



Canadian Food  
Inspection Agency

Agence canadienne  
d'inspection des aliments

# ***Recherche sur l'opinion publique de l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour le secteur d'activité des plantes 2023 à 2024***

## **Sommaire Préparé à l'intention de l'Agence canadienne d'inspection des aliments**

Fournisseur : Environics Research

Numéro du contrat : CW2340888

Valeur du contrat : 126 390,50 \$

Date d'attribution des services : 8 décembre 2023

Date de livraison : 28 mars 2024

Numéro d'enregistrement : 101-23

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments par courriel à l'adresse [information@inspection.gc.ca](mailto:information@inspection.gc.ca)

**This report is also available in English.**

**Canada**

## **ACIA – Recherche de 2024 sur l’opinion publique pour le secteur de la protection des végétaux – Rapport final**

Préparé à l’intention de l’Agence canadienne d’inspection des aliments par Environics Research

Fournisseur : Environics Research

Mars 2024

Ce rapport de recherche sur l’opinion publique présente les résultats d’une étude qualitative et quantitative réalisée par Environics Research pour le compte de l’Agence canadienne d’inspection des aliments. L’étude a pris la forme d’un sondage en ligne auprès de n = 1 026 personnes résidant au Canada, d’un sondage téléphonique auprès de n = 300 représentants et représentantes d’entreprises du secteur des végétaux, ainsi que d’une série de 20 entrevues en profondeur menées en ligne ou au téléphone auprès de producteurs et productrices de pommes de terre de partout au Canada, en ciblant particulièrement ceux de l’Île-du-Prince-Édouard. Le sondage téléphonique auprès de représentants d’entreprise s’est déroulé du 15 au 29 février 2024, tandis que le sondage en ligne auprès de la population générale a eu lieu du 11 au 20 mars 2024. Les entrevues en profondeur ont quant à elles été menées du 12 février au 26 mars 2024.

### **Permission de reproduire**

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l’autorisation écrite de l’Agence canadienne d’inspection des aliments. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l’ACIA par courriel à l’adresse : [information@inspection.gc.ca](mailto:information@inspection.gc.ca)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Services publics et de l’Approvisionnement du Canada, 2024

N° de catalogue : A104-631/2-2024F-PDF

ISBN 978-0-660-70121-9

This publication is also available in English under the title *CFIA Public Opinion Research for the Plant Business Line 2023 to 2024*.

PDF :

N° de catalogue : A104-631/2-2024E-PDF

ISBN 978-0-660-70120-2



## Sommaire

### A. Contexte et objectifs

En tant qu'entité fédérale responsable d'assurer la salubrité des aliments, la santé des animaux et la protection des végétaux dans l'intérêt de la santé et du bien-être des Canadiens et Canadiennes, de l'environnement et de l'économie, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) cherche à optimiser l'incidence de ses communications avec les entreprises canadiennes et la population générale en ce qui a trait aux enjeux, aux pratiques exemplaires et à la réglementation se rapportant à la protection des végétaux. Les objectifs globaux du secteur de la protection des végétaux en matière de communication sont les suivants :

1. **Sensibiliser la population** à l'importance de promouvoir la protection des végétaux.
2. **Inciter à agir** par des communications pragmatiques.
3. **Gagner et conserver la confiance du public** dans l'ACIA en mettant en évidence le rôle de celle-ci dans la protection des ressources du Canada.
4. **Collaborer avec l'industrie.**

Pour faire le suivi de ses progrès vers l'atteinte de ces objectifs, l'ACIA a retenu les services d'Environics Research afin de mener une étude auprès de la population canadienne et d'entreprises réglementées du secteur des végétaux dans le but de mieux comprendre les perceptions et la confiance à l'égard de l'ACIA, de déterminer le niveau de connaissance des consommateurs et de l'industrie au sujet de divers enjeux liés à la protection des végétaux, y compris les espèces envahissantes, et de cerner les préoccupations et les besoins en matière d'information des professionnels de l'industrie et des consommateurs en ce qui concerne la réglementation, la prestation de services et l'exploitation.

### Méthodologie

La recherche s'est déroulée en trois volets :

1. **Un sondage auprès de l'industrie.** Le sondage auprès de l'industrie, d'une durée de 10 minutes, a été mené au téléphone du 15 au 29 février 2024 auprès de 300 représentants et représentantes d'entreprises du secteur des végétaux réglementées par l'ACIA. Les entreprises concernées ont été ciblées à partir des codes du SCIAN, et l'échantillon provenait de listes d'entreprises.
2. **Une série d'entrevues individuelles qualitatives auprès de représentants et représentantes d'entreprises canadiennes de l'industrie de la pomme de terre.** Le volet qualitatif du projet de recherche consistait en N = 20 entrevues individuelles en profondeur auprès de représentants et représentantes d'entreprises de production et de transformation de pommes de terre ciblées à partir de listes accessibles au public. Les entrevues ont été menées du 12 février au 26 mars 2024.
3. **Un sondage auprès du grand public.** Un sondage en ligne auprès de la population a été mené du 11 au 20 mars 2024 à partir d'un échantillon représentatif de 1 026 Canadiens et Canadiennes adultes (de 18 ans et plus), sélectionnés à partir d'un panel en ligne. Des quotas ont été fixés en fonction de l'âge, du genre et de la région, et l'échantillon définitif a été pondéré de façon à refléter la répartition de la population canadienne.

La méthodologie utilisée pour chaque volet est décrite de façon plus détaillée aux annexes A, B et C du présent rapport.

Limites : L'étude qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait un sondage quantitatif. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

Puisque les sondages par panel en ligne ne font pas appel à des échantillons probabilistes tirés au hasard, il est impossible de calculer une estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage pour le sondage auprès de la population. De tels sondages peuvent tout de même être utilisés auprès de la population générale, pour autant qu'ils soient conçus adéquatement et qu'ils fassent appel à un panel bien géré comptant un grand nombre de personnes.

Le sondage téléphonique auprès d'entreprises a fait appel à une liste d'environ 10 000 entreprises admissibles, sélectionnées au hasard à partir d'un total d'environ 17 000 entrées disponibles. Les entreprises de la liste ont été jointes au hasard de façon à obtenir un échantillon définitif de 300 sondages remplis. La marge d'erreur pour cet échantillon est de plus ou moins 6 %, 19 fois sur 20.

## Valeur du contrat

La valeur de ce contrat s'élève à 126 390,50 \$ (TVH incluse).

## Principales constatations

### *Principales constatations – sondage auprès d'entreprises*

- **Les entreprises réglementées du secteur des végétaux sont soucieuses des enjeux liés à la protection des végétaux.** La prise en charge des risques pour la santé des végétaux constituait une priorité élevée pour une majorité (59 %). Les représentants et représentantes de ces entreprises ont dit chercher régulièrement de l'information à ce sujet (65 % le font au moins sur une base mensuelle), le plus souvent sur Internet, mais aussi auprès de conseillers de confiance au sein de leur réseau, comme des collègues, des associations de l'industrie, des agronomes, des entreprises de semences et des fournisseurs de pesticides, ce qui concorde avec les constatations tirées des entrevues qualitatives.
- **Au sein des entreprises du secteur des végétaux, six personnes sur dix trouvaient très ou plutôt claires leurs responsabilités liées à la réglementation fédérale.** Sept personnes sur dix ont dit être très ou plutôt à l'aise de gérer les responsabilités liées à la réglementation fédérale en matière de protection des végétaux qui se rapportent à leurs activités.
- **Le niveau de familiarité des entreprises du secteur des végétaux avec l'ACIA et la confiance qu'elles accordent à l'organisme sont modérées.** Une majorité a dit bien connaître les activités de l'ACIA (56 %), et les gens qui avaient au moins une connaissance minimale de l'organisme lui faisaient généralement confiance pour ce qui est de prendre les bonnes décisions (62 %).
- **Environ la moitié des représentants et représentantes d'entreprises se souvenaient d'avoir reçu de l'information de la part de l'ACIA au cours de la dernière année, le plus souvent par courriel.** Parmi eux, une majorité était satisfaite (17 %) ou neutre (36 %) à propos des communications reçues en général de l'ACIA et jugeait leur fréquence adéquate (65 %). Les membres de ce groupe trouvaient aussi en général les communications claires (77 %) et utiles (81 %), même si, dans les deux cas, peu de gens étaient entièrement satisfaits; il y a donc des progrès à faire à cet égard.

- **Le courriel était de loin le moyen préféré pour recevoir les futures communications de l'ACIA (64 %),** la poste arrivant en deuxième place (25 %). Très peu de gens souhaitaient recevoir des communications de l'ACIA sur les médias sociaux ou par l'intermédiaire du portail Mon ACIA (1 % pour chaque moyen de communication). Au moment du sondage, le portail Mon ACIA était peu connu (24 %) et utilisé (14 %). Le niveau de préparation en vue du passage de l'ACIA au numérique variait; un peu plus de quatre personnes sur dix estimaient que leur entreprise était prête à ce que l'ACIA passe à un système de rapport et d'inspection numérique ou électronique, tandis qu'une sur trois a indiqué que son entreprise était en voie de l'être.
- **En général, les entreprises de plus grande taille avaient tendance à mieux se retrouver dans le système, comparativement à celles de petite taille.** Les représentants et représentantes de grandes entreprises (comptant plus de 50 employés) comprenaient plus clairement leurs responsabilités liées à la réglementation fédérale et étaient plus à l'aise de gérer celles-ci. Ils connaissaient aussi mieux l'ACIA, se souvenaient davantage des dernières communications reçues, utilisaient plus souvent le portail Mon ACIA et étaient mieux préparés au passage au numérique.

### *Principales constatations – entrevues qualitatives auprès d'entreprises de l'industrie de la pomme de terre*

Les entrevues individuelles auprès de producteurs et productrices de pommes de terre avaient pour but d'explorer plus en profondeur les sujets abordés dans le sondage quantitatif.

- **Les résultats ont révélé des divergences d'opinions quant à la situation de la galle verruqueuse de la pomme de terre, selon la proximité et les conséquences. Les producteurs et productrices de l'Île-du-Prince-Édouard, qui ont été directement touchés par la fermeture de la frontière, se sont montrés très critiques de la décision initiale de l'ACIA concernant la galle verruqueuse** et des conséquences immédiates et de grande portée que cela a entraîné. Ils avaient ainsi totalement perdu confiance dans le processus décisionnel de l'ACIA. Ils avaient bien l'impression que l'ACIA s'était efforcée d'améliorer ses communications et ses relations avec les producteurs au cours des six mois précédents, mais ne se sont pas prononcés à savoir si de tels efforts étaient suffisants.
- **À l'extérieur de l'Île-du-Prince-Édouard (soit en Alberta, au Manitoba, en Ontario et au Québec), les producteurs et productrices n'avaient pas porté autant d'attention à la galle verruqueuse de la pomme de terre,** mais ils s'entendaient en général pour dire que l'ACIA avait bien géré la situation, puisque la maladie ne s'était pas propagée au-delà de l'Île-du-Prince-Édouard. Ils ont reconnu la difficulté de la situation pour la province, et ont parfois parlé de leur expérience du nématode à kyste de la pomme de terre ayant touché l'industrie de l'Alberta vers la fin des années 2000. Sans cette source de tensions, les producteurs et productrices de l'extérieur de l'Île-du-Prince-Édouard étaient raisonnablement satisfaits des relations actuelles avec l'ACIA. Les préoccupations étaient en général centrées sur la nécessité de réaliser des gains d'efficacité et d'accroître l'automatisation afin de réduire les formalités administratives.
- **Dans toutes les provinces, les producteurs et productrices de pommes de terre ont dit se fier à un réseau de confiance pour obtenir de l'information sur la santé des végétaux,** dont leur association provinciale ainsi que des spécialistes, comme des agronomes, des fournisseurs de semences et de pesticides et d'autres producteurs. Le site de l'ACIA ne constituait pas pour eux une référence où trouver de tels renseignements. Toutefois, dans l'ensemble des provinces, les producteurs ont dit entretenir de bonnes relations avec les inspecteurs et leur représentant local de l'ACIA, et être à l'aise de les consulter lorsqu'ils ont des questions. Ils ont tout de même relevé certaines préoccupations quant à la réduction du personnel au sein de l'ACIA.

- Dans l'ensemble, les producteurs et productrices de l'extérieur de l'Île-du-Prince-Édouard ne souhaitent pas de changement majeur dans la façon dont l'ACIA communique avec eux. À l'Île-du-Prince-Édouard, en revanche, on souhaitait que des changements soient apportés sur le plan des décisions de haut niveau, et non dans les communications courantes. Les producteurs étaient d'avis que l'ACIA pourrait favoriser le dialogue en se montrant présente, en étant authentique dans ses demandes de commentaires, en démontrant qu'elle prend en considération les rétroactions reçues et en défendant plus efficacement l'industrie canadienne auprès de ses partenaires commerciaux.

#### *Principales constatations – sondage auprès de la population canadienne*

- **Les Canadiens et Canadiennes ne s'intéressaient pas aux enjeux liés à la protection des végétaux : ils n'avaient qu'une connaissance limitée des principales espèces envahissantes et peu d'entre eux cherchaient activement de l'information sur la santé des végétaux.** Des neuf espèces envahissantes présentées, les mieux connues étaient le scarabée japonais (29 %), l'agrile du frêne (25 %) et le longicorne asiatique (21 %); 12 % des gens connaissaient la galle verruqueuse de la pomme de terre. Moins d'une personne sur dix avait entendu parler des autres espèces envahissantes, des substances perfluoroalkylées et polyfluoroalkylées (7 %) ou de l'approche « Une seule santé » (3 %). Moins de deux Canadiens et Canadiennes sur dix ont dit chercher régulièrement de l'information sur la santé des végétaux (soit plus d'une fois par année), et un sur quatre estimait bien connaître les activités qui peuvent prévenir ou causer la propagation d'espèces envahissantes.
- **L'ACIA est peu connue de la population.** Seulement 5 % des gens ont été en mesure de nommer l'ACIA comme organisme qui se consacre à la protection des végétaux, tandis que 16 % connaissaient bien les activités de l'ACIA et 15 % se souvenaient d'avoir récemment entendu parler de l'organisme.
- **La population fait confiance à l'ACIA.** Les deux tiers des Canadiens et Canadiennes qui connaissaient au moins quelque peu l'ACIA ont convenu que l'organisme diffuse des avis crédibles (65 %) et qu'il veille à l'intérêt de la population (64 %). Ceux qui connaissaient le mieux l'ACIA l'ont décrit le plus souvent comme étant « scientifique » (50 %) et « informative » (48 %), à partir d'une liste de mots fournie. Ainsi, même si les gens connaissaient peu le mandat de l'organisme, l'Agence canadienne d'inspection des aliments semblait bénéficier de la confiance globale de la population dans le gouvernement.
- **Des nombreux groupes d'intérêt de l'ACIA, les agriculteurs et les jardiniers se sont révélés les mieux informés des enjeux liés à la protection des végétaux et les plus intéressés par le sujet.** Les agriculteurs et les jardiniers<sup>1</sup> étaient parmi ceux qui connaissaient le mieux plusieurs des espèces envahissantes présentées, y compris le scarabée japonais (47 %), l'agrile du frêne (39 %) et le longicorne asiatique (33 %), et étaient plus au courant des activités pouvant prévenir ou causer leur propagation (38 %). Les adeptes de camping, de séjours en chalet, de randonnée et de plein air, de même que les passionnés et passionnées de biologie, d'écologie et de la nature se sont aussi dégagés comme ayant une relativement bonne connaissance de nombreux enjeux liés à la protection des végétaux.
- **La galle verruqueuse de la pomme de terre est une importante source de préoccupations pour l'ACIA, mais peu de gens (12 %) en avaient entendu parler, et ceux dont c'était le cas étaient rarement au courant que sa prise en charge relève du gouvernement fédéral (57 %).**
- **Pour rejoindre efficacement la population canadienne, l'ACIA devrait continuer à faire appel à une variété de médias traditionnels et en ligne.** Les Canadiens et Canadiennes qui cherchent activement de

---

<sup>1</sup> Les groupes d'intérêt particulier de l'ACIA ont été regroupés par thème à l'étape du dépouillement des données de façon à assurer un échantillon suffisant pour permettre l'analyse.

l'information sur la protection des végétaux ont dit se tourner le plus souvent vers Internet et Google; seule une personne sur trois fait appel aux médias sociaux, le plus souvent Facebook et Instagram. Cependant, ceux et celles qui avaient récemment entendu parler de l'ACIA se souvenaient le plus souvent d'avoir vu l'information dans les médias traditionnels, comme les journaux, la télévision et la radio (57 %), suivis de sites Web (33 %) et des médias sociaux (26 %), encore une fois, principalement Facebook et Instagram.

## Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieure d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Sarah Robertson  
Vice-présidente principale, Affaires générales et publiques  
Environics Research Group  
[Sarah.Roberton@environics.ca](mailto:Sarah.Roberton@environics.ca)

**Fournisseur** : Environics Research Group

Numéro de contrat de TPSGC : CW2340888

Date du contrat initial : 8 décembre 2023

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments par courriel à l'adresse : [information@inspection.gc.ca](mailto:information@inspection.gc.ca)

