des entreprises qui ont reçu une SAP de l'ACIA?

Fortement opposé(e)	1
Plutôt opposé(e)	2
Plutôt favorable	3
Fortement favorable	4
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

Fraude alimentaire

FF1. Une fraude alimentaire peut se produire lorsqu'un aliment est faussement représenté.

Il y a quatre principaux genres de fraudes alimentaires :

- La substitution
- L'adultération ou la dilution
- L'étiquetage trompeur
- Les allégations fausses ou les énoncés trompeurs

De manière générale, dans quelle mesure la fraude alimentaire vous préoccupe-t-elle lorsque vous faites votre épicerie?

Pas préoccupé(e) du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très préoccupé(e)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF2. Dans quelle mesure appuyez-vous que l'ACIA publie les noms des entreprises trouvées coupables de fraude alimentaire?

Fortement opposé(e)	1
Plutôt opposé(e)	2
Plutôt favorable	3
Fortement favorable	4
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF3. En ce qui concerne la protection contre la vente d'aliments faussement représentés au Canada, dans quelle mesure pensez-vous que l'Agence canadienne d'inspection des aliments fait bien son travail?

Ne fait pas bien son travail	1
	2
	3
	4
	5
	6
Fait bien son travail	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF4. Dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour veiller à ce que les étiquettes des produits alimentaires signalent la présence d'ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques ou de sensibilité?

Pas du tout confiance	1
	2
	3
	4
	5
	6
Entièrement confiance	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF5. Quel est votre degré de confiance dans la capacité de l'ACIA à appliquer des mesures pour protéger les consommateurs contre la fraude alimentaire?

Pas du tout confiant(e)	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très confiant(e)	7
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF6. À votre connaissance, avez-vous été victime d'une fraude alimentaire au cours de la dernière année?

Oui	1
Non	2
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

[DEMANDER SI FF6 = 1]

FF7. Quel(s) produit(s) pensez-vous étaient faussement représentés?

Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99
---	----

FF8. Si je soupçonnais une fraude alimentaire, je le signalerais à l'ACIA.

Certainement	1
Probablement	2
Probablement pas	3
Certainement pas	4
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

[DEMANDER SI FF8 = 1 OU 2]

FF9. Je sais comment signaler une fraude.

Certainement	1
Probablement	2
Probablement pas	3
Certainement pas	4
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF10. Dans quelle mesure évalueriez-vous votre confiance dans les scénarios suivants?

ALTERNER

- a) L'étiquette du poisson que j'achète (p. ex., le saumon frais ou l'aiglefin congelé) décrit correctement le type de poisson.
- b) L'étiquette du produit à base de poisson à ingrédients multiples que j'achète (p. ex., des bâtonnets de poisson) décrit correctement le type de poisson.
- c) Le poisson que j'achète est bon à consommer.

Pas du tout confiance	1
	2
	3
	4
	5
	6
Entièrement confiance	7
Je n'achète pas et ne consomme pas de poisson	98
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF11. Dans quelle mesure faites-vous confiance aux différents genres d'établissements en ce qui concerne le poisson qu'ils vendent?

ALTERNER

- a) Épiceries
- b) Restaurants
- c) Poissonniers(ères)
- d) Marchés locaux

Pas du tout confiance	1
	2
	3
	4
	5
	6
Entièrement confiance	7
Je n'achète pas et ne consomme pas de poisson	98
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	99

FF12. Avez-vous d'autres opinions ou commentaires dont vous aimeriez nous faire part à propos de la salubrité des aliments ou de l'ACIA?

Questions Démographiques

Ces dernières questions sont strictement à des fins statistiques. Toutes vos réponses restent absolument confidentielles.

D1. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

Études secondaires non terminées	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Apprentissage enregistré ou diplôme ou certificat d'une école de métiers	3
Diplôme d'études collégiales (p. ex. cégep) ou certificat ou diplôme non universitaire	4
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	5
Baccalauréat	6
Diplôme universitaire supérieur au baccalauréat	7
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

D2. Dans quelle langue communiquez-vous le plus souvent à la maison?

Anglais	1
Français	2
Autre [VEUILLEZ PRÉCISER] _____	77
Je préfère ne pas répondre	99

D3. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage l'année dernière, c'est-à-dire la somme des revenus avant impôts de toutes les personnes qui habitent chez vous?

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 \$ et plus	7
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	99

D4. Êtes-vous issus d'une communauté autochtone? Une personne autochtone s'identifie à titre de membre d'une communauté des Premières Nations, Métis, ou Inuk (Inuit). Les Indiens inscrits ou non-inscrits font partie des Premières Nations (Indiens de l'Amérique du Nord).

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

[DEMANDER SI D4 = 1]

D5. Vous avez indiqué que vous êtes autochtone. Si vous souhaitez donner plus de précisions, veuillez indiquer à quelle communauté vous appartenez.

Premières Nations (Indiens de l'Amérique du Nord)	1
Métis	2
Inuk (Inuit)	3
Autre [VEUILLEZ PRÉCISER]	77
Je préfère ne pas répondre	99

[SAUTER SI D4 = 1]

D6. Faites-vous partie d'une minorité visible? Au Canada, on peut définir un membre d'une minorité visible comme une personne (autre qu'un Autochtone) qui n'est pas de couleur ou de race blanche, quel que soit son lieu de naissance. Cela comprend, par exemple, les personnes Noires, de Chine, des Philippines, du Japon, de la Corée, de l'Asie du Sud ou de l'Est de l'Inde, de l'Asie du Sud-Est, de l'Asie occidentale, de l'Afrique du Nord ou des pays arabes, de l'Amérique latine, et les personnes d'origine mixte (dont l'un des parents appartient à l'un des groupes de minorités visibles de cette liste), ou autre groupe de minorité visible.

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre	99

[DEMANDER SI D6 = 1]

D7. Vous avez indiqué que vous êtes membre d'une communauté de minorité visible. Si vous souhaitez donner plus de précisions, veuillez indiquer à quelle communauté vous appartenez.

[CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES]

Noire	1
Chinoise	2
Des Philippines	3
Japonaise	4
Coréenne	5
De l'Asie du Sud ou de l'Est de l'Inde (comprend les personnes de l'Inde, du Bangladesh, du Pakistan, de la Guyane, de Trinidad, de l'Afrique de l'Est, etc.)	6
De l'Asie du Sud-Est (comprend les personnes du Myanmar, du Cambodge, du Laos, de la Thaïlande, du Vietnam, etc.)	7
De l'Asie de l'Ouest, de l'Afrique du Nord ou des pays arabes (comprend les personnes d'Égypte, de la Lybie, du Liban, d'Iran, etc.)	8
De l'Amérique latine (comprend les personnes autochtones de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud, etc.)	9
Personne d'origine mixte (dont l'un des parents appartient à l'un des groupes de minorités visibles de cette liste)	10
Autre groupe de minorité visible [VEUILLEZ PRÉCISER]	77
Je préfère ne pas répondre	99

D8. Quels sont les trois premiers caractères de votre code postal? **[CODER RURAL OU URBAIN – DONNER LA POSSIBILITÉ DE SAISIR 3 CARACTÈRES]**

[VEUILLEZ INSCRIRE LES TROIS PREMIERS CARACTÈRES DE VOTRE CODE POSTAL. FORMAT A1A]

Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

Annexe F : Questionnaire pour les sondages téléphoniques auprès des représentants d'entreprises alimentaire

Gestion des quotas

- Choisir un échantillon à téléphoner au hasard, parmi les entreprises qui se trouvent sur la liste des codes SCIAN approuvés. (n=850)
- Des employés responsables de la conformité réglementaire dans les petites, moyennes et grandes entreprises du secteur alimentaire.
- Des importateurs de produits alimentaires
- Des courtiers en importations de produits alimentaires
- Des exportateurs de produits alimentaires
- Des employés responsables de la conformité réglementaire d'entreprises du secteur des produits alimentaires manufacturés.
- Une représentation de toutes les provinces et de tous les territoires du Canada. La répartition régionale des entrevues suivra la répartition naturelle des industries verticales ciblées.

Introduction

Bonjour/Hello [**HORS QUÉBEC** : Hello/Bonjour], (**PAUSE...**) Je vous appelle au nom du gouvernement du Canada en vue de réaliser un court sondage auprès d'entreprises du secteur alimentaire. Je peux vous assurer qu'il ne s'agit pas d'un appel de vente, mais plutôt d'une étude commandée par le gouvernement du Canada. La participation à notre sondage est volontaire, confidentielle et anonyme. C'est une étude importante, qui aidera le gouvernement à comprendre le point de vue de l'industrie sur les pratiques et la réglementation concernant la salubrité des aliments. Je ne vous demanderai pas votre nom, mais je vous demanderais de m'accorder 15 à 20 minutes de votre temps.

J'aimerais parler à la personne qui s'occupe de la salubrité des aliments importés, produits ou vendus par votre entreprise. Cela pourrait être le ou la propriétaire de l'entreprise, la personne responsable des ventes de produits alimentaires, de la salubrité des aliments ou encore de l'assurance de la qualité. Est-ce que je m'adresse à la bonne personne?

[**SI NON** : Pourriez-vous me diriger vers la bonne personne?] [**REPRENDRE DEPUIS LE DÉBUT SI L'APPEL EST TRANSFÉRÉ**]

[**UNE FOIS QUE LE BON INTERLOCUTEUR EST AU TÉLÉPHONE**]

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? Would you prefer that I continue in English or French?

[REMARQUE : SI LA LANGUE CHOISIE EST L'ANGLAIS, IL FAUT POURSUIVRE L'ENTREVUE EN ANGLAIS OU DIRE CE QUI SUIT : THANK YOU. SOMEONE WILL BE CALLING YOU BACK SHORTLY TO CONTINUE THE SURVEY IN ENGLISH.]

Je m'appelle _____ et je téléphone de la part de _____. Le gouvernement du Canada a engagé notre société pour effectuer le sondage.

Le sondage prend environ 15 à 20 minutes. Si vous préférez, nous pouvons vous rappeler à un autre moment [**SI OUI** : Fixer le moment du rappel]. Les renseignements que vous donnez seront traités conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et à la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*. Ces mesures visent à protéger votre vie privée.

CONVAINCRE, AU BESOIN : Ce sondage est inscrit auprès du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Si vous avez des questions à son sujet, vous pouvez communiquer avec la personne-ressource à l'ACIA : Ric Hobbs, 613-462-7022.

Questions de sélection et de classification

S1. [Consigner depuis l'échantillon – on n'a pas demandé] Province/territoire

S2. [Consigner depuis l'échantillon – on n'a pas demandé] Code complet à 8 caractères du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)

Commençons par quelques questions qui aideront à préciser la nature et la taille de votre entreprise...

S3. Combien d'employés votre entreprise compte-t-elle au Canada, y compris vous-même? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. [LIRE LA LISTE] [C'est-à-dire le total des employés, y compris les temporaires et ceux à temps partiel.]

1 – [Travailleur autonome]	1
De 2 à 4 employés	2
De 5 à 10 employés	3
De 11 à 99 employés	4
De 100 à 499 employés	5
500 employés et plus	6
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	9

S4. Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux votre entreprise? [LIRE LA LISTE – NE CHOISIR QU’UNE SEULE RÉPONSE]

Entreprise agricole	1
Transformateur ou fabricant	2
Grossiste ou distributeur	3
Détaillant	4
Autre (veuillez préciser) : _____ [NE PAS LIRE]	77

S5. Votre entreprise exerce-t-elle l’une des activités suivantes? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S’APPLIQUE]

Importation de produits alimentaires	1
Exportation de produits alimentaires	2
Expédition de produits alimentaires à une <u>autre</u> province ou un <u>autre</u> territoire [SI ON VOUS POSE LA QUESTION : par exemple, vente, vente en gros, distribution]	3
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

[SI S5 = 1, DEMANDER]

S6. Importez-vous des produits alimentaires vous-même ou par l’entremise d’un courtier? [LIRE LA LISTE]

Nous-mêmes	1
Par l’entremise d’un courtier	2
Les deux	3
Autre réponse	4
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

S7. Et votre entreprise exerce-t-elle l’une des activités suivantes? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S’APPLIQUE]

Préparation, emballage ou étiquetage d’aliments qui seront expédiés à une <u>autre</u> province, un autre territoire ou un <u>autre</u> pays	1
Préparation, emballage ou étiquetage d’aliments destinés au commerce à l’intérieur de votre province ou territoire	2
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

S8. Et votre entreprise mène-t-elle l’une des activités suivantes? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S’APPLIQUE]

Vente d’aliments directement aux consommateurs [SI ON VOUS DEMANDE : Cela signifierait que vous avez un magasin]	1
Vente de produits alimentaires en ligne	2
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

[SI S8 = 2 VENTE DE PRODUITS ALIMENTAIRES EN LIGNE, DEMANDER]

S9. Est-ce que vous...? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]

Vendez des produits alimentaires <u>en ligne</u> dans votre province ou territoire	1
Vendez des produits alimentaires <u>en ligne</u> à d'autres provinces ou d'autres pays	2
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

[CODER EN TANT QUE « DE DÉTAIL SEULEMENT » SI LE RÉPONDANT CHOISIT : S4=4 ET « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À S5 - MAXIMUM DE N = 300 POUR « DE DÉTAIL SEULEMENT »]

[SIGNALER EN TANT QU' « INTRAPROVINCIAL SEULEMENT » SI LE RÉPONDANT CHOISIT « 2 » POUR S7 ET « AUCUNE DE CES RÉPONSES » POUR S5 ET S8 – REMERCIER ET TERMINER]
[SI LE RÉPONDANT CHOISIT « AUCUNE DE CES RÉPONSES » POUR S5, S7, ET S8 – REMERCIER ET TERMINER]

S11. Dans la liste qui suit, de quels aliments votre entreprise s'occupe-t-elle? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]

RANDOMISER 1 à 9

Produits laitiers	1
Œufs et produits d'œufs transformés	2
Poissons	3
Fruits ou légumes frais	4
Miel	5
Sirop d'érable ou produits de l'érable	6
Produits de viande et animaux pour alimentation humaine	7
Produits de fruits ou de légumes transformés	8
Aliments industriels [SI ON VOUS POSE LA QUESTION : Cela comprend les confiseries, les grignotines, les boissons, les graisses et les huiles, les aliments pour bébés, les noix, les graines, les épices, les condiments, les céréales et les pâtes]	9
D'autres aliments? [VEUILLEZ PRÉCISER : RÉATTRIBUER UN CODE SI LA RÉPONSE CORRESPOND À L'UN DES CHOIX DE LA LISTE]	77

Q1AA. Lorsque vous réfléchissez aux deux dernières années, quelle priorité – élevée, moyenne ou faible – votre entreprise a-t-elle accordée aux activités suivantes?

RANDOMISER

- a. Gestion des questions réglementaires
- b. Gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise
- c. Mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes

Priorité faible	1
Priorité moyenne	2
Priorité élevée	3
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

Connaissance du Règlement sur la salubrité des aliments

Passons maintenant à la question de la réglementation en matière de salubrité des aliments, en particulier la réglementation qui relève de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, couramment appelée l'ACIA.

AA1. Dans quelle mesure diriez-vous que votre entreprise connaît les activités de l'Agence canadienne d'inspection des aliments? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 7, ou 1 signifie « Ne connaît pas du tout » et 7 signifie « Connaît très bien ». **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Ne connaît pas du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Connaît très bien	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A1. À quel point avez-vous l'impression de comprendre la réglementation en matière de salubrité alimentaire qui s'applique à votre entreprise, sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « pas très clairement » et 7, « très clairement »? **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Pas très clairement	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très clairement	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A2. Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*?

Oui	1
Non [SAUTER À A8]	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE] [SAUTER À A8]	99

[SI A2=1, DEMANDER]

A3. Où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement? **[ACCEPTER PLUSIEURS RÉPONSES – SE LIMITER À 3 SOURCES]**

Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE, SONDER AU BESOIN]	99
--	----

A4. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à votre entreprise?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A5. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à la vente de produits alimentaires en ligne?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A5A. À votre connaissance, quelles sont les principales exigences en matière de salubrité des aliments du RSAC **[ACCEPTER PLUSIEURS RÉPONSES]** **[AU BESOIN : Règlement sur la salubrité des aliments au Canada]**

[SI S5=1, DEMANDER]

A6. Saviez-vous qu'en vertu du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, vous devez avoir une licence pour importer des produits alimentaires au Canada? Diriez-vous que... **[LIRE LA LISTE]**

Vous êtes bien au courant de cette exigence	1
Vous êtes vaguement au courant	2
Vous n'êtes pas au courant de cette exigence	3
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI « DE DÉTAIL SEULEMENT », SAUTER]

A7. Laquelle des exigences suivantes du Règlement vous pose le plus de difficulté? Est-ce que c'est...? **[RÉPONSE UNIQUE]**

RANDOMISER 1 À 5

Obtenir ou conserver une licence pour la salubrité des aliments au Canada	1
Mettre en œuvre des contrôles préventifs	2
Tenir à jour un plan de contrôle préventif écrit	3
Tenir à jour les documents de traçabilité	4
Respecter les exigences d'étiquetage relatives à la traçabilité des aliments	5
Autre [VEUILLEZ PRÉCISER] [NE PAS LIRE]	77
Aucune de ces exigences ne pose problème [NE PAS LIRE]	99

A8. Utilisez-vous un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé, comme l'IMSA, une norme de l'ISO ou un PGQ? **[SI ON VOUS POSE LA QUESTION : IMSA = Initiative mondiale de salubrité des aliments; ISO = Organisation internationale de normalisation; PGQ = Programme de gestion de la qualité]**

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A9. Lesquels de ces documents votre entreprise possède-t-elle, le cas échéant? [LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S’APPLIQUE]

Une licence pour la salubrité des aliments au Canada	1
Des contrôles préventifs, mais pas de plan écrit	2
Un plan de contrôle préventif écrit	3
Des documents de traçabilité	4
Des étiquettes de traçabilité [SI ON VOUS POSE LA QUESTION : Il s’agit de renseignements figurant sur l’étiquette d’un produit qui permettent à votre entreprise et à vos clients de déterminer si un aliment donné fait l’objet d’un rappel.]	5
Aucun de ces documents [NE PAS LIRE]	98
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

Transparence

[SI AA1 < 4, SAUTER]

T1-2. Selon vous, à quel point l’ACIA fait-elle preuve de transparence dans chacune des activités suivantes? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie qu’elle ne fait preuve d’aucune transparence et 7, qu’elle fait preuve d’une très grande transparence. [RÉPÉTER L’ÉCHELLE AU BESOIN]

RANDOMISER T1-T2

- T1. Déterminer s’il y a des cas de non-conformité à la réglementation.
- T2. Déclarer les cas de non-conformité et publier de l’information à ce sujet.

Aucune transparence	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très grande transparence	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

Dates de péremption

B1. Passons maintenant aux exigences en matière de dates de péremption. Votre entreprise tire-t-elle des avantages par rapport aux exigences des dates de péremption?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

B2. Votre entreprise observe-t-elle des répercussions négatives par rapport aux exigences des dates de péremption?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

B3. Pensez-vous qu'il y a un lien entre les dates de péremption et le gaspillage alimentaire?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

B5. Si on éliminait l'exigence relative à la date de péremption, quelles seraient les répercussions sur votre entreprise? Très négatives, légèrement négatives, neutres, légèrement positives, très positives? [RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]

Très négatives	1
Légèrement négatives	2
Neutres	3
Légèrement positives	4
Très positives	5
Ne sait pas/ Ne s'applique pas [NE PAS LIRE]	99

La fraude alimentaire

FF1. Les questions qui suivent concernent la fraude alimentaire. Pour vous mettre en contexte, la fraude alimentaire se produit lorsqu'un aliment est présenté de façon trompeuse. En tant qu'entreprise du secteur de l'alimentation, dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par la fraude alimentaire? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas du tout préoccupé » et 7 signifie « Très préoccupé ». **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Pas du tout préoccupé	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très préoccupé	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF2. Est-ce que la fraude alimentaire a eu des répercussions sur votre entreprise?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF3. Si vous soupçonniez qu'un membre de votre industrie s'adonnait à la fraude alimentaire, quelle est la probabilité que vous le signaliez à l'ACIA? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Très peu probable » et 7 signifie « Très probable ». **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Très peu probable	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très probable	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF4. Savez-vous ce qu'il faut faire pour signaler un cas soupçonné de fraude alimentaire à l'ACIA?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF5. Avez-vous reçu des plaintes des consommateurs (qu'elles soient fondées ou non) en lien avec la fraude alimentaire ou des produits alimentaires faussement représentés?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas/Incertain [NE PAS LIRE]	99

[SI « DÉTAILLANT SEULEMENT » OU SI S11=3 « POISSON », DEMANDER]

FF6. Dans quelle mesure avez-vous confiance que le poisson et les fruits de mer que vous vendez sont bien étiquetés pour indiquer le nom usuel du produit? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas confiant du tout » et 7 signifie « Très confiant ».

AU BESOIN : Par exemple, si votre produit indique « Thon », il s'agit bien de thon.

[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]

Pas confiant du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très confiant	7
Je ne vends pas de poissons ou de fruits de mer [NE PAS LIRE]	98
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF8. Compte tenu de tous les produits alimentaires que vous vendez, dans quelle mesure avez-vous confiance qu'ils sont bien étiquetés? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie « Pas confiant du tout » et 7 signifie « Très confiant ». **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Pas confiant du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très confiant	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

FF9. À quelle étape de la chaîne d’approvisionnement pensez-vous que l’étiquetage erroné des produits alimentaires soit le plus susceptible de se produire? **[LIRE LA LISTE – RÉPONSE UNIQUE]**

Transformation au pays / fabrication	1
Importation	2
Étape qui précède l’importation (autre pays)	3
Lors de la vente au détail	4
Chez le grossiste	5
Au restaurant	6
Autre [VEUILLEZ PRÉCISER] [NE PAS LIRE]	77
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

Recherche d’information et compréhension

I1. À quelle fréquence recherchez-vous de l’information concernant la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments? Diriez-vous à... **[LIRE LA LISTE]**

Tous les jours	1
Toutes les semaines	2
Tous les mois	3
Tous les trimestres	4
Chaque année	5
Moins d’une fois par année	6
Jamais	98
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I2. Quelle est la source d’information que vous utilisez le plus souvent pour obtenir des renseignements sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments?
[NOTER VERBATIM – RÉPONSE UNIQUE]

I3. Quelles autres sources d'information utilisez-vous ou avez-vous utilisées dans le passé pour obtenir des renseignements sur la réglementation en matière de salubrité des aliments? **[NE PAS LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]**

[REMARQUE : SI LE RÉPONDANT CHOISIT TWITTER, INSTAGRAM, OU FACEBOOK, CRÉER UN CODE « RÉSEAUX SOCIAUX » POUR LE TABLEAU DES DONNÉES]

Internet/site Web (VEUILLEZ PRÉCISER : _____)	1
Recherche Google	2
Twitter	3
Instagram	4
Facebook	5
Médias traditionnels (télévision, journaux, magazines)	6
Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)	7
Gouvernement du Canada	8
Gouvernement provincial	9
Associations industrielles	10
Collègues/d'autres éleveurs ou transformateurs/mon réseau	11
Ou autre source? [VEUILLEZ PRÉCISER : RÉATTRIBUER UN CODE SI LA RÉPONSE CORRESPOND À L'UN DES CHOIX DE LA LISTE]	77
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE – EXCLUSIVE]	99

I4A. Avez-vous reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année?

Oui	1
Non [SAUTER À I9]	2
Ne sait pas/Incertain [NE PAS LIRE] [SAUTER À I9]	99

I4B. De quelle manière votre entreprise a-t-elle reçu de l'information de la part de l'ACIA au cours de la dernière année? **[NE PAS LIRE LA LISTE – SÉLECTIONNER TOUT CE QUI S'APPLIQUE]**

Des documents ou lettres par la poste	1
Des appels téléphoniques	2
Des avis par courriel	3
Des avis par le biais du portail Mon ACIA	4
Une interaction avec un représentant de l'ACIA	5
Le site Web de l'ACIA	6
Les réseaux sociaux de l'ACIA	7
Par le biais d'une association industrielle	8
Ou par un autre moyen? [VEUILLEZ PRÉCISER : RÉATTRIBUER UN CODE SI LA RÉPONSE CORRESPOND À L'UN DES CHOIX DE LA LISTE]	77
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I5. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des communications que vous avez reçues de l'ACIA? Veuillez répondre sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que vous n'êtes « Pas du tout satisfait » et 10 signifie que vous êtes « Très satisfait ».

Pas du tout satisfait	0
	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9
Très satisfait	10
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I6. Pourquoi donnez-vous une note de **[INSÉRER LA RÉPONSE DE I5]** sur 10 à l'ACIA pour ses communications avec votre entreprise?

17. Comment définissez-vous la fréquence à laquelle vous recevez des communications de l'ACIA...? **[LIRE LA LISTE]**

Trop souvent	1
Convenable	2
Pas assez souvent	3
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI I4A = 2 OR 99, SAUTER]

18. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés ci-dessous concernant les communications que vous recevez de l'ACIA? Êtes-vous fortement en désaccord, plutôt en désaccord, plutôt en accord, ou fortement en accord que... **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

RANDOMISER A-B

- a. les communications que l'ACIA vous fait parvenir sont claires et faciles à comprendre?
- b. les communications que l'ACIA vous fait parvenir sont utiles et vous donnent les renseignements dont vous avez besoin?

Fortement en désaccord	1
Plutôt en désaccord	2
Plutôt en accord	3
Fortement en accord	4
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[DEMANDER À TOUS]

I9. Comment préféreriez-vous que l'ACIA vous communique les informations dont vous avez besoin à l'avenir? **[NE PAS LIRE LA LISTE – RÉPONSE UNIQUE – L'OPTION PRÉFÉRÉE]**

Par la poste	1
Par téléphone	2
Par courriel	3
Des avis par le biais du portail Mon ACIA	4
Une interaction avec un représentant de l'ACIA	5
Sur le site Web de l'ACIA	6
Par les réseaux sociaux (VEUILLEZ PRÉCISER : _____)	7
Au moyen d'une infolettre	8
Par le biais d'une association industrielle	9
Ou par un autre moyen? [VEUILLEZ PRÉCISER : RÉATTRIBUER UN CODE SI LA RÉPONSE CORRESPOND À L'UN DES CHOIX DE LA LISTE]	77
Je ne veux pas recevoir de communications de l'ACIA à l'avenir [NE PAS LIRE]	98
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I12. Au cours des dernières années, avez-vous déjà eu des difficultés à obtenir de l'ACIA les informations dont vous aviez besoin?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI I12 = 1, DEMANDER]

I13. Sur quels sujets précis avez-vous eu de la difficulté à obtenir des informations?

I14. Une partie de la réglementation de l'ACIA est « axée sur les résultats ». À quel point la notion de réglementation « axée sur les résultats » est-elle claire pour vous? Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que cette notion n'est pas claire du tout et 7, qu'elle est très claire. **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Pas claire du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très claire	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I16. À votre connaissance, diriez-vous que le RSAC est un règlement axé sur les résultats? **[AU BESOIN : Règlement sur la salubrité des aliments au Canada]**

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

Demandez à l'ACIA

C4. « Demandez à l'ACIA » est un guichet unique qui permet aux acteurs de l'industrie alimentaire de poser des questions au moyen de la page « Contactez-nous » du site web de l'ACIA. Les entreprises canadiennes et les importateurs non-résidents peuvent poser des questions sur les exigences réglementaires relatives aux aliments en utilisant un formulaire en ligne et le service « Demandez à l'ACIA » répond par écrit.

Compte tenu de cette définition, avez-vous utilisé le service « Demandez à l'ACIA »?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI C4 = 2 OU 99, SAUTER AUX DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES]

C5. Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous fait appel au service « Demandez à l'ACIA »? **[SONDER POUR OBTENIR UNE ESTIMATION]**

Je n'ai pas utilisé ce service dans la dernière année	1
Je l'ai utilisé 1 fois	2
2 fois	3
3 fois	4
4 fois	5
5 fois ou plus	6
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

C7. Veuillez évaluer votre niveau de satisfaction général à l'égard du service « Demandez à l'ACIA ». Veuillez répondre sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous n'êtes « Pas du tout satisfait(e) » et 7, que vous êtes « Très satisfait(e) ». **[RÉPÉTER L'ÉCHELLE AU BESOIN]**

Pas du tout satisfait(e)	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très satisfait(e)	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI C7 = 1 À 7, DEMANDER]

C8. Pourquoi avez-vous donné la note de **[INSÉRER LA RÉPONSE DE C7]** comme niveau de satisfaction générale à l'endroit du service « Demandez à l'ACIA »?

Données démographiques/Exigences linguistiques

Merci pour vos réponses. Il nous reste quelques questions démographiques à vous poser pour nous aider à classer vos réponses.

D3. Considérez-vous que votre entreprise est détenue ou exploitée par des Autochtones?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

D4. À environ combien s'élèvent les recettes annuelles brutes provenant de vos activités canadiennes, selon les montants suivants? Si vous êtes un franchisé, tenez compte uniquement de votre établissement. **[LIRE LA LISTE]** **[EN CAS DE REFUS :** Je tiens à vous rappeler que ces renseignements serviront uniquement à des fins de classification. L'identité des entreprises interrogées ne sera ni enregistrée ni communiquée.]

30 000 \$ ou moins par année	1
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	2
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	3
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	4
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	5
5 millions \$ et plus par année	6
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	9

D5. Pouvez-vous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des femmes?

Femmes _____ % [minimum : 0, maximum : 100]
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre **[NE PAS LIRE]** 999

[EXPLIQUER SI ON VOUS POSE LA QUESTION : Le gouvernement du Canada a une politique visant à ce que tout le monde au Canada bénéficie d'un soutien égal; afin de mieux comprendre la composition de l'équipe de direction des entreprises alimentaires canadiennes, nous posons des questions sur le genre et d'autres caractéristiques démographiques des personnes qui occupent ces postes. Vous pouvez donner une estimation, ou ne pas répondre à la question si vous ne savez pas.]

D6. Pouvez-vous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des membres d'une minorité visible?

Minorité visible _____ % [minimum : 0, maximum : 100]
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre **[NE PAS LIRE]** 999

[EXPLIQUER SI ON VOUS POSE LA QUESTION : Le gouvernement du Canada a une politique visant à ce que tout le monde au Canada bénéficie d'un soutien égal; afin de mieux comprendre la composition de l'équipe de direction des entreprises alimentaires canadiennes, nous posons des questions sur la race et d'autres caractéristiques démographiques des personnes qui occupent ces postes. Vous pouvez donner une estimation, ou ne pas répondre à la question si vous ne savez pas.]

Conclusion : remercier les répondants pour leur temps et leur rappeler que leurs commentaires sont très importants pour l'ACIA.