



Agence canadienne
d'inspection des aliments

Canadian Food
Inspection Agency

Recherche sur l'opinion publique pour le secteur d'activité des animaux 2023-2024

Rapport de recherche

Sommaire

Préparé pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Numéro du contrat : CW2342897

Valeur du contrat : 174 717,21 dollars

Date d'attribution : le 20 décembre 2023

Date de livraison : le 23 avril 2024

Numéro d'enregistrement : ROP no 108-23

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

This report is also available in English.

Canada 

Recherche sur l'opinion publique pour le secteur d'activité des animaux 2023-2024

Préparé pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group
Avril 2024

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique et des groupes de discussion menés par le Earncliffe Strategy Group au nom de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Le sondage de données qualitatives et quantitatives a été effectué en mars 2024.

This publication is also available in English under the title: Public Opinion Research for the Animal Business Line: 2023-2024

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments à l'adresse suivante : information@inspection.gc.ca ou à l'adresse :

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

Numéro de catalogue : A104-631/3-2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-72195-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP – 108-23)

Public Opinion Research for the Animal Business Line: 2023-2024 (rapport final, anglais) ISBN 978-0-660-72194-1

Sommaire

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de soumettre le présent rapport à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, qui résume les résultats de recherches quantitatives et qualitatives menées pour comprendre la sensibilisation aux exigences réglementaires relatives à la santé des animaux et les comportements qui en découlent.

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) veille à protéger la salubrité des aliments, la santé des animaux et les végétaux, ce qui contribue à améliorer la santé et le bien-être de la population, de l'environnement et de l'économie du Canada. L'ACIA fonde ses activités sur la science, la gestion efficace des risques, l'engagement à fournir des services et à assurer l'efficacité ainsi que la collaboration avec des organismes nationaux et internationaux qui partagent ses objectifs.

À l'appui du [mandat](#) de l'ACIA consistant à atténuer les risques pour la santé animale, la salubrité des aliments et l'environnement, la Direction générale des communications et des affaires publiques (DGCAP) informe les Canadiens des programmes de santé animale, de la *Loi sur la santé des animaux* et de son *Règlement* ainsi que des exigences en matière d'importation et d'exportation des animaux et des sous-produits animaux.

La recherche sur l'opinion publique (ROP) a été nécessaire pour aider l'Agence à comprendre le niveau de sensibilisation et les attitudes des entreprises, mais aussi des consommateurs et du grand public, à l'égard des exigences réglementaires relatives à la santé des animaux (par exemple, les règlements sur l'importation d'animaux de compagnie).

La recherche servira également à mieux comprendre les petits producteurs de porc et les producteurs amateurs qui peuvent fonctionner sans tout à fait connaître l'ACIA, Agriculture et Agroalimentaire Canada ou les réseaux d'associations de l'industrie. La valeur totale du contrat du projet à plusieurs phases était de 174 717,21 dollars, TVH incluse.

L'objectif de cette recherche était de comprendre la sensibilisation aux exigences réglementaires relatives à la santé des animaux parmi les publics clés et les comportements qui en découlent. Les principaux publics de la recherche étaient les petits producteurs de porc, les entreprises de santé animale (y compris les vétérinaires) et le grand public (y compris les propriétaires d'animaux de compagnie et les voyageurs).

Pour atteindre l'objectif de recherche, Earnscliffe a mené un projet de recherche en quatre phases.

La première phase, un sondage quantitatif en ligne, a été menée auprès de 152 petits producteurs de porc. Les petits producteurs de porc ont été définis comme étant toute personne qui possède au moins un porc, soit pour consommation, soit comme animal de compagnie, et

qui n'appartient pas à une association provinciale ou nationale de producteurs de porc ou à une association de producteurs porcins ou de porc. Les sondages ont été menés en français et en anglais, entre le 1^{er} mars et le 11 mars 2024. La durée moyenne de l'entrevue était de 10 minutes. Étant donné que le sondage a été mené à l'aide d'un panel web volontaire non probabiliste, aucune estimation de l'exactitude ne peut être fournie.

La deuxième phase, durant laquelle ont été utilisées des méthodologies qualitatives, comprenait des groupes de discussion en ligne et des entrevues approfondies, menées entre le 5 et le 18 mars 2024. Notre approche précise était la suivante :

- Trois groupes de discussion avec les consommateurs canadiens et les membres du grand public (y compris les propriétaires d'animaux de compagnie et/ou les voyageurs internationaux);
- Sept groupes de discussion avec des producteurs de porc à petite échelle (qui possèdent soit un porc comme animal de compagnie, soit un porc à des fins de consommation ou d'élevage);
- Six entrevues approfondies avec des vétérinaires (y compris les vétérinaires qui se spécialisent dans les gros animaux).

Trois groupes ont été organisés en français (un parmi les consommateurs et deux parmi les producteurs de porc à petite échelle) et sept groupes en anglais. Chaque groupe a duré environ 90 minutes.

Les entrevues approfondies ont été menées par vidéoconférence (Teams) ou par téléphone, selon la préférence des personnes interrogées. Deux entrevues ont été menées en français et quatre en anglais. Les entrevues duraient environ de 30 à 40 minutes.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, stratégique et sur l'opinion publique. La recherche en groupe de discussion et d'entrevues n'est pas conçue pour aider un groupe à parvenir à un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour obtenir toute la gamme des idées, attitudes, expériences et opinions d'un échantillon de participants sur un sujet donné. En raison du petit nombre de participants, on ne peut pas s'attendre à ce que ce soit pleinement représentatif au sens statistique de l'ensemble de la population dont les participants proviennent et que les constatations ne puissent être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre. En tant que tels, les résultats ne sont que directionnels.

La troisième phase a consisté en un sondage en ligne représentatif à l'échelle nationale auprès de 1 007 adultes du Canada entre le 14 et le 18 mars 2024, en anglais et en français. Le sondage prenait en moyenne sept minutes. Étant donné qu'un échantillon tiré d'un panel web n'est pas de nature probabiliste, la marge d'erreur ne peut être calculée pour ce sondage.

La quatrième phase, un sondage en ligne, comprenait 165 entreprises de santé animale qui sont réglementées par l'ACIA. Les entreprises ont été invitées à participer à ce sondage par l'ACIA au moyen d'un courriel d'invitation et d'un lien ouvert vers le questionnaire en ligne. Le sondage a été effectué en français ou en anglais, selon la préférence des répondants, et a duré en moyenne 14 minutes. Le travail sur le terrain a été effectué du 14 au 24 mars 2024.

Principales constatations

Constatations pour les petits producteurs de porc

Propriété des porcs et profil opérationnel

- Les non-éleveurs sont beaucoup plus susceptibles que les éleveurs d'avoir cinq porcs ou moins (89 p. 100 comparativement à 61 p. 100). Un éleveur sur cinq (22 p. 100) a entre six et 10 porcs, et 17 p. 100 en ont plus de 10.
- Les deux tiers ou plus des éleveurs (66 p. 100) et des non-éleveurs (72 p. 100) ont gardé des porcs pendant les cinq dernières années ou moins. Une pluralité de non-éleveurs (45 p. 100) et une majorité d'éleveurs (59 p. 100) acquièrent de nouveaux porcs directement auprès des éleveurs de porcs.
- Plus de la moitié des éleveurs (54 p. 100) et des non-éleveurs (58 p. 100) diraient avoir des connaissances intermédiaires en matière de soins aux porcs.
- Un éleveur sur cinq (22 p. 100) capture et garde des porcs sauvages, comparativement à 9 p. 100 des non-éleveurs. La grande majorité des non-éleveurs affirment n'avoir pas remarqué de porcs sauvages (90 p. 100) ou de preuves de leur présence (88 p. 100) sur leur propriété.
- Aucun des participants au groupe de discussion ne se décrirait comme des éleveurs de porcs – y compris ceux qui gardent des animaux de compagnie dans une ferme et les ont pour la production de porc. À part les propriétaires d'animaux de compagnie, la raison d'être constante était que le fait d'être un éleveur de porcs signifiait que c'était votre profession ou une source importante de revenus ou d'exploitation.
- Pour ce qui est de l'endroit où les porcs des participants aux groupes de discussion sont gardés, il y a eu une variété d'habitudes décrites, allant de la fourniture d'un enclos à un cochon de compagnie ayant sa propre chambre dans une maison. Dans les cas où d'autres animaux sont détenus sur la même propriété, il y a toujours eu des interminables d'espèces, bien que dans le cas des moutons, la séparation ait été explicitement mentionnée.
- Parmi les participants aux groupes de discussion, il y avait aussi différentes approches de l'alimentation, certains participent à un programme de « boucle » pour obtenir gratuitement les déchets d'épicerie et possiblement compléter avec des aliments pour porcs commerciaux. Ceux qui gardent les porcs comme animaux de compagnie décrivent utiliser de l'alimentation commerciale de porc et des restes de table.
- Les participants des groupes de discussion des propriétaires de porcs se sentaient généralement suffisamment bien informés pour s'occuper de leurs quelques porcs, même s'ils reconnaissaient généralement qu'il y a toujours plus à apprendre. Par autoévaluation,

ils décrivent leurs connaissances comme allant au-delà du débutant, mais pas au-delà de l'intermédiaire.

- Les participants aux groupes de discussion n'ont pas tendance à chercher de l'information sur les soins. Beaucoup ont dit s'appuyer sur les médias sociaux pour poser des questions à d'autres propriétaires de porcs et ont tendance à trouver que cela répond à la plupart des questions ou préoccupations qu'ils ont au sujet de la santé ou des soins d'un porc.
- Les participants des groupes de discussion qui ont des porcs comme animaux de compagnie les font vacciner et voir par un vétérinaire régulièrement, mais ceux qui ont des porcs dans les fermes porcines ne contacteraient pas un vétérinaire à moins qu'il y ait un problème de santé qui semblait important.

Sensibilisation et perception des maladies du porc

- Un tiers des éleveurs (32 p. 100) et un cinquième des non-éleveurs (20 p. 100) se disent très préoccupés par le fait que leurs porcs puissent contracter un virus ou développer une maladie.
- Parmi les 76 p. 100 d'éleveurs et 53 p. 100 de non-éleveurs qui sont au moins quelque peu préoccupés par le fait que leurs porcs contractent un virus ou développent une maladie, aucune source unique d'infection ne se distingue comme plus menaçante que les autres.
- Près de la moitié (45 p. 100) des éleveurs et un cinquième (20 p. 100) des non-éleveurs affirment avoir lu, vu ou entendu quelque chose en rapport avec les maladies du porc au cours des 12 derniers mois.
- Parmi les éleveurs et les non-éleveurs qui affirment avoir été exposés à des contenus récents sur les maladies du porc, les deux tiers affirment avoir vu, lu ou entendu quelque chose sur la peste porcine africaine (PPA) lorsqu'on leur en a demandé directement (66 p. 100 et 64 p. 100, respectivement).
- Sept éleveurs sur dix (70 p. 100) et les trois quarts des non-éleveurs (75 p. 100) croient que le niveau de risque que représente la PPA pour leurs porcs est faible à modéré.
- Moins de la moitié des éleveurs et des non-éleveurs estiment qu'il est probable que la PPA sera trouvée au Canada (44 p. 100 et 31 p. 100, respectivement); cependant, une majorité d'éleveurs et de non-éleveurs ne connaissent pas toutes les pratiques pour empêcher la PPA de se propager à leurs porcs (54 p. 100 et 62 p. 100, respectivement).
- Les non-éleveurs sont plus susceptibles que les éleveurs de croire que la propagation de la PPA au Canada n'aurait qu'un impact minime ou nul sur leurs activités liées au porc (71 p. 100 par rapport à 59 p. 100); peu d'entre eux estiment que ce serait un impact négatif très important (4 p. 100 des éleveurs et 2 p. 100 des non-éleveurs).

- Les non-éleveurs sont beaucoup plus susceptibles que les éleveurs de dire qu'ils ne connaissent pas le rôle que joue l'ACIA dans la prévention de la propagation de la PPA au Canada (40 p. 100 par rapport à 19 p. 100). À l'inverse, plus d'un cinquième (22 p. 100) des éleveurs disent qu'ils connaissent très bien le rôle de l'ACIA.
- Parmi les participants aux groupes de discussion, il y a eu peu ou pas de préoccupations au sujet des maladies du porc, ni de sensibilisation à des sujets particuliers qui devraient les intéresser.
- Presque aucun des participants du groupe de discussion ne pouvait citer de maladies touchant spécifiquement les porcs. Certains des rares cas qui ont été mentionnés étaient considérés comme provenant d'épidémies inhabituelles qui se sont produites il y a longtemps (p. ex., la fièvre aphteuse). Quelques-uns ont parlé de « grippe porcine », mais le contexte suggère que c'était tel qu'il semblait – ils parlaient de grippe porcine et non de peste porcine africaine.
- Incités spécifiquement sur la PPA, les participants de quelques groupes de discussion ont indiqué avoir entendu quelque chose, mais ce n'était rien de plus qu'un vague souvenir – typiquement d'un article de presse – et il semblait y avoir une confusion avec la grippe porcine.
- Aucun des participants du groupe de discussion n'avait pris de mesures spécifiquement liées à la PPA et les préoccupations à cet égard sont très faibles, la plupart des personnes qui répondent citant le fait qu'elles vivent dans un environnement à faible risque, loin des autres porcs ou de toute source d'infection.

Mesures de biosécurité prises et obstacles à la prise de mesures

- Quatre éleveurs sur dix (40 p. 100) affirment que leurs porcs sont en contact avec les visiteurs, ou des personnes qui ont des contacts avec des porcs sur d'autres propriétés; moins d'éleveurs (20 p. 100) ont des contacts avec des porcs d'autres exploitations. Alors que moins de non-éleveurs disent que leurs porcs sont en contact avec des personnes qui ont des contacts avec d'autres porcs (16 p. 100) ou directement avec des porcs d'autres exploitations (9 p. 100), une majorité dit que leurs porcs ont des contacts avec les visiteurs (51 p. 100).
- Plus de la moitié des non-éleveurs (53 p. 100) diraient ne pas connaître les normes nationales de biosécurité comparativement au quart des éleveurs (24 p. 100). Un quart des éleveurs (26 p. 100) disent être très familiers avec ces normes, comparativement à seulement 5 p. 100 des non-éleveurs.

- En dépit d'une faible sensibilisation aux normes, une forte majorité d'éleveurs et de non-éleveurs affirment qu'ils prennent des mesures pour réduire le risque de maladie chez leurs porcs (73 p. 100 et 62 p. 100, respectivement).
- La principale source de nourriture pour les porcs chez les éleveurs et les non-éleveurs est l'alimentation des porcs – soit prémélangée par le fournisseur (45 p. 100 et 49 p. 100, respectivement), soit fabriquée sur leur ferme (33 p. 100 et 22 p. 100, respectivement).
- Alors que les non-éleveurs sont plus susceptibles que les éleveurs de nourrir leurs porcs avec des restes de table (24 p. 100 comparativement à 11 p. 100), une proportion importante des éleveurs (38 p. 100) et des non-éleveurs (49 p. 100) affirment qu'ils ne sont pas conscients du risque que présentent pour leurs porcs d'être nourris avec des restes de table qui ont déjà été en contact avec d'autres.
- Alors que certains participants des groupes de discussion prennent des mesures limitées pour prévenir la propagation de la maladie aux porcs ou entre leurs porcs, il s'agissait principalement des propriétaires d'animaux de compagnie dont les porcs seraient vaccinés annuellement et éventuellement vus par un vétérinaire régulièrement ou sur une base ponctuelle. Les personnes qui vivent dans une ferme ou dans un environnement agricole n'ont généralement pas de mesures de biosécurité, et un vétérinaire ne voit pas leur cochon régulièrement.
- Très peu de participants des groupes de discussion connaissaient les normes nationales de biosécurité, et ces quelques-uns étaient tous propriétaires des opérations plus importantes incluses dans la présente étude. On a supposé que les normes ne sont pas aussi bien adaptées à leur situation et qu'elles ne sont conçues qu'en tenant compte des grandes opérations.
- Aucun des participants du groupe de discussion n'a dit qu'il y avait une barrière qui les empêchait de prendre des mesures qu'ils prendraient autrement pour empêcher leurs porcs de contracter des maladies.

Communications et sources d'information

- Les non-éleveurs sont plus susceptibles que les éleveurs de passer 5 heures ou moins par mois à faire des recherches sur les soins aux porcs (84 p. 100 comparativement 67 p. 100), les vétérinaires étant la source d'information la plus courante pour les éleveurs (41 p. 100) et les non-éleveurs (40 p. 100).
- Plus du tiers (35 p. 100) des éleveurs et 16 p. 100 des non-éleveurs ont reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année. Parmi ceux qui en ont reçu, 43 p. 100 des éleveurs et 20 p. 100 des non-éleveurs disent qu'ils sont satisfaits.

- Bien que parfois réticents à se décrire comme cherchant régulièrement de l'information sur la façon de prendre soin des porcs, il était clair que la plupart des participants aux groupes de discussion le font d'une façon ou d'une autre. Néanmoins, le genre d'information recherchée concernait souvent la gestion des porcs et des biens, l'échange d'idées/de pratiques exemplaires et l'information sur la santé mentale ou les capacités des porcs.
- Peu de participants des groupes de discussion avaient déjà visité le site Web de l'ACIA et aucun de ceux qui avaient décrit avoir visité le site pour obtenir de l'information sur leurs activités porcines. Historiquement, l'information sur le site Web de l'ACIA était généralement jugée exacte, mais trop dense, longue et technique.
- Les sources d'information sur les porcs sur lesquels les participants des groupes de discussion se fient sont généralement considérées comme dignes de confiance, c'est pourquoi ils s'appuient sur eux, mais on a tendance à décrire la nécessité de peser ou de vérifier certaines informations qu'ils trouvent – particulièrement lorsqu'il s'agit de bouche à oreille ou de diffusions pour médias sociaux.
- À la question de savoir ce qui constitue une source officielle d'information sur comment prendre soin des porcs, la réponse la plus courante parmi les participants des groupes de discussion était un vétérinaire. Certains ont mentionné le gouvernement et un petit nombre a mentionné un organisme qui leur fournit une licence ou un numéro d'enregistrement.
- Presque aucun des participants du groupe de discussion n'a estimé qu'il y avait des exigences réglementaires qui s'y rapportent, même si certains ont admis qu'il y en a peut-être, mais ils estiment qu'elles ne sont pas réalistes. Les quelques opérations de plus grande envergure étaient, en revanche, assurément conscientes et respectueuses des règlements qui s'appliquent à leurs porcs.
- À la question de savoir comment ils préféreraient recevoir de l'information du gouvernement du Canada si le gouvernement estimait important de leur fournir de l'information, la préférence la plus courante parmi les participants aux groupes de discussion est de loin le courriel. Quelques-uns ont dit qu'ils aimeraient obtenir une copie papier de l'information reçue par la poste.
- Montrer de l'information en ligne fournie par l'ACIA sur la PPA aux participants des groupes de discussion a créé une réaction généralement positive à la page Web « Fermez votre barrière à la peste porcine africaine ». La plupart des réactions positives étaient causées par le sentiment que l'information était simple, claire et succincte, ce qui a été proposé par certains comme inhabituel pour l'information en ligne fournie par le gouvernement du Canada.
- Les réactions des participants des groupes de discussion aux vidéos sur la PPA sur le canal YouTube de l'ACIA ont été mitigées en ce sens que les gens avaient tendance à voir des

choses qu'ils appréciaient à propos de chaque vidéo, tout en voyant des choses qu'ils jugeaient problématiques ou indissociables.

Constatations pour les entreprises de santé animale

Responsabilités réglementaires

- Une forte majorité de répondants croient que les responsabilités réglementaires fédérales pour les entreprises de santé animale réglementées sont claires (60 p. 100) et qu'ils sont à l'aise avec leurs responsabilités réglementaires (71 p. 100).
- Une pluralité (42 p. 100) de répondants recherche de l'information sur les règlements de santé animale mensuellement ou trimestriellement. Les sources d'information les plus courantes utilisées par les répondants sont l'ACIA (77 p. 100), une recherche Google (59 p. 100) ou des associations industrielles (47 p. 100).

Impressions de l'ACIA

- Des proportions importantes et semblables de répondants disent qu'ils connaissent très bien les activités de l'ACIA (47 p. 100) et qu'ils font confiance à l'ACIA pour faire ce qui est juste (42 p. 100). Cela dit, 18 p. 100 ne connaissent pas bien l'ACIA et 27 p. 100 ne lui font pas confiance.

Communications de l'ACIA

- Presque tous les répondants (96 p. 100) affirment avoir communiqué avec l'ACIA en ligne au cours de la dernière année, le plus souvent par courriel (86 p. 100), sur le site Web de l'ACIA (51 p. 100) ou sur le portail Mon ACIA (50 p. 100).
- Près de la moitié (48 p. 100) des répondants sont satisfaits de l'information reçue de l'ACIA, et près des deux tiers (63 p. 100) des répondants estiment que la fréquence de l'information reçue de l'Agence est « à peu près correcte ».
- 88 p. 100 des répondants disent qu'ils préfèrent le plus recevoir des courriels de l'ACIA, tandis que 41 p. 100 préfèrent les avis dans leur portail Mon ACIA.

Résistance aux antimicrobiens parmi l'industrie du bétail et les producteurs

- Un quart (25 p. 100) des répondants disent que leur préoccupation au sujet de la RAM a une incidence sur leur désir d'administrer des antimicrobiens à leurs animaux; cependant, seulement 10 p. 100 des répondants disent qu'ils n'utilisent pas d'antimicrobiens chez leurs animaux.
- Bien que la disponibilité (29 p. 100), le coût (23 p. 100) et les considérations logistiques (19 p. 100) soient des facteurs qui influent sur la décision des répondants d'administrer les vaccins, près de la moitié (47 p. 100) des répondants affirment qu'ils utilisent les vaccins comme solution de rechange préventive aux antimicrobiens chez leurs animaux.

Réflexions qualitatives chez les vétérinaires

- Les vétérinaires étaient très sensibilisés à la résistance aux antimicrobiens.
- La majorité d'entre eux estimaient avoir une connaissance suffisante de l'utilisation des antimicrobiens et de la résistance aux antimicrobiens qu'ils avaient glanée principalement par l'éducation scolaire et continue, mais aussi du gouvernement du Canada, de l'association médicale et en conversation avec des collègues et des pairs.
- Beaucoup ont offert que l'apprentissage en ligne, les webinaires, sont des moyens efficaces de partager de l'information qui pourraient faciliter un peu la collecte de plus d'informations.
- La grande majorité des vétérinaires n'utilisent pas d'antimicrobiens pour la prévention des maladies, certains préférant la vaccination. Il y avait un sentiment que cela était inutile dans la plupart des cas et contribuait à la résistance.
- Presque tous les vétérinaires interviewés ont dû faire face à des difficultés lorsqu'ils décidaient différentes options de traitement pour leurs patients/clients. Il s'agissait notamment du coût, de la conformité, de la disponibilité des options, de la disponibilité des concentrations/dimensions des médicaments/formules.
- La résistance aux antimicrobiens joue au moins un rôle mineur dans la prestation du traitement, sinon un rôle plus considérable si les circonstances le justifient. Les choses que les vétérinaires prennent en considération avant de prescrire ne veulent pas créer de résistance dans les fermes; faire en sorte que les clients/patients terminent le cours complet du traitement (antibiotique); et, les informations disponibles si la culture est effectuée avant le traitement.
- La sensibilisation à l'application FirstLine de l'Association canadienne des médecins vétérinaires (ACMV) était très faible, un seul vétérinaire interviewé l'ayant utilisée et connaissant quelque peu l'application.

- La plupart ont eu des cas de résistance aux antimicrobiens dans leur clinique à au moins une occasion, bien que peu aient mentionné avoir de l'expérience avec des cas récents. En ce qui concerne la détection, ils ont été identifiés à l'aide de résultats de sensibilité ou d'un échec du traitement détecté.
- En ce qui concerne les besoins en information, presque tous ont convenu qu'il y avait suffisamment de matériel d'orientation sur les vaccins, mais pas spécifiquement sur les vaccins autogènes.
- Leur moyen préféré de recevoir de l'information est le courriel, les webinaires, les ateliers en personne, l'information sur le site Web (sur le site Web de l'ACIA) ou le site Web de l'association de l'industrie.
- L'idée de travailler pour l'ACIA était très attirante et, en fait, préférable au travail dans une situation qui exige des heures de travail terribles, des conditions et la menace de dommages physiques causés par les animaux en traitement.
- Beaucoup ont suggéré que l'ACIA envisage de cibler les vétérinaires en milieu de carrière à la fin de leur carrière, car ils pourraient être à la recherche d'un changement ou d'une possibilité d'heures à temps partiel.

Constatations pour le grand public;

Connaissance de l'ACIA

- La majorité des répondants (58 p. 100) disent ne pas connaître les activités de l'ACIA et seulement 9 p. 100 affirment très bien les connaître.
- Un cinquième (20 p. 100) des répondants ont récemment vu, lu ou entendu quelque chose de l'ACIA, 13 p. 100 disant avoir lu ou regardé du contenu de l'ACIA et 10 p. 100 ont visité le site Web de l'Agence.

Impression des activités et priorités de l'ACIA

- Plus de quatre répondants sur dix sont tout à fait d'accord pour dire que l'ACIA veille à l'intérêt supérieur des Canadiens (45 p. 100) ou qu'elle est crédible en tant qu'organisme de réglementation scientifique (43 p. 100).
- Le quart des répondants s'entendent entièrement sur le fait que les activités d'application de la loi de l'ACIA sont assez solides (26 p. 100) ou que l'ACIA traite les entreprises équitablement (25 p. 100). Moins nombreux sont ceux qui s'entendent pour dire qu'ils savent ce que fait l'ACIA (20 p. 100) ou qu'il est facile d'obtenir de l'information de l'ACIA (17 p. 100).

- Parmi une liste de quatre domaines prioritaires de l'ACIA, « aider à prévenir la propagation des phytoravageurs et des maladies animales au Canada » est plus souvent classé parmi les principales priorités des répondants (30 p. 100), tandis que plus de la moitié des répondants (54 p. 100) classent « aider à maintenir les marchés internationaux ouverts aux produits alimentaires, végétaux et animaux du Canada » en dernier parmi les quatre domaines prioritaires testés. En ce qui concerne le niveau de priorité perçu, il n'y a pas grand-chose qui distingue « aider à garder les maladies animales exotiques hors du Canada » et « vérifier la salubrité et la qualité des aliments pour animaux, des engrais, des produits biologiques vétérinaires et des semences au Canada » parmi les répondants.
- La sensibilisation à l'ACIA était très faible chez les participants des groupes de discussion et pratiquement aucun n'avait vu, lu ou entendu parler de l'ACIA récemment ou n'était au courant du rôle de l'ACIA dans la sécurité et la santé des animaux au Canada. La sensibilisation était essentiellement indirecte et l'ACIA était le plus souvent liée aux inspections, à l'étiquetage et à la salubrité des aliments.

Déplacements

- Peu (14 p. 100) de propriétaires de chiens et/ou de chats affirment avoir voyagé avec un animal de compagnie. Parmi ceux qui l'ont fait, la plupart (80 p. 100) l'ont fait avec un chien et un cinquième (19 p. 100) avec un chat. Bien que certains aient déménagé dans un autre pays (14 p. 100) ou au Canada (11 p. 100) avec un animal de compagnie, l'objectif le plus commun des voyages était les vacances (77 p. 100).
- Bien que la plupart des participants des groupes de discussion étaient propriétaires d'animaux domestiques, surtout de chiens et de chats, très peu avaient voyagé avec leurs animaux de compagnie à l'extérieur du Canada. Seuls quelques propriétaires de petits chiens avaient voyagé avec leurs chiens lorsqu'ils traversaient la frontière pour se rendre aux États-Unis.
- Près de la moitié (45 p. 100) des répondants diraient avoir une compréhension limitée ou inexistante des règlements et des exigences concernant l'entrée des animaux de compagnie au Canada, tandis que 11 p. 100 affirment avoir une compréhension approfondie.
- Un tiers (33 p. 100) des répondants affirment qu'ils sont au courant du site Web de l'ACIA et qu'ils y trouvent de l'information sur l'introduction d'animaux au Canada, dont 4 p. 100 affirment avoir utilisé cette information.
- Plus d'un cinquième (22 p. 100) des répondants affirment qu'ils sont très confiants dans la capacité des gouvernements à prévenir l'entrée de maladies animales graves ou infectieuses, et 46 p. 100 affirment qu'ils ont une certaine confiance.
- Une forte majorité de propriétaires de chiens et/ou de chats disent qu'ils sont conscients qu'il y a des exigences pour amener un animal dans un autre pays (73 p. 100) ou au Canada (71 p. 100), ou lorsqu'ils adoptent un animal de compagnie et le ramènent au Canada (69 p. 100).
- La grande majorité des répondants qui ont voyagé avec un animal de compagnie disent qu'ils savent que s'ils voyagent avec un animal de compagnie, ils devront satisfaire à des critères précis pour entrer dans un autre pays (89 p. 100) et retourner au Canada (90 p. 100), et s'ils prévoient acheter ou adopter un animal de compagnie à l'étranger, ils devront satisfaire à certains critères pour ramener l'animal au Canada (79 p. 100).
- Certains participants aux groupes de discussion ont indiqué qu'ils avaient ramené de la nourriture lorsqu'ils avaient voyagé à l'extérieur du Canada. Cependant, les types d'aliments qu'ils ont généralement rapportés étaient généralement des aliments emballés, comme des bonbons et des gâteries, plutôt que des fruits frais, des légumes ou des viandes qu'ils avaient compris être interdits.

- Certains participants aux groupes de discussion étaient conscients des risques potentiels associés à l'importation d'aliments d'un autre pays au Canada, bien que ceux-ci soient peu compris. Le risque le plus important était d'introduire des insectes et/ou des bactéries exotiques.
- En ce qui concerne les maladies animales, y compris celles qui existent ailleurs dans le monde, les participants aux groupes de discussion ont nommé la grippe aviaire, la vache folle, la rage et la grippe porcine.
- Très peu de participants aux groupes de discussion, s'il y en a, ont vu, lu ou entendu quelque chose au sujet de la PPA au cours de la dernière année.

Ressources et réaction au site Web/communications de l'ACIA

- Aucun participant au groupe de discussion ne pouvait se souvenir, plus précisément, d'avoir visité le site Web ou la page de l'ACIA consacrée aux voyages avec des animaux de compagnie, des aliments ou des plantes ou le Système automatisé de référence à l'importation (SARI).
- Lorsque l'on a montré aux participants des groupes de discussion la page dédiée aux voyages avec des animaux de compagnie, de la nourriture ou des plantes, la réaction générale a été généralement positive. La page a été décrite comme claire et visuellement attrayante bien qu'un peu générique. La grande majorité estimait que la page contenait le contenu attendu et semblait facile à naviguer.
- Les réactions chez les participants aux groupes de discussion lorsqu'on leur a montré le SARI ont également été généralement positives. La plupart se réjouissaient de l'existence d'un tel site. La possibilité de vérifier rapidement les exigences relatives à des produits spécifiques a été appréciée et le site semblait facile à utiliser.
- La grande majorité des participants aux groupes de discussion semblaient vraiment apprécier la campagne Paws and Plan (*Pattes et Plan*). Les participants ont remarqué et apprécié le double sens du slogan de campagne, Paws and Plan. Le chien présenté dans les publicités a été décrit comme très mignon et susceptible de capter leur attention.

Ressources et réaction au créatif sur la peste porcine africaine

- Lorsqu'on a montré la page consacrée à la protection des porcs canadiens contre la peste porcine africaine aux participants des groupes de discussion, la réaction générale a été généralement positive. La page a été décrite comme claire, visuellement attrayante avec un bon mélange d'icônes/illustrations et de texte, et très facile à naviguer.

- La réaction globale des participants aux groupes de discussion à la campagne N'apportez pas de porc dans vos bagages a varié de positive à mitigée.

Test des messages

- Dans l'ensemble, les participants aux groupes de discussion ont estimé que le langage utilisé dans les trois messages testés était clair et compris. Personne n'a jugé que le libellé ou la terminologie était déroutante ou difficile à comprendre.
- Le message « Protéger le Canada, c'est aussi votre affaire » était particulièrement éloquent et convaincant. Les participants aux groupes de discussion ont apprécié la responsabilité que le « c'est aussi votre affaire » a exprimée et l'importance de « protéger le Canada ». Ils ont également apprécié le message de déclarer « tous les aliments, plantes et produits connexes étrangers » qui était clair et large.
- Bien que la réaction au message selon lequel « certains aliments, produits végétaux et produits animaux ne sont pas autorisés au Canada » ait été généralement positive, certains ont remis en question l'ambiguïté.

Entreprise de recherche : Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)

Numéro du contrat : CW2342897

Valeur du contrat : 174 717,21 \$

Date d'attribution du contrat : 20 décembre 2023

J'atteste, par la présente, à titre de représentant de Earnscliffe Strategy Group que le produit final fourni est en tous points conforme aux exigences en matière de neutralité politique stipulées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote aux élections, sur les préférences de partis politiques, sur les positions vis-à-vis de l'électorat ou sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :

Date : 23 avril 2024



Doug Anderson
Associé principal, Earnscliffe