



Canadian Food
Inspection Agency

Agence canadienne
d'inspection des aliments

Recherche sur l'opinion publique pour le secteur alimentaire 2024 à 2025

Agence canadienne d'inspection des aliments

Rapport final

Mars 2025

Préparé pour :

Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Date d'octroi du contrat : 4 septembre 2024

Date de livraison : 18 mars 2025

Valeur du contrat (TVH incluse) : 126 115,91 \$

Numéro de contrat : CW2373051

Numéro de la recherche sur l'opinion publique : POR- 033-24

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 2024 à 2025

Rapport final

Préparé pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Mars 2025

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 entre novembre 2024 et février 2025. La recherche consistait en six groupes de discussion en ligne composés de représentants de l'industrie alimentaire et 701 sondages téléphoniques avec des responsables de la salubrité alimentaire et du contrôle de la qualité au sein de l'industrie alimentaire canadienne.

This publication is also available in English, entitled: Public Opinion Research for the Food Business Line 2024 to 2025

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 :

A104-631/1-2025F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-76494-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR- 033-24):

Numéro de catalogue : A104-631/1-2025E-PDF (rapport final en anglais)

ISBN: 978-0-660-76493-1

© Sa Majesté le roi du Chef du Canada, représenté par le Ministre de la Santé 2025



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 on a light-colored, textured background.

Le 18 mars 2025

Rick Nadeau, président

Le groupe-conseil Quorus Inc.

Table des matières

Sommaire	5
But et objectifs de la recherche	6
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants des entreprises alimentaires	7
Résultats de la recherche quantitative – Sondages téléphoniques auprès des entreprises alimentaires canadiennes	13
Résultats détaillés	18
But et objectifs de la recherche	19
Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants d’entreprises alimentaires	21
Attitudes générales et connaissance de la réglementation des aliments et de la conformité	21
<i>Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)</i>	24
Rôle de l’ACIA en lien avec le Règlement sur la salubrité des aliments	27
Efficacité des communications relatives au RSAC	28
Outils de l’ACIA	30
Test de concept.....	31
Résultats de la recherche quantitative – Sondage auprès des entreprises alimentaires	35
Priorités des entreprises alimentaires	35
Connaissance de l’ACIA.....	38
Compréhension et connaissance des règlements sur la salubrité des aliments	39
Contamination par la listériose et politiques connexes.....	53
Transparence	55
Recherche d’information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments	56
Communications de l’ACIA.....	60
Demandez à l’ACIA.....	70
Recherche qualitative	75
Recherche quantitative.....	78
Annexes	97
Annexe A : Questionnaire de recrutement.....	98
Annexe B : Guide de l’animateur	107
Annexe C : Questionnaire pour les sondages téléphoniques.....	116

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 sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC), lesquels ont introduit de nouvelles exigences pour les entreprises alimentaires le 15 janvier 2019.

Dans le cadre de son engagement à fournir de l'information en temps opportun et des lignes directrices aux entreprises réglementées, l'Agence continue de développer des outils et des services pour aider l'industrie à satisfaire les exigences en matière de salubrité des aliments.

La présente recherche avait 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 de salubrité des aliments;
- 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 et les programmes actuels, comme Mon ACIA et Demandez à l'ACIA;
- Les messages ciblés, y compris 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 en matière de communications pour les entreprises qui varient selon les caractéristiques démographiques des propriétaires ou des clients;

La recherche avait également pour but de :

- Mesurer la connaissance des communications de l'ACIA sur la salubrité des aliments et l'efficacité de ces communications;
- Mesurer la connaissance et la compréhension de la transparence dont fait preuve l'ACIA en ce qui concerne les activités d'application de la loi;

- Évaluer le niveau de confiance envers l'Agence et ses principaux éléments, comme les inspecteurs.

La recherche avait également pour but d'explorer les thèmes suivants avec les entreprises préalablement assujetties à la réglementation fédérale :

- Évaluation de l'état de préparation et la volonté d'obtenir une licence fédérale;
- Compréhension des entraves à l'obtention d'une licence fédérale;
- Impression du niveau d'effort requis pour obtenir une licence fédérale;
- Exigences particulières en matière de communication pour obtenir une licence fédérale.

Résultats de la recherche qualitative – Groupes de discussion avec les représentants des 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

La plupart des participants s'accordaient pour dire que le Canada est très rigoureux lorsqu'il s'agit de réglementer les aliments. Certains ont comparé la législation canadienne à celle d'autres pays, et avaient le sentiment que l'industrie ici au pays était plus lourdement réglementée, ce qu'ils voyaient d'un bon œil. De même, certains étaient d'avis que les autres pays tenaient en haute estime la qualité des aliments produits au Canada, ce qui est avantageux pour les exportateurs.

Plusieurs étaient toutefois d'avis que la réglementation était trop stricte. Quelques-uns ont parlé d'incohérence et avaient l'impression qu'à certains égards, elle était très stricte et à d'autres, moins spécifique. Des participants ont mentionné qu'ils avaient reçu de l'information contradictoire de la part des inspecteurs de l'ACIA.

Au début de la conversation, certaines préoccupations ont été soulevées, particulièrement parmi les petites entreprises qui croyaient que les règlements de l'ACIA favorisaient les grandes entreprises bien établies qui ont davantage de ressources humaines et financières. Certains avaient l'impression que les écarts entre les règlements provinciaux et l'obligation de conformité faisaient en sorte que les nouvelles entreprises avaient du mal à croître et à prendre de l'expansion au-delà des frontières de leur province.

Réglementation fondée sur les résultats

Peu de participants avaient entendu parler de la « réglementation fondée sur les résultats », bien que bon nombre d'entre eux aient visé juste en tentant de deviner de quoi il s'agissait.

La notion de réglementation fondée sur les résultats a plu à de nombreux participants qui s'accordaient pour dire que ce qui fonctionne pour une entreprise pouvait très bien ne pas fonctionner pour une autre, compte tenu des différents types d'industries et de la taille des entreprises.

Par ailleurs, quelques-uns s'inquiétaient du manque d'orientation, surtout les petites entreprises qui trouvaient que la réglementation était trop écrasante pour qu'ils tentent de l'interpréter.

Certains participants ignoraient si la législation actuelle était fondée ou non sur les résultats. Quelques-uns étaient d'avis que certaines parties ou certaines exigences étaient beaucoup plus prescriptives.

Questionnés à ce sujet, plusieurs s'entendaient sur l'utilité pour l'ACIA de fournir des exemples de mesures qui pourraient être mises en place pour obtenir les résultats demandés.

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)

Connaissance du RSAC

De nombreux participants avaient entendu parler du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC), mais très peu étaient au courant de ses exigences. La connaissance du RSAC était plus élevée chez les participants principalement responsables de la salubrité des aliments et du contrôle de la qualité.

Bon nombre de participants se conforment aux règlements sur la salubrité des aliments de tierces parties qui, selon eux, sont plus exigeants que le RSAC. Ils répondent du même coup aux exigences du RSAC, mais utilisent un langage quelque peu différent.

Plusieurs ont indiqué qu'ils n'avaient aucune difficulté particulière à se conformer aux exigences en matière de techniques sanitaires et de préparation des aliments. Ceux qui ont invoqué des problèmes ont mentionné ce qui suit :

- Manque d'uniformité chez le personnel/formation des employés
- Règles et règlements différents selon les secteurs de production (p. ex., de la récolte, à la moissonneuse-batteuse jusqu'au moulin)
- Les exigences liées aux produits d'hygiène qui sont parfois difficiles à obtenir en raison de pénuries, du manque de fournisseurs et des coûts.
- Gestion des dates « meilleur avant »

- Incohérences entre la réglementation écrite et ce que disent les inspecteurs
- Exigences d'étiquetage différentes pour les produits importés
- Réglementation universelle

Questionnés sur le rôle que devrait jouer l'ACIA pour résoudre ces problèmes, les participants ont suggéré d'uniformiser les règlements et leur application par les inspecteurs. Certains aimeraient également qu'on leur fournisse des exemples clairs de moyens à prendre pour respecter les règlements.

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

Lorsque nous leur avons demandé de décrire le rôle de l'ACIA, les participants s'accordaient pour dire qu'elle veillait à maintenir un certain niveau de sécurité et de salubrité des aliments au Canada, à faire respecter des règlements et à s'assurer que les aliments répondaient à des normes bien précises, en plus d'atténuer les risques.

Questionnés à savoir si l'ACIA avait aidé leurs entreprises à se conformer aux règlements en matière d'aliments, les participants ont eu des réactions mitigées. Ceux qui avaient eu des réactions positives ont mentionné ceci :

- Certains avaient vécu une expérience utile en contactant les bureaux locaux pour obtenir des renseignements précis.
- Quelques-uns ont salué l'efficacité et la rapidité de l'ACIA à réagir et à résoudre les problèmes, par exemple lorsqu'il y a un rappel d'aliment.

Pour expliquer les difficultés causées par la réglementation de l'ACIA, les participants ont invoqué ce qui suit :

- Les incohérences et le manque de clarté des réponses à leurs questions concernant certains règlements
- Les entreprises assujetties à la réglementation provinciale trouvaient difficile de développer leurs activités au pays, en raison du processus qu'ils jugeaient compliqué et coûteux.
- Les petites entreprises avaient aussi l'impression que la réglementation favorisait les grandes sociétés et faisait en sorte que les petites entreprises avaient plus de difficulté à prendre de l'expansion.
- Certains participants croyaient également que les aliments importés au Canada étaient soumis à des normes inférieures à celles des aliments produits au Canada.

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.

Plusieurs participants ont parlé des interactions négatives avec les inspecteurs de l'ACIA, et ont invoqué l'incohérence des informations ou des directives reçues. Par ailleurs, les réactions aux communications avec les autres employés de l'ACIA étaient généralement positives.

Questionnés sur la façon dont l'ACIA pourrait améliorer ses communications, les participants étaient généralement d'avis que l'Agence devrait s'efforcer de travailler avec les entreprises pour former un partenariat, plutôt que d'entretenir une relation à sens unique. Certains aimeraient qu'on utilise parfois une approche plus directe ou un peu plus normative.

Outils de l'ACIA

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

Site Web de l'ACIA

Plusieurs participants avaient consulté le site Web dans les deux dernières années.

Les réactions étaient mitigées et certains ont décrit le site comme étant bien organisé et convivial. Quelques participants avaient utilisé l'option de clavardage, qu'ils trouvaient beaucoup plus rapide que le téléphone pour contacter l'ACIA.

D'autres trouvaient difficile de naviguer sur le site pour trouver de l'information, à moins de savoir exactement ce qu'ils cherchaient. C'était notamment le cas pour les petites entreprises nouvellement assujetties à la réglementation de l'ACIA.

Ceci dit, plusieurs s'accordaient pour dire que le site Web s'était amélioré dans les dernières années, et trouvaient que la page d'accueil était mieux organisée, ce qui facilitait les recherches.

Mon ACIA

Les participants étaient moins familiarisés avec Mon ACIA.

Parmi ceux qui connaissaient le portail, certains le trouvaient explicite et convivial, en plus d'être rapide à utiliser (comparativement aux contacts téléphoniques) et généralement très utile. Les participants qui avaient eu des problèmes avec l'ACIA estimaient que leur personne-ressource à l'Agence leur était d'une aide précieuse.

D'autres (dont un participant qui avait eu de la difficulté à s'enregistrer pour accéder au compte) étaient d'avis que le portail portait à confusion. Quelques-uns d'entre eux aimeraient obtenir d'autres renseignements de la part de l'ACIA sur la raison d'être du portail et la façon de naviguer sur celui-ci.

Test de concept

Les participants ont eu l'occasion d'examiner plusieurs messages et concepts visuels que l'ACIA songe à utiliser pour des publicités sur la conformité qui seraient diffusées en ligne sur les sites Web qu'ils consultent ou dans les médias sociaux.

Slogans

Nous avons testé quatre slogans sans élément visuel :

- A. Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- B. Entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- C. Vous possédez une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- D. Connaissez les règles qui s'appliquent aux entreprises alimentaires.

Les réactions initiales étaient généralement négatives, la plupart des participants étant d'avis que les messages avaient un ton « autoritaire » qui ne les inciterait pas à cliquer sur la publicité pour en apprendre davantage.

Les participants ont fait plusieurs suggestions afin d'adoucir le ton et rendre les messages plus invitants. Ainsi, plusieurs ont proposé de remplacer « connaissez les règles » par « apprenez-en davantage sur les règles » ou « cliquez ici pour en apprendre davantage sur les règles ». Le mot « aide » était considéré comme étant plus attrayant.

Des quatre messages présentés, l'option A s'est avérée la plus populaire, surtout parmi les jeunes et petites entreprises, ainsi que les entrepreneurs. Les participants qui travaillaient dans une entreprise bien établie dont ils n'étaient pas propriétaires ont préféré l'option D.

Slogans avec élément visuel

Nous avons ensuite présenté aux participants les slogans, accompagnés de trois éléments visuels qui pourraient être utilisés en combinaison avec ceux-ci¹. Nous leur avons d'abord fourni des exemples de combinaisons d'images et de slogans qui pourraient être utilisés dans des publicités.

¹ Les images utilisées pour le test de concept sont présentées dans la section Résultats détaillées du présent rapport.

La plupart des participants ont préféré l'image 2 (pâtes sèches). La combinaison 2A a été la plus prisée, suivie des combinaisons 1A et 2D.

Les participants avaient tendance à graviter autour du concept visuel qui représentait le mieux le type d'entreprise alimentaire pour laquelle ils travaillent. En général, l'image 2 a été applaudie pour sa simplicité et sa neutralité. Plusieurs croyaient que son approche générale convenait à différents types d'aliments. Même si leur entreprise ne faisait ni l'emballage ni la vente de pâtes alimentaires, les participants avaient l'impression que l'image pouvait s'appliquer à celle-ci.

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 – Sondages téléphoniques auprès des entreprises alimentaires canadiennes

Connaissance des règlements sur la salubrité des aliments

Au chapitre des priorités, 62 % des entreprises assujetties à la réglementation fédérale ont affirmé que la gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise était une priorité élevée (61 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial²). Une proportion similaire d'entreprises assujetties à la réglementation fédérale (60 %) était d'avis que la gestion des questions réglementaires représentait une priorité élevée, comparativement à 51 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial.

Très peu d'entreprises considéraient la mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes comme étant une priorité élevée (31 % des entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 24 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Accroître les ventes au-delà des frontières provinciales était à tout le moins une priorité moyenne pour 12 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial.

Près des deux tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (64 %) connaissaient très bien (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) avec les activités de l'ACIA, tandis que 26 % les connaissaient plutôt bien (notes de 4 ou 5). Le degré de connaissance était plus faible parmi les entreprises qui font du commerce intraprovincial (45 % les connaissaient très bien, 32 % les connaissaient plutôt bien).

Environ quatre entreprises sur cinq assujetties à la réglementation fédérale (79 %) croyaient bien comprendre les règlements sur la salubrité des aliments qui s'appliquent à leur entreprise (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points). Ces résultats sont similaires à ceux des entreprises qui font du commerce intraprovincial (74 %).

Près des deux tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (65 %) connaissaient très bien (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) avec le RSAC, tandis que 22 % le connaissaient plutôt bien (notes de 4 ou 5). Le degré de connaissance était plus faible parmi les entreprises qui font du commerce intraprovincial. Parmi ceux qui le connaissaient, 51 % le connaissaient très bien et 32 % le connaissaient plutôt bien.

² Pour les fins de cette étude, une entreprise qui fait du commerce intraprovincial vend exclusivement ses produits à l'intérieur de sa province ou de son territoire, que ce soit en ligne ou directement aux consommateurs. Elle ne vend pas dans les autres provinces, non plus qu'elle n'importe ou n'exporte à l'extérieur du Canada.

Plus des trois quarts des entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui connaissaient le RSAC (77 %) avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet de ce règlement (67 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial).

Les principales constatations pour les entreprises qui connaissaient le RSAC étaient les suivantes :

- La plupart des représentants d'entreprise croyaient que le règlement s'appliquait à eux (91 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 83 % des entreprises faisant du commerce intraprovincial seulement).
- Une proportion un peu moins élevée croyait que le règlement s'appliquait aux ventes de produits alimentaires en ligne (83 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 73 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).
- La majorité des entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui importent (62 %) étaient bien au courant qu'une licence était requise pour importer des produits alimentaires au Canada, tandis que 25 % étaient vaguement au courant.
- Une proportion identique d'entreprises assujetties à la réglementation fédérale (62 %) étaient bien au courant qu'il fallait mettre à jour les renseignements relatifs à la licence de l'ACIA quand des produits alimentaires ou de nouveaux procédés sont ajoutés (25 % étaient vaguement au courant).
- Les défis les plus souvent invoqués en matière de conformité étaient tenir à jour un plan de contrôle préventif écrit (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 14 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), tenir à jour les documents de traçabilité (14 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), et respecter les exigences d'étiquetage relatives à la traçabilité des documents (15 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Environ le tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (34 %) et 11 % des entreprises faisant du commerce intraprovincial ont indiqué qu'elles utilisaient un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé.

Les mesures préventives les plus souvent utilisées étaient les documents de traçabilité (71 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 61 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), les étiquettes de traçabilité (66 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 54 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), et le plan de contrôle préventif écrit (64 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 41 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient deux fois plus susceptibles de posséder une licence pour la salubrité des aliments au Canada (63 % comparativement à 28 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Environ la moitié des entreprises faisant du commerce intraprovincial seulement (49 %) ont mentionné avoir un plan de contrôle préventif en place, mais non écrit (comparativement à 41 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Transparence

Plus de la moitié (53 %) des entreprises assujetties à la réglementation fédérale croyaient que l'ACIA faisait preuve d'une grande transparence (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité (42 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Le quart des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (25 %) étaient d'avis que l'ACIA faisait preuve d'une certaine transparence (notes de 4 ou 5), comparativement à 32 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial.

Recherche d'information et compréhension

En ce qui concerne les sources d'information sur la réglementation ou les exigences en matière de salubrité des aliments, l'ACIA a été le plus souvent citée par les entreprises assujetties à la réglementation fédérale (37 % comparativement à 25 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial), tandis que l'Internet était généralement la principale source d'information pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial (31 % comparativement à 27 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Le gouvernement du Canada a également été mentionné parmi les sources d'information dans les deux groupes (15 % de part et d'autre), tandis que les entreprises qui font du commerce intraprovincial étaient deux fois plus nombreuses à mentionner le gouvernement provincial (19 % comparativement à 9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Près de la moitié des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (47 %) se rappelaient d'avoir reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année, soit plus du double des entreprises faisant du commerce intraprovincial (21 %). Ceux qui avaient reçu de l'information de l'ACIA avaient surtout reçu des avis par courriel de la part de l'Agence (81 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale et 84 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Près de la moitié de ceux qui avaient reçu des communications de l'ACIA étaient très satisfaits (notes de 9 ou 10 sur une échelle de 11 points, 47 % pour les deux groupes). Une proportion un peu plus faible était moyennement satisfaite (notes de 7 ou 8 : 39 % pour les entreprises

assujetties à la réglementation fédérale, 42 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Parmi les autres constatations concernant les communications de l'ACIA, il convient de noter ce qui suit :

- La plupart des représentants d'entreprise qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année s'entendaient pour dire que les communications étaient claires et simples à comprendre (87 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale et les entreprises qui font du commerce intraprovincial).
- Les types de produits d'information que les participants préféraient recevoir, sans égard au segment d'entreprises, étaient les listes de vérification (23 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 19 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le contenu Web en général (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 15 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et les vidéos (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 15 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).
- Le courriel était de loin le moyen le plus prisé pour recevoir ces produits de communication de l'ACIA (86 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 75 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Quelques entreprises avaient eu de la difficulté à obtenir l'information dont elles avaient besoin de l'ACIA au cours des dernières années (16 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 10 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient plus susceptibles d'avoir eu de la difficulté à obtenir de l'information sur l'industrie et les produits (25 % comparativement à 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial). Les représentants d'entreprises faisant du commerce intraprovincial étaient plus enclins à parler des changements réglementaires (28 % comparativement à 10 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Demandez à l'ACIA

Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient presque trois fois plus nombreuses que les entreprises qui font du commerce intraprovincial à avoir utilisé le service Demandez à l'ACIA (15 % par rapport à 6 %).

Près des deux tiers de ces entreprises (65 % assujetties à la réglementation fédérale, 64 % faisant du commerce intraprovincial seulement) étaient très satisfaites (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points), et environ le cinquième (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation

fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) étaient moyennement satisfaites (notes de 4 ou 5).

Environ une entreprise sur cinq assujetties à la réglementation fédérale (39 %) étaient très satisfaites des améliorations apportées par l'ACIA à ses services numériques depuis le début de la pandémie de COVID-19 (notes de 6 ou 7 sur une échelle de 7 points) comparativement à 22 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial. Près du tiers des entreprises (35 % assujetties à la réglementation fédérale, 30 % faisant du commerce intraprovincial seulement) étaient moyennement satisfaites (notes de 4 ou 5).

Fournisseur : Le groupe-conseil Quorus Inc.

Numéro de contrat : CW2373051

Date d'octroi du contrat : 4 septembre 2024

Valeur du contrat (TVH incluse) : 126 115,91 \$

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

Ces résultats font l'objet d'un examen approfondi 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 (*Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* ou RSAC), lesquels ont introduit de nouvelles exigences pour les entreprises alimentaires le 15 janvier 2019.

Le RSAC s'applique généralement aux aliments (y compris les ingrédients) destinés à l'alimentation humaine qui sont importés, exportés ou vendus sur le marché interprovincial. Il vise aussi l'abattage des animaux pour alimentation humaine desquels des produits de viande destinés à l'exportation ou au commerce interprovincial peuvent découler. Le Règlement est entré en vigueur en janvier 2019, mais certaines exigences ont été introduites graduellement, en commençant par les entreprises qui étaient déjà agréées en vertu des règlements spécifiques aux produits (p. ex., viandes, œufs, poissons et fruits de mer, produits laitiers), pour se terminer en juillet 2020 avec les entreprises du secteur des aliments industriels. Certaines exigences sont introduites graduellement selon le produit alimentaire, le type d'activité et la taille de l'entreprise. Depuis le 1^{er} novembre 2022, l'ACIA mène des activités de conformité aux exigences du RSAC pour tous les secteurs alimentaires, y compris le dernier à être intégré, soit le secteur des aliments industriels. Le RSAC a introduit trois exigences fondamentales qui s'appliquent à la majorité des entreprises alimentaires : les licences, les contrôles préventifs et la traçabilité.

Un examen des dispositions de la LSAC et des conséquences de son application, y compris une évaluation des ressources affectées à son administration et sa mise en application, doit être effectué tous les cinq ans. Le premier examen a eu lieu au début de l'exercice 2024-2025.

Dans le cadre de son engagement à diffuser en temps opportun de l'information et des directives aux parties assujetties à la réglementation, l'ACIA continue de développer des outils et des services pour aider l'industrie à satisfaire aux exigences en matière de salubrité des aliments.

La salubrité alimentaire est une priorité absolue pour l'ACIA. L'ACIA s'efforce continuellement d'améliorer la santé globale de la population canadienne. Elle s'assure notamment que les aliments sont produits de manière sûre, fidèlement représentés aux Canadiens et correctement étiquetés.

L'ACIA conçoit et exécute des programmes et des services pour protéger les Canadiens contre les risques évitables pour la santé liés à la salubrité des aliments. Elle s'assure également que les urgences en matière de salubrité des aliments sont bien gérées et les aliments, fidèlement représentés, et veille à ce que le public soit informé au sujet de la salubrité alimentaire – et qu'il y contribue. Le Canada possède un système de salubrité alimentaire et un processus de rappel

des aliments sécuritaires et respectés à l'échelle internationale. Le RSAC prévoit des règles claires et cohérentes pour les denrées alimentaires, de manière à ce que les consommateurs puissent avoir l'assurance que les aliments vendus en épicerie sont propres à la consommation, qu'ils proviennent du Canada ou de l'étranger. Le Règlement permet de retirer rapidement les aliments insalubres des tablettes, 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 consommateurs.

La recherche avait comme principal objectif de recueillir les réactions des entreprises alimentaires canadiennes à l'égard de la salubrité des aliments et des règlements qui s'y rapportent.

La recherche visait les petites entreprises alimentaires, les importateurs et les exportateurs de produits alimentaires, et l'industrie des aliments industriels. Un des thèmes abordés concernait le niveau de connaissance et la satisfaction à l'égard du service de l'ACIA, et les conseils offerts à l'industrie en ce qui concerne les exigences réglementaires pour les produits alimentaires. La recherche permettra d'orienter la mise en œuvre, les communications et la conformité au RSAC.

Plus précisément, cette recherche sur l'opinion publique visait à mieux comprendre les entreprises assujetties à la réglementation et leur compréhension, leur connaissance, leurs motivations, leurs perceptions et leurs attitudes vis-à-vis :

- Les divers rôles et responsabilités à l'intérieur du système de salubrité des aliments, notamment pour évaluer la sensibilisation à leurs propres responsabilités;
- La réglementation fédérale sur la salubrité des aliments;
- Les ressources nécessaires et les obstacles qui empêchent les entreprises de se conformer aux exigences réglementaires, pour déterminer les causes fondamentales de la non-conformité et soutenir le développement et la mise en œuvre des activités de promotion de la conformité, les communications et les services de soutien;
- Les services et les programmes actuellement offerts, comme Mon ACIA et Demandez à l'ACIA;
- Les messages ciblés, y compris les outils de promotion de la conformité et les produits de communication;
- L'efficacité des communications sur le RSAC et les communications connexes provenant de divers services, comme Mon ACIA et Demandez à l'ACIA, et la satisfaction envers ces communications;
- Les exigences à l'égard des entreprises qui varient selon les caractéristiques démographiques de l'entreprise ou de la clientèle;

- L'évaluation de la connaissance des communications de l'ACIA en matière de salubrité des aliments et de l'efficacité de celles-ci;
- L'évaluation de la connaissance et de la compréhension de la transparence démontrée par l'ACIA dans ses activités de mise en application;
- Le niveau de confiance envers l'Agence et ses principaux éléments, dont les inspecteurs.

La recherche avait également pour but d'explorer les thèmes suivants avec les entreprises assujetties à la réglementation fédérale :

- L'évaluation de l'état de préparation et de la volonté des entreprises à obtenir une licence fédérale;
- La compréhension des obstacles qui empêchent les entreprises à obtenir une licence fédérale;
- L'impression du niveau d'effort requis pour obtenir une licence fédérale;
- Les besoins en communication pour obtenir une licence fédérale.

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

Au début de chaque séance, les participants étaient invités à décrire l'approche du Canada en matière de réglementation des aliments, de façon générale et non seulement du point de vue de l'ACIA.

Dans l'ensemble, la plupart des participants s'accordaient pour dire que le Canada est très rigoureux lorsqu'il s'agit de réglementer les aliments. Certains ont comparé la législation canadienne à celle d'autres pays, et avaient le sentiment que l'industrie ici au pays était plus lourdement réglementée, ce qu'ils voyaient d'un bon œil. De même, certains étaient d'avis que les autres pays tenaient en haute estime la qualité des aliments produits au Canada, ce qui est avantageux pour les exportateurs.

Plusieurs étaient toutefois d'avis que la réglementation était trop stricte et souvent incohérente. À titre d'exemple, quelques-uns étaient d'avis qu'à certains égards, la réglementation était très stricte et à d'autres, moins spécifique. Certains y voyaient deux poids deux mesures, les produits importés au Canada n'étant pas toujours soumis aux mêmes normes que ceux fabriqués et

vendus au pays, que ce soit pour l'étiquetage, la régulation de la température, les méthodes de culture des aliments ou d'élevage des animaux.

D'autres participants ont parlé des incohérences dans l'information qu'ils reçoivent des inspecteurs de l'ACIA. Ils avaient l'impression que certains inspecteurs étaient plus pointilleux que d'autres concernant les règles, ce qui leur compliquait parfois la tâche lorsqu'il s'agit d'interpréter ou de respecter les règlements. Ceci étant dit, quelques-uns ont mentionné le virage vers une approche fondée sur les résultats, qu'ils considèrent comme une amélioration.

Plusieurs participants, en particulier parmi les petites entreprises, avaient le sentiment que la réglementation de l'ACIAC favorisait les grandes entreprises bien établies (disposant de plus grandes ressources financières et humaines), faisant en sorte que les nouvelles entreprises avaient du mal à croître et à prendre de l'expansion. De plus, les petites entreprises, notamment celles des Prairies et de l'Ouest canadien, ont mentionné d'autres enjeux qui nuisent à leurs efforts pour être assujetties à la réglementation fédérale et qui sont principalement dus aux divergences des règlements d'une province à l'autre et des coûts élevés qui y sont associés.

Réglementation fondée sur les résultats

Peu de participants avaient entendu parler de la « réglementation fondée sur les résultats ».

Quelques-uns avaient déjà entendu cette expression dans les communications avec l'ACIA, entre autres par le biais de leur inspecteur. Parmi ceux qui connaissaient moins bien ce concept, plusieurs ont été en mesure d'en deviner la signification.

« It would be that you expect a certain quality with some measurable standard at the end, but you don't dictate how a business would achieve that standard. » – Transformateur de produits alimentaires et détaillant, Ontario [« C'est comme si on s'attendait à un certain niveau de qualité avec des normes mesurables, mais qu'on ne dictait pas la façon pour une entreprise d'atteindre cette norme. »]

Après que les participants aient partagé leurs commentaires sur ce qu'ils croyaient être une réglementation fondée sur les résultats, l'animateur leur a fourni l'explication suivante :

Essentiellement, une réglementation fondée sur les résultats en est une qui précise le résultat escompté plutôt que les mesures à prendre pour atteindre la conformité, ce qu'on appelle une réglementation normative.

En entendant cette définition, plusieurs participants semblaient bien connaître le concept ou l'approche, même s'ils n'avaient jamais entendu l'expression « réglementation fondée sur les résultats ».

Ce concept a plu à de nombreux participants qui s'accordaient pour dire que ce qui fonctionne pour une entreprise pourrait bien ne pas fonctionner pour une autre, surtout lorsqu'on considère les différentes industries et tailles d'entreprises. Certains ont fait valoir que les processus pouvaient différer d'une usine ou d'un produit alimentaire à l'autre, ce qui rend parfois les règlements difficiles à interpréter. Les participants s'entendaient pour dire que la réglementation fondée sur les résultats était inclusive et tenait compte des différents types et tailles d'entreprises, qui utilisent des processus et des pratiques exemplaires qui leur sont propres.

« It's a different process from one plant to another, and within a certain sector...There's so many factors and trying to peg hole everybody into the same hole, that's where the challenges come into play. And actually, a lot of aggravation comes into owners and businesses and QA managers, because we don't know. And we had to follow this rule and our last plan. So why don't we have to follow it here? This allows us to mold our ways based on how we process things, as long as we get the end results. » –

Importateur/exportateur, transformateur/fabricant et grossiste/distributeur, Ontario
[« Le processus varie d'une usine à l'autre, et à l'intérieur d'un secteur donné. Il y a tellement de facteurs à considérer et ça devient difficile quand on essaie de faire entrer tout le monde dans la même case. On sent beaucoup d'exaspération chez les propriétaires, les entreprises et les gestionnaires de l'assurance de la qualité, parce que personne n'est au courant. Nous avons dû suivre cette règle pour notre dernier plan. Pourquoi n'avons-nous pas à la suivre maintenant? Cela nous permettrait d'adapter nos façons de faire en fonction de nos processus, du moment que nous obtenons des résultats. »]

D'autre part, certains participants s'inquiétaient du manque d'orientation pour atteindre la conformité. C'était particulièrement le cas des petites entreprises qui se sentaient dépassées par la réglementation et qui avaient de la difficulté à l'interpréter, tout en poursuivant leurs activités au quotidien.

« I feel like that's where sometimes it gets kind of lost on us. They don't give us enough direction, but they expect us to know how to get that result. » – Détaillant de produits alimentaires et grossiste/distributeur, Nouveau-Brunswick [« Je dirais qu'on se sent parfois dépassés. On ne nous donne pas suffisamment de directives, mais on s'attend à ce que nous sachions comment obtenir le résultat escompté. »]

Certains ignoraient si la réglementation actuelle était fondée sur les résultats ou non. Quelques-uns étaient d'avis que certaines parties ou certaines exigences étaient beaucoup plus normatives. Ceci dit, plusieurs s'entendaient pour dire que c'était probablement une bonne chose puisque certaines parties de la réglementation se doivent d'être normatives pour éviter d'être mal interprétées.

« I like the less prescriptive outcome-oriented approach, but there has to be some level of clarity in the regulations. So, maybe a little bit of prescription in there to help navigate. » –

Détaillant et transformateur/fabricant de produits alimentaires, Ontario [« J’aime l’approche fondée sur les résultats, qui est moins normative, mais il doit y avoir un certain degré de clarté dans les règlements. Il faudrait peut-être un peu de normativité pour nous aider à naviguer. »]

Questionnés à ce sujet, de nombreux participants s’accordaient pour dire qu’il leur serait utile d’avoir des exemples de mesures qui pourraient être mises en place pour atteindre les résultats escomptés.

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada (RSAC)

Connaissance du RSAC

Bon nombre de participants avaient entendu parler du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC), mais la plupart ont admis qu’ils n’étaient pas particulièrement familiarisés avec ses exigences. Ceux qui s’occupaient principalement de la salubrité des aliments et de l’assurance de la qualité connaissaient bien ce règlement. D’autres avaient entendu le nom ou l’acronyme, mais ont expliqué que c’était quelqu’un d’autre dans leur entreprise qui travaillait avec ces règlements.

Les participants qui connaissaient le RSAC ont eu des réactions mitigées durant la discussion à savoir si le Règlement en était un fondé sur les résultats. La majorité a admis ne pas en savoir suffisamment pour répondre à la question.

La plupart des participants n’ont pas été en mesure de nommer à brûle-pourpoint les exigences en matière de salubrité énoncées dans le RSAC. Les quelques-uns qui ont pu le faire ont mentionné l’étiquetage, les contrôles préventifs et la traçabilité.

« From my understanding I think [the SFCR] is set up to bring in broad laws from different parts of government, labeling, ingredients, weight measures. All those things are bundled into one. As far as food safety, really just maintaining control of your parameters, of your products and processes... you may not get there the same way as everyone else but as long as you can maintain and show and validate control, I think you’ve done your job meeting the outcome-based regulation. » – Détaillant et transformateur/fabricant de produits alimentaires, Alberta [« D’après ce que je comprends, le RSAC vise à introduire des lois d’application générale de plusieurs secteurs du gouvernement : étiquetage, ingrédients, mesures de poids. Toutes ces choses sont réunies au même endroit. En ce qui concerne la salubrité des aliments, il faut juste garder le contrôle sur les paramètres, les produits et les procédés... il se peut qu’on n’y arrive pas de la même manière que tout le

monde, mais du moment qu'on maintienne, qu'on démontre et qu'on valide les mesures de contrôle, je crois qu'on parvient à respecter la réglementation fondée sur les résultats. »]

Plusieurs participants ont expliqué que leur entreprise suivait les règlements en matière de salubrité des aliments d'une tierce partie, qu'ils jugeaient plus exigeants que le RSAC et, par le fait même, ils respectaient les exigences de ce dernier. À titre d'exemple, certains ont mentionné des éléments du système d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques (HACCP), que certains estimaient être similaire au RSAC ou le chevauchant. De façon générale, leurs efforts semblaient davantage axés sur les exigences de la tierce partie que sur celles du RSAC.

Lorsque des éléments du RSAC ont été mentionnés par les participants ou l'animateur, d'autres ont reconnu la logique et certains ont commencé à se rappeler un peu mieux de ces exigences.

Les participants ont été interrogés au sujet des dispositions du RSAC portant sur la préparation des aliments et le contrôle de la salubrité (comme les contrôles sanitaires), et invités à décrire les enjeux auxquels leurs entreprises étaient confrontées.

Plusieurs ont indiqué qu'ils n'avaient aucun défi notable à ce chapitre. Ceux-ci ont expliqué que leur entreprise avait des mesures en place pour assurer la salubrité et la préparation des aliments, évitant ainsi les problèmes.

Ceci dit, divers enjeux liés à la préparation des aliments et aux mesures d'hygiène ont été soulevés durant les séances :

- La formation du personnel et la cohérence parmi les employés sont un problème courant lorsqu'il s'agit de mesures d'hygiène. Au bout du compte, peu importe l'exhaustivité des manuels de formation, l'hygiène conserve un caractère humain qui varie en qualité et en uniformité d'une personne à l'autre, ce qui complique les choses lorsque certains facteurs comme un roulement élevé ou les barrières linguistiques sont en jeu.
- Le manque de clarté concernant l'application des règlements à divers secteurs d'une exploitation agricole (par exemple, où tracer la ligne quand le produit est une culture, sur une moissonneuse-batteuse, dans le moulin à grains).
- Les exigences liées aux produits d'hygiène qui sont parfois difficiles à obtenir en raison de pénuries, du manque de fournisseurs et des coûts.
- La gestion des exigences entourant les dates « meilleur avant », comme :
 - L'arrivée à destination des produits alimentaires avant les dates « meilleur avant » qui est plus difficile dans les régions rurales.

- Le gaspillage alimentaire et la perte de produits attribuables aux dates « meilleur avant » alors que les produits sont probablement propres à la consommation.
- Les disparités entre les règlements écrits et ce qui est exigé lors des inspections.
- Les exigences strictes en matière d'étiquetage qui ne semblent pas être appliquées aux produits importés au Canada.
- Le manque de réglementation pour certaines entreprises qui vendent directement aux consommateurs, alors que leur propre entreprise est fortement réglementée.
- Les espèces envahissantes/les parasites qui ont un impact sur les produits.
- Les exigences qui s'appliquent à tous, peu importe la taille de l'entreprise (par exemple, l'obligation d'avoir le même nombre de lavabos que les grandes entreprises, malgré l'espace plus restreint et la petite taille de l'entreprise).

Questionnés sur le rôle que devrait jouer l'ACIA pour résoudre ces problèmes, les participants ont parlé d'uniformité de la réglementation et de la façon dont elle est appliquée par les inspecteurs. Certains aimeraient qu'on leur fournisse des exemples clairs de moyens à prendre pour respecter les règlements.

« The simpler it is for everybody to follow a standard operation or procedure the better it is... The CFIA could help that by simplifying... a five-step cleaning procedure for instance. »
 – Détaillant et grossiste/distributeur de produits alimentaires, Nouvelle-Écosse [*« Plus c'est facile pour tout le monde de suivre une opération ou une procédure standard, mieux c'est... l'ACIA pourrait contribuer en simplifiant ... une procédure de nettoyage en cinq étapes par exemple. »*]

De l'avis des participants, les exigences de l'ACIA devraient tenir compte de la taille de l'entreprise. Cette suggestion provenait principalement des petites entreprises locales qui ont ou ont déjà eu des projets d'expansion. À titre d'exemple, un producteur local peut vendre ses produits à la ferme, mais ne peut pas livrer dans son voisinage. Ce genre de contrainte limite la croissance des petites entreprises. En déployant des efforts pour aider les petites entreprises, l'ACIA contribuerait à leur croissance et augmenterait leur capacité à assumer un plus grand fardeau de conformité au fil du temps.

Les participants étaient également invités à expliquer le succès de leur entreprise à satisfaire les exigences en matière de préparation des aliments et d'autres mesures de contrôle, comme les mesures d'hygiène.

Certains considéraient le succès comme une absence de problèmes, attribuable au fait qu'ils respectaient rigoureusement la réglementation, sans l'aide de l'ACIA. Quelques participants croyaient que l'approche fondée sur les résultats avait contribué au succès de leur entreprise, puisqu'ils pouvaient adapter les procédures en fonction de leurs besoins, pourvu que les résultats soient ceux attendus, ce qui selon eux était plus efficace et plus rentable.

Rôle de l'ACIA en lien avec le Règlement sur la salubrité des aliments

Invités à décrire le rôle de l'ACIA, les participants ont fourni ces réponses : assurer un certain niveau de salubrité et de qualité des aliments au Canada, veiller à ce que les règlements soient respectés et que les aliments répondent à une certaine norme, et atténuer les risques.

« To maintain a standard of safety that ensures that all Canadians are eating a food that's not going to make them sick. » – Détaillant et transformateur/fabricant de produits alimentaires, Yukon [*« Maintenir des normes de salubrité pour s'assurer que tous les Canadiens consomment des aliments qui ne les rendront pas malades. »*]

Questionnés à savoir si l'ACIA avait aidé leurs entreprises à respecter la réglementation sur les aliments au Canada ou si elle leur avait facilité la tâche à cet égard, les participants ont eu des réactions mitigées.

Certains ont expliqué que l'ACIA leur avait été utile quand eux-mêmes ou quelqu'un d'autre dans leur entreprise avaient tenté d'obtenir de l'information sur la réglementation. Les réactions étaient généralement plus favorables à l'égard des communications avec les bureaux locaux de l'ACIA (au téléphone par exemple), comparativement aux échanges avec les inspecteurs. À titre d'exemple, quelques participants ont mentionné qu'ils avaient contacté leur bureau local lorsqu'ils avaient affaire à de nouveaux produits ou procédés et ignoraient quels étaient les règlements qui s'appliquaient. Dans ces cas, les employés de l'ACIA les avaient aidés en leur fournissant l'information recherchée, en répondant à leurs questions ou en les dirigeant vers les personnes-ressources susceptibles d'y répondre lorsqu'ils ne pouvaient le faire eux-mêmes.

« Dans le passé, j'ai eu à faire des certificats de vente libre pour pouvoir faire de l'exportation. Puis, la première fois que j'avais eu à faire ça, je ne savais pas comment donc un appel au bureau de l'ACIA local. Puis ils m'ont aidé à le faire, et par la suite, c'était très simple de les faire en ligne par moi-même. » – Exportateur, transformateur/fabricant et grossiste/distributeur de produits alimentaires, Québec [*« In the past, I had to make certificates of free sale in order to export. The first time I had to do that, I didn't know how, so I called my local CFIA office. They helped me so I was able to do it by myself online afterwards. »*]

Quelques participants ont fait valoir la rapidité et l'efficacité de l'ACIA à réagir et à résoudre les problèmes, par exemple en cas de rappel d'aliments. Pour les distributeurs, cette aide s'est avérée très précieuse.

Par ailleurs, d'autres étaient plus critiques à l'endroit de l'ACIA qu'ils considéraient davantage comme un obstacle plutôt qu'un atout pour leur entreprise. Certains ont raconté avoir reçu de l'information contradictoire en contactant l'Agence pour obtenir des conseils, tandis que d'autres avaient été renvoyés d'un site Web à un autre, sans obtenir de réponse claire ou de solution.

Les entreprises assujetties uniquement à la réglementation provinciale ont parlé des obstacles auxquelles elles se butaient souvent lorsqu'elles tentaient d'étendre leurs activités ailleurs au Canada. De l'avis des participants, le processus était trop compliqué et coûteux. De même, le manque de cohérence d'une réglementation provinciale à l'autre les forçait à modifier plusieurs de leurs procédés pour se conformer. Les petits entrepreneurs avaient l'impression que la réglementation favorisait généralement les grandes entreprises ou les épiceries, au détriment des petites entreprises locales qui souhaitaient prendre de l'expansion.

Les participants craignaient également que les produits alimentaires importés au Canada ne soient pas réglementés aussi rigoureusement que ceux fabriqués au pays. À titre d'exemple, plusieurs soupçonnaient que les animaux élevés pour l'alimentation humaine dans d'autres pays n'étaient pas surveillés pour détecter la présence de médicaments, alors que la réglementation canadienne est plus stricte. Ils y voyaient deux poids deux mesures qui les plaçaient en position de désavantage concurrentiel.

Certains ont suggéré que l'ACIA soit un peu plus normative à certains moments, surtout avec les nouvelles entreprises en apprentissage des règlements et qui se sentent parfois dépassées ou qui ne savent pas par où commencer.

Efficacité des communications relatives au RSAC

Les participants étaient peu nombreux à se rappeler d'avoir reçu ces communications directement de l'ACIA. Quelques-uns étaient inscrits au service de courriel de l'Agence pour recevoir les bulletins d'information, qu'ils estimaient peu pertinents pour leur entreprise puisque les courriels n'étaient pas segmentés par industrie. La plupart recevaient des communications sur la réglementation de tierces parties, comme des bulletins d'information d'associations industrielles ou des communications informelles d'autres personnes dans leur industrie.

Quelques participants ont décrit leurs communications avec les employés de l'ACIA comme étant amicales et utiles.

« When I was new at farming, I sent some livestock that one of them I shouldn't have sent. I'll be honest, it was a mistake on my part, just with lack of awareness of the rules. So, I got a phone call, but the person was very lovely and asked questions and educated me, and they didn't throw the book at me right away. This was an opportunity for learning, and I felt that was that was super awesome... That's a that was a good interaction that I had with the CFIA. » – Détaillant et transformateur/fabricant de produits alimentaires, Ontario [« À mes débuts comme producteur, j'ai envoyé du bétail, mais une des bêtes n'aurait pas dû s'y trouver. Honnêtement, c'était une erreur de ma part, un manque de connaissance des règles. J'ai reçu un appel téléphonique, mais la personne à l'autre bout a été très gentille. Elle m'a posé des questions et m'a informé, plutôt que de me punir. J'ai pu apprendre et c'était génial. C'est une bonne expérience que j'ai vécue avec l'ACIA. »]

D'autres avaient eu des expériences fâcheuses, particulièrement avec des inspecteurs qui exigeaient des processus différents ou donnaient de l'information contradictoire. Quelques-uns avaient fait affaire avec un inspecteur qui s'était montré impoli ou qui abusait de son pouvoir.

Les participants s'accordaient pour dire qu'il y aurait lieu d'améliorer les communications de l'ACIA. Le sentiment général était que l'Agence devrait s'efforcer de travailler avec les entreprises pour former un partenariat, plutôt que d'entretenir une relation à sens unique. Certains aimeraient parfois une approche plus directe ou un peu plus normative, afin d'aider les entreprises à bien interpréter la réglementation, et s'assurer qu'elles gèrent correctement les processus la première fois pour éviter des problèmes coûteux ou fastidieux, ou d'avoir à tout recommencer pour se conformer à la réglementation.

« Black and white is exactly what we want. Don't think your hurting our feelings, you are crushing us with redundancies later on when we tried to do what we thought you wanted us to do and then you got us to un-do it. So just tell us what you want. » – Producteur et transformateur/fabricant de produits alimentaires, Manitoba [« Nous voulons que tout soit clair. Ne croyez pas nous vexer. Éventuellement, vous nous écraserez avec vos redondances quand nous essaierons de faire ce que nous pensions être la bonne chose, et que tout sera à refaire. Dites-nous simplement ce que vous voulez. »]

« Weve got a very good caliber of working with not working against. And that's not a bad thing – I think lot of times the CFIA thinks they need to be policing and be against, but we all want the same thing at the end of the day. We all want safe food. » – Détaillant, importateur/exportateur, transformateur/fabricant et grossiste/distributeur de produits alimentaires, Ontario [« Nous avons la possibilité de travailler ensemble, et non en opposition, et ce n'est pas une mauvaise

chose – Selon moi, il arrive souvent que l’ACIA croit devoir jouer à la police et être contre nous, mais au final, nous voulons tous la même chose. Nous voulons des aliments sains. »]

Outils de l’ACIA

Divers outils virtuels de l’ACIA ont été présentés aux participants pour sonder leur connaissance et recueillir leurs commentaires.

Site Web de l’ACIA

Plusieurs participants avaient visité le site Web au cours des deux dernières années. Les réactions étaient mitigées. Certains l’ont trouvé bien organisé et facile à utiliser. Quelques-uns avaient déjà utilisé le clavardage, selon eux plus rapide que le téléphone pour contacter l’ACIA.

D’autres s’entendaient pour dire qu’il était difficile de s’orienter sur le site et de trouver de l’information, à moins de savoir exactement quoi chercher. C’était particulièrement le cas des petites entreprises qui commençaient à apprivoiser les règlements de l’ACIA.

Cela dit, bon nombre de participants s’accordaient pour dire que le site Web s’était amélioré au cours des dernières années et que la page d’accueil était mieux organisée, facilitant ainsi la recherche d’information.

Mon ACIA

Un nombre restreint de participants connaissaient Mon ACIA.

Parmi ceux qui avaient utilisé le portail, plusieurs l’ont trouvé explicite et convivial. Ces participants ont mentionné qu’il était rapide à utiliser (comparativement au téléphone) et dans l’ensemble, très utile. En cas de problème, certains ont fait valoir que leur contact à l’ACIA s’empressait toujours de répondre à leurs questions.

D’autres avaient du mal à se retrouver sur le portail (dont un participant qui avait eu de la difficulté à s’inscrire pour accéder au compte). Quelques-uns auraient aimé avoir un peu plus d’information au préalable de la part de l’ACIA sur la raison d’être du portail et comment s’orienter sur celui-ci.

Trousse d’outils pour les nouvelles entreprises alimentaires

La trousse d’outils de l’ACIA pour les nouvelles entreprises alimentaires a brièvement été présentée dans certains groupes. Les participants ont avoué qu’ils ne connaissaient pas cette page Web, qui leur a semblé intéressante et utile, compte tenu des rubriques présentées.

Test de concept

Nous avons présenté aux participants quelques messages et concepts visuels envisagés par l'ACIA pour des publicités qui seraient diffusées en ligne sur des sites Web qu'ils utilisent ou dans les médias sociaux. Nous leur avons expliqué qu'il était possible de cliquer sur ces publicités pour être dirigé vers un site Web contenant de l'information supplémentaire.

Slogans

Pour commencer, quatre slogans ont été testés, sans éléments visuels :

- A. Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- B. Entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- C. Vous possédez une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
- D. Connaissez les règles qui s'appliquent aux entreprises alimentaires.

Les réactions initiales étaient généralement négatives. La plupart des participants s'entendaient pour dire que les messages avaient un ton très « autoritaire » et brusque qui ne donnait pas l'impression que l'ACIA était un partenaire ou un allié utile, mais qu'elle imposait plutôt des règles strictes aux entreprises alimentaires, en leur disant quoi faire. De l'avis des participants, ce ton n'était pas accueillant et ne les incitait pas à cliquer sur la publicité pour en apprendre davantage.

« If the intent is 'we're here to help', none of these are working... [the CFIA] should be more of a helping hand and a partner. » – Détaillant en alimentation, Île-du-Prince-Édouard [« Si l'intention est de nous informer que l'Agence est là pour aider, aucune de ces publicités ne fonctionne. L'ACIA devrait tendre la main et agir comme un partenaire. »]

Les participants ont formulé plusieurs suggestions pour adoucir le ton et rendre les messages plus invitants :

- Les participants ont fait plusieurs suggestions afin d'adoucir le ton et rendre les messages plus invitants. Ainsi, plusieurs ont proposé de remplacer « connaissez les règles » par « apprenez-en davantage sur les règles » ou « cliquez ici pour en apprendre davantage sur les règles ». Le mot « aide » était considéré comme étant plus attrayant.
 - De plus, certains ont fait valoir que pour attirer les jeunes entreprises en démarrage, il conviendrait d'utiliser un slogan plus invitant, comme « Vous démarrez une entreprise alimentaire? », suivi de « Comment pouvons-nous vous aider? », « Contactez-nous pour commencer » ou « L'ACIA est un bon point de départ ».

- Quelques participants ont proposé d'ajouter une référence claire à un site Web ou un hyperlien, avec une liste de contrôle ou d'étapes à suivre.
- Une allusion aux « règles actuelles » plutôt qu'aux « règles » pourrait inciter ceux qui connaissent déjà la réglementation à consulter le site Web ou à s'assurer qu'ils sont au fait de tous les changements.
- L'option D pourrait se lire comme suit : « Connaissez les règles qui s'appliquent à votre entreprise alimentaire », qui était considérée comme plus invitante et plus personnalisée.

Les participants ont discuté de l'allusion aux « règles » plutôt qu'à la « réglementation ». Dans les groupes en anglais, les participants ont préféré le mot « *regulations* » qui leur semblait moins sévère. Dans les groupes en français, les participants ont préféré « les règles » à « la réglementation ».

L'option A (Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.) s'est avérée la plus populaire parmi les quatre messages présentés, en particulier auprès des petites et nouvelles entreprises en mode croissance (y compris les entreprises assujetties à la réglementation provinciale seulement qui souhaitent prendre de l'expansion) et des propriétaires d'entreprise. Les participants qui travaillent pour une entreprise bien établie et qui ne sont pas propriétaires ont préféré l'option D.

Slogans avec éléments visuels

Les participants étaient invités à examiner trois slogans avec éléments visuels. Des exemples de combinaisons images-slogans qui pourraient être utilisées pour des publicités ont été présentés en premier :





Dans ce contexte, les participants devaient choisir la combinaison slogan-image qu'ils préféraient :

1	3	A. Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles B. Entreprise alimentaire? Connaissez les règles C. Vous possédez une entreprise alimentaire? Connaissez les règles D. Connaissez les règles qui s'appliquent aux entreprises alimentaires
2		

La plupart des participants ont choisi l'image 2 et la combinaison 2A, suivie des combinaisons 1A et 2D.

Les participants ont été attirés vers le concept visuel qui représentait le mieux leur entreprise alimentaire. Ainsi, ceux qui œuvrent dans le domaine du conditionnement, de la distribution ou du commerce de gros ont préféré l'image 2, tandis que ceux dans le domaine de la transformation ou de la production ont choisi l'image 1. Les participants qui travaillent en agriculture ou sur une exploitation agricole ont eu de la difficulté à trouver l'image qui les attirait le plus.

L'image 2 a plu pour sa simplicité et sa neutralité. Plusieurs croyaient qu'elle se prêtait bien à différents types d'aliments. Même ceux qui ne travaillaient pas dans le domaine du conditionnement ou de la vente de pâtes alimentaires avaient l'impression qu'elle pouvait s'appliquer à leur entreprise. Quelques-uns ont mentionné que les pâtes alimentaires ne leur venaient pas nécessairement à l'esprit quand ils pensaient aux aliments assujettis à la réglementation fédérale, et que l'image devrait plutôt représenter un assortiment de viandes et de fromages sur une planche de charcuterie. D'autres ont suggéré d'ajouter des aliments de couleur vive, comme des fruits ou des légumes frais, qui seraient plus attirants et capteraient mieux leur attention.

Les participants n'avaient pas beaucoup d'autres suggestions pour les éléments visuels, autres que de représenter un plus grand nombre de types d'aliments dans l'image. Parmi les autres commentaires reçus, il convient de noter ce qui suit :

- Certains ont mentionné que l'image 1 leur rappelait une publicité pour un service de soins de santé, une entreprise pharmaceutique ou un restaurant.
- Quelques-uns étaient d'avis que l'image 1 comportait trop de mise en scène et que les sourires étaient exagérés.
- De nombreux participants ne voyaient clairement ce qui se passait sur l'image 3 et n'ont pas compris le lien avec les aliments. Ils l'ont donc écartée.
- Quelques-uns ont indiqué que si on montrait des gens sur les images, ceux-ci devraient être vêtus selon les règles, notamment avec des résilles et des filets à barbe enfilés correctement.

Résultats de la recherche quantitative – Sondage auprès des entreprises alimentaires

Priorités des entreprises alimentaires

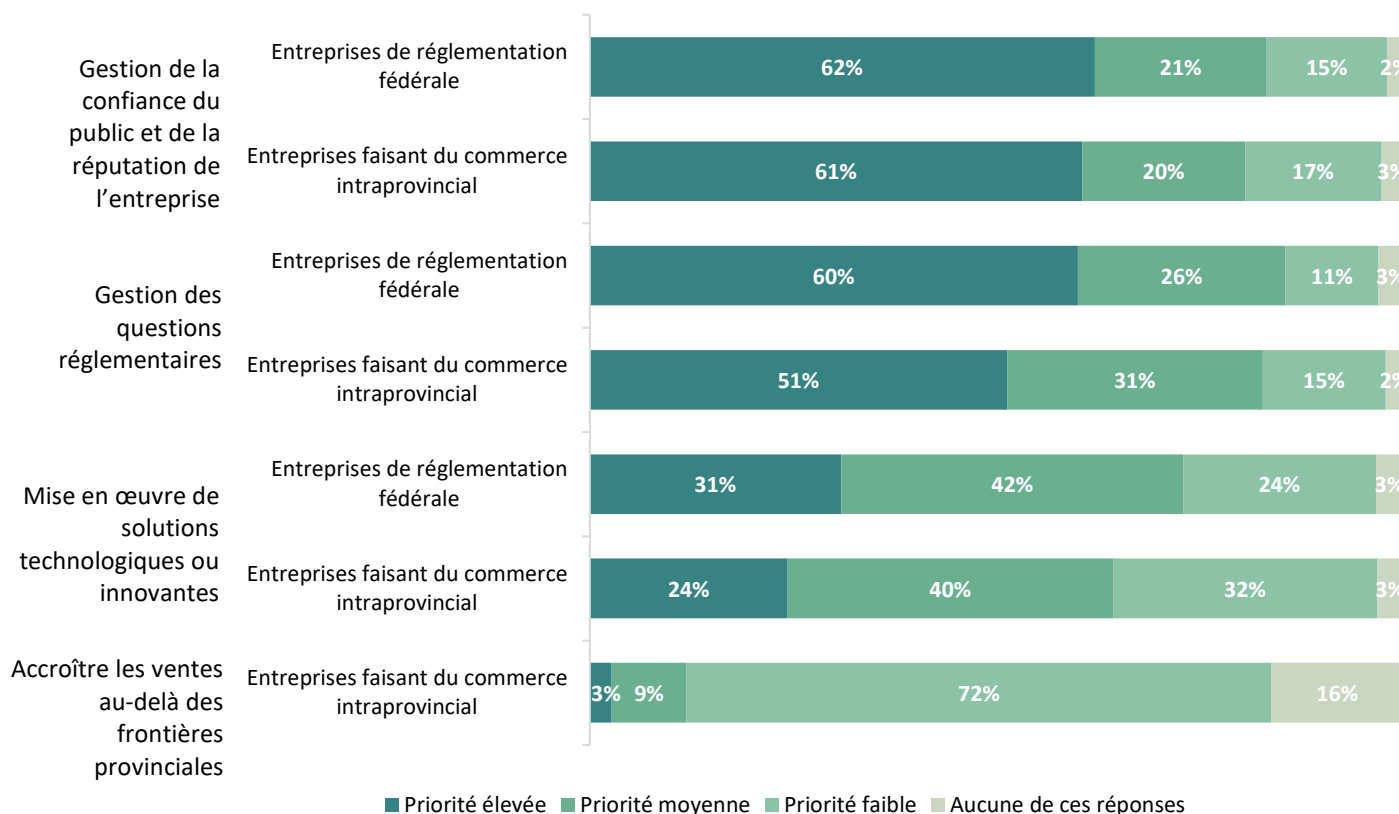
Nous avons demandé aux participants quelle était la priorité qu'avait accordée leur entreprise à certaines activités dans les deux dernières années.

Même si l'ordre des priorités était similaire pour les deux segments, les entreprises assujetties à la réglementation fédérale ont accordé une plus grande importance à chacune des priorités.

Plus d'une entreprise sur cinq assujetties à la réglementation fédérale (62 %) accorde une priorité élevée à la gestion de la confiance du public et à la réputation de l'entreprise, comparativement à 61 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial.

Une proportion similaire d'entreprises assujetties à la réglementation fédérale (60 %) accorde une priorité élevée à la gestion des questions réglementaires, comparativement à 51 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial. Bien qu'elle ne soit pas considérée comme étant une priorité élevée par rapport à la gestion de la confiance du public et de la réputation de l'entreprise, la gestion des questions réglementaires était à tout le moins une priorité moyenne pour les deux segments (86 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 83 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 1. 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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

La mise en œuvre de solutions technologiques ou innovantes représentait une priorité élevée pour près du tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (31 %) et près du quart des entreprises qui font du commerce intraprovincial (24 %). Cette activité était principalement considérée comme étant de priorité moyenne pour les entreprises (42 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 40 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Accroître les ventes au-delà des frontières provinciales était une priorité élevée pour seulement 3 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial, comparativement à 9 % qui lui accordaient une priorité moyenne. Dans une plus grande proportion, ces entreprises accordaient une faible priorité à cette activité (72 %), et 16 % n'ont pas répondu. Ce secteur de priorité n'a pas été présenté aux entreprises assujetties à la réglementation fédérale.

Principales constatations

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

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Québec (73 %) et du Canada atlantique (71 %) comparativement à celles de l'Ontario (50 %)
- Les moyennes et grandes entreprises (70 %) par rapport aux petites entreprises (53 %) et aux microentreprises (57 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises du Québec (76 %) comparativement à celles de l'Ontario (52 %) et de l'Ouest canadien (48 %)

Les groupes les plus susceptibles d'accorder une priorité élevée à la gestion des questions réglementaires étaient les suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Canada atlantique (74 %) et du Québec (69 %) par rapport à celles de l'Ouest canadien (54 %) et de l'Ontario (53 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (69 %) comparativement aux petites entreprises (50 %) et aux microentreprises (54 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises du Québec (68 %) comparativement à celles de l'Ontario (33 %)
- Les grossistes/distributeurs (67 %) par rapport aux entreprises agricoles (41 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (63 %) comparativement aux microentreprises (44 %)

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

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Canada atlantique (46 %) par rapport à celles de l'Ouest canadien (25 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (37 %) par rapport aux petites entreprises (24 %)

Les groupes les plus susceptibles d'accorder une faible priorité à accroître les ventes au-delà des frontières provinciales étaient les suivants :

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

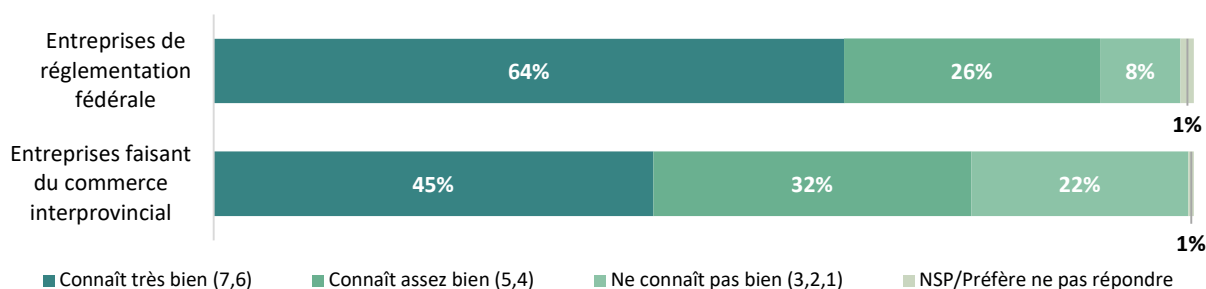
- Les représentants d'entreprises de l'Ontario comparativement à ceux du Québec (80 % contre 65 %)

Connaissance de l'ACIA

Les représentants d'entreprise devaient évaluer leur connaissance à l'égard des activités de l'ACIA, sur une échelle de 7 points où 7 signifiait « connaît très bien » et 1, « ne connaît pas du tout ».

Près des deux tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (64 %) connaissaient très bien (notes de 6 ou 7) les activités de l'ACIA, tandis que 26 % les connaissaient assez bien (notes de 4 ou 5). Cette connaissance était plus faible parmi les entreprises qui font du commerce intraprovincial : 45 % connaissaient très bien les activités de l'ACIA, 32 % les connaissaient assez bien et 22 % ne les connaissaient pas (notes de 3, 2 ou 1).

Figure 2. 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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

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

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Canada atlantique (80 %) par rapport à celles du Québec (57 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (75 %) comparativement aux petites entreprises (31 %) et aux microentreprises (33 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les grossistes/distributeurs (67 %) et les transformateurs/fabricants (51 %) par rapport aux entreprises agricoles (29 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (57 %) comparativement aux microentreprises (36 %)

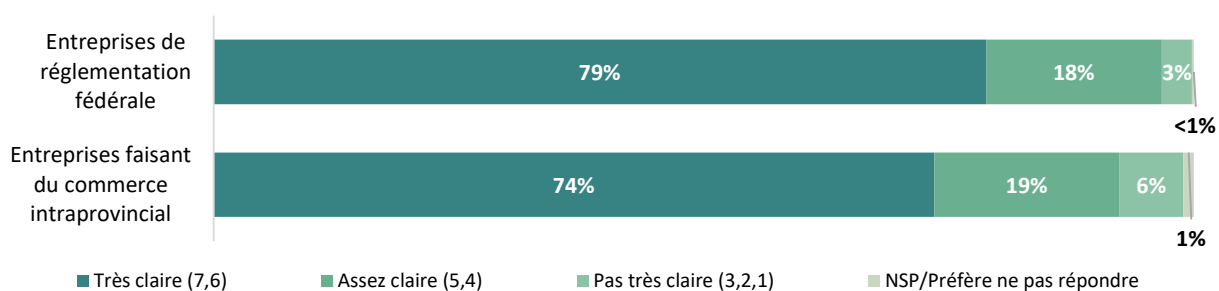
Compréhension et connaissance des règlements sur la salubrité des aliments

Nous avons demandé aux représentants d'entreprise à quel point ils comprenaient la réglementation en matière de salubrité alimentaire qui s'applique à leur entreprise. Pour ce faire, nous avons utilisé une échelle de 7 points où 7 signifiait que la réglementation était « très claire » et 1, « pas claire du tout ».

Environ quatre entreprises sur cinq assujetties à la réglementation fédérale (79 %) trouvaient que la réglementation sur la salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise était très claire (notes de 6 ou 7). De plus, 18 % la trouvaient assez claire (notes de 4 ou 5), et seulement 4 % ne la trouvaient pas claire (notes de 1, 2 ou 3).

Chez les entreprises qui font du commerce intraprovincial, les résultats étaient similaires, alors que 74 % trouvaient que la réglementation sur la salubrité des aliments qui s'applique à leur entreprise était très claire, et 19 % qui la trouvaient assez claire. Seulement 6 % ne la trouvaient pas claire.

Figure 3. Compréhension des règlements sur la salubrité des aliments qui s'appliquent aux entreprises



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 claire du tout » et 7, « Très claire »? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de bien comprendre les règlements sur la salubrité des aliments qui s'appliquent à leur entreprise étaient les suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ontario (85 %) comparativement à celles du Québec (72 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (85 %) par rapport aux microentreprises (68 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

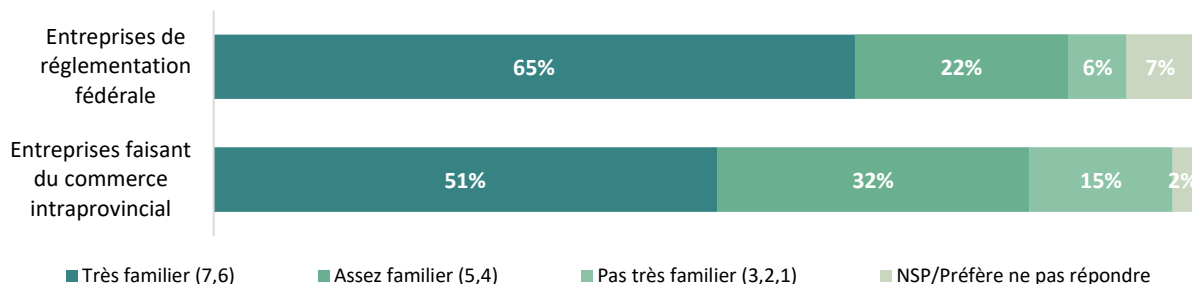
- Les microentreprises (80 %) par rapport aux petites entreprises (60 %)

Les représentants d'entreprise devaient indiquer dans quelle mesure le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* (RSAC) leur était familier, sur une échelle de 7 points où 7 signifie « très familier » et 1, « pas du tout familier ».

Près des deux tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (65 %) ont mentionné que le RSAC leur était très familier (notes de 6 ou 7), et 22 % ont affirmé qu'il leur était plutôt familier (notes de 4 ou 5). Seulement 6 % ont indiqué que le RSAC ne leur était pas très familier (notes de 1, 2 ou 3).

Les entreprises qui font du commerce intraprovincial connaissaient beaucoup moins le RSAC. Parmi celles-ci, 51 % ont affirmé que le RSAC leur était très familier, 32 % ont dit qu'il leur était assez familier, et 15 %, pas très familier.

Figure 4. Connaissance du RSAC



QA2ii. Dans quelle mesure le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* vous est-il familier? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'affirmer que le RSAC leur est très familier étaient les suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les transformateurs/fabricants (72 %) et les grossistes/distributeurs (71 %) par rapport aux entreprises agricoles (55 %)

- Les moyennes et les grandes entreprises (72 %) comparativement aux petites entreprises (57 %)

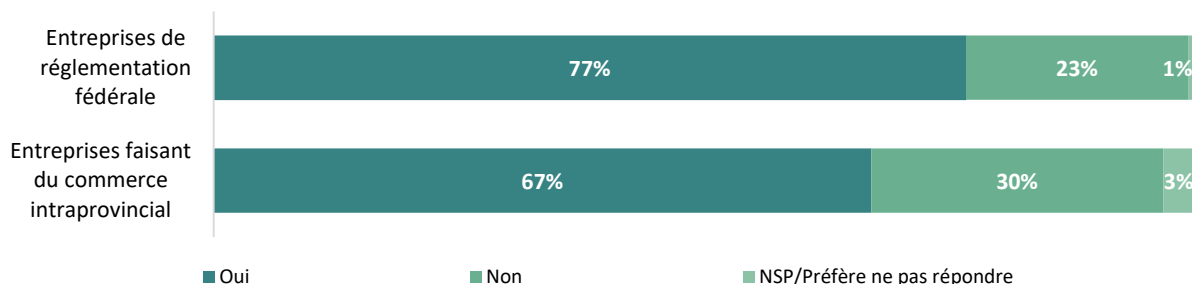
Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les grossistes/distributeurs comparativement aux entreprises agricoles (64 % contre 42 %)

Ceux pour qui le RSAC était à tout le moins assez familier (notes de 3 et plus) devaient dire s'ils avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose à son sujet.

Plus des trois quarts des entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui connaissaient le RSAC (77 %) avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose à son sujet, comparativement à 67 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement.

Figure 5. 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 : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, assujetties à la réglementation fédérale, n=464; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=161.

Principales constatations

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

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

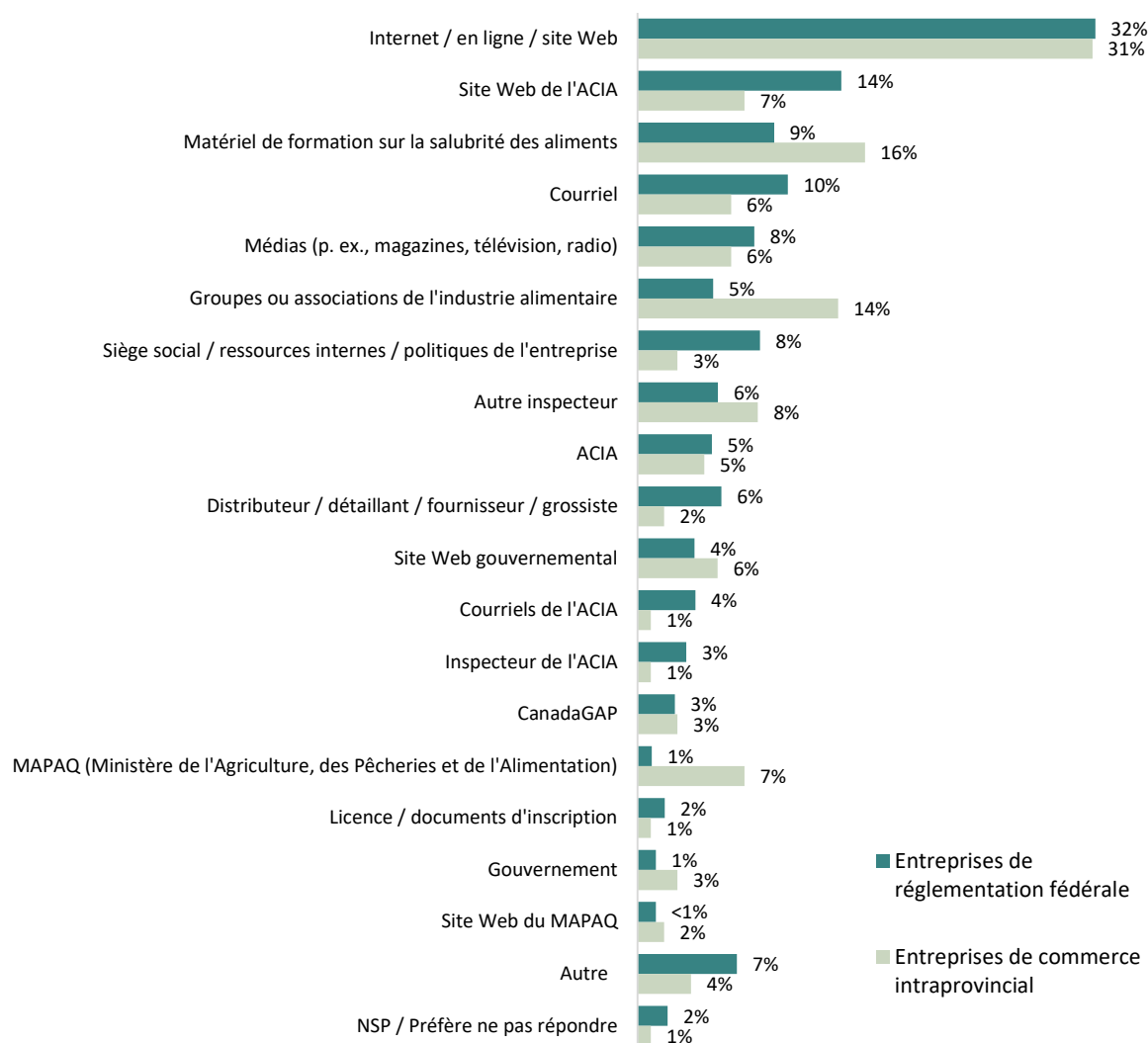
- Les entreprises du Québec (85 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (68 %)
- Les transformateurs/fabricants (85 %), les entreprises agricoles (82 %) et les grossistes/distributeurs (80 %) par rapport aux détaillants (65 %)
- Les microentreprises (86 %) par rapport aux petites entreprises (68 %)

Ceux qui avaient récemment vu, entendu ou lu quelque chose au sujet du RSAC devaient préciser où ils avaient vu, entendu ou lu cette information. Les résultats révèlent que l'Internet était la source la plus souvent consultée par les deux segments d'entreprises.

Plus précisément, 32 % des entreprises assujetties à la réglementation fédérale et 31 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement ont mentionné l'Internet. Les autres sources mentionnées étaient le site Web de l'ACIA (14 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 7 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le matériel de formation sur la salubrité des aliments (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 16 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le courriel (en général : 10 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), les médias (8 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et les groupes ou associations de l'industrie alimentaire (5 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 14 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Les autres sources mentionnées par 8 % des entreprises ou moins étaient les suivantes : les ressources internes, un inspecteur qui n'est pas à l'emploi de l'ACIA, l'ACIA, un distributeur, un détaillant, un fournisseur ou un grossiste, un site Web gouvernemental, les courriels de l'ACIA, les inspecteurs de l'ACIA et CanadaGAP, entre autres.

Figure 6. Canaux d'information sur la réglementation



QA3. Où avez-vous entendu, vu ou lu de l'information au sujet du Règlement? Base : Entreprises qui avaient vu, lu ou entendu quelque chose au sujet du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=356; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=108.

Principales constatations

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

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les grossistes/distributeurs (29 %) étaient plus enclins à mentionner le site Web de l'ACIA comparativement aux transformateurs/fabricants (16 %), aux entreprises agricoles (8 %) et aux détaillants (6 %).

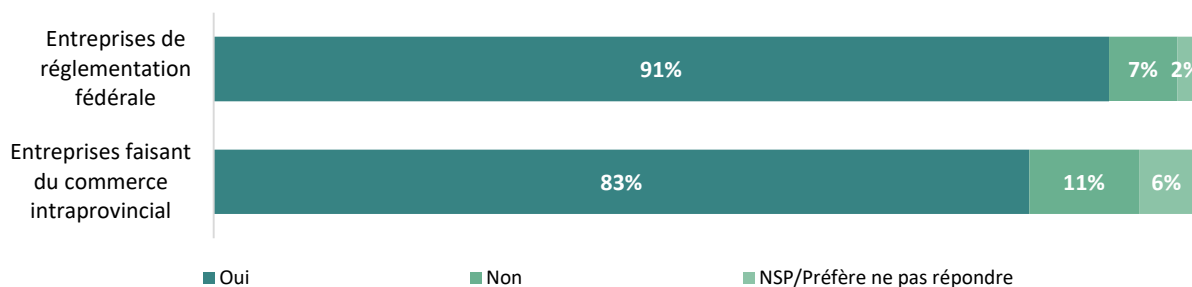
- Les détaillants étaient plus susceptibles de citer les sources d'information suivantes, par rapport aux transformateurs/fabricants et aux grossistes/distributeurs :
 - Le siège social/les ressources internes/les politiques de l'entreprise (16 % pour les détaillants, 5 % pour les transformateurs/fabricants et 4 % pour les grossistes/distributeurs)
 - Le matériel de formation sur la salubrité des aliments (15 % pour les détaillants, 6 % pour les transformateurs/fabricants et 4 % pour les grossistes/distributeurs)
- Les entreprises du Québec (18 %) et de l'Ontario (17 %) étaient plus susceptibles de mentionner le site Web de l'ACIA comparativement à celles de l'Ouest canadien (6 %).
- Les entreprises du Canada atlantique (22 %) et de l'Ouest canadien (17 %) étaient plus enclines à mentionner le courriel par rapport à celles de l'Ontario (5 %).

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les petites entreprises (42 %) et les microentreprises (38 %) étaient plus susceptibles de mentionner l'Internet en général comparativement aux moyennes et aux grandes entreprises (11 %).
- Les entreprises de l'Ontario étaient plus enclines à mentionner les groupes et associations de l'industrie alimentaire (31 %) par rapport à celles du Québec (6 %).

La plupart des représentants d'entreprise qui connaissaient le RSAC croyaient que celui-ci s'appliquait à leur organisation (91 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 83 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 7. Pertinence perçue de la nouvelle réglementation



QA4. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à votre entreprise? Base : Base : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=464; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=161.

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles de croire que le RSAC s'applique à leur entreprise étaient les suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

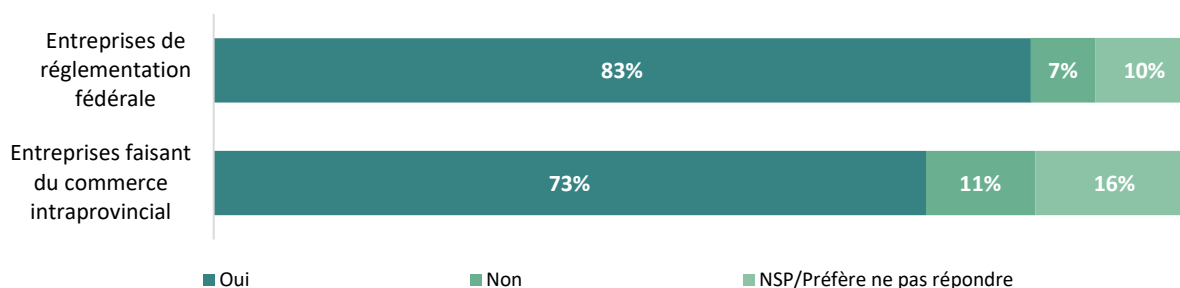
- Les moyennes et les grandes entreprises (96 %) comparativement aux petites entreprises (87 %) et aux microentreprises (87 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les moyennes et les grandes entreprises (92 %) comparativement aux microentreprises (79 %)

Parmi ceux qui connaissaient le RSAC, la plupart des représentants d'entreprise croyaient que celui-ci s'appliquait aux ventes en ligne de produits alimentaires (83 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 73 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Une plus faible proportion ne croyait pas que le Règlement s'appliquait (7 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 11 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), tandis qu'une proportion notable était incertaine (10 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 16 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 8. Pertinence perçue du RSAC pour les ventes en ligne

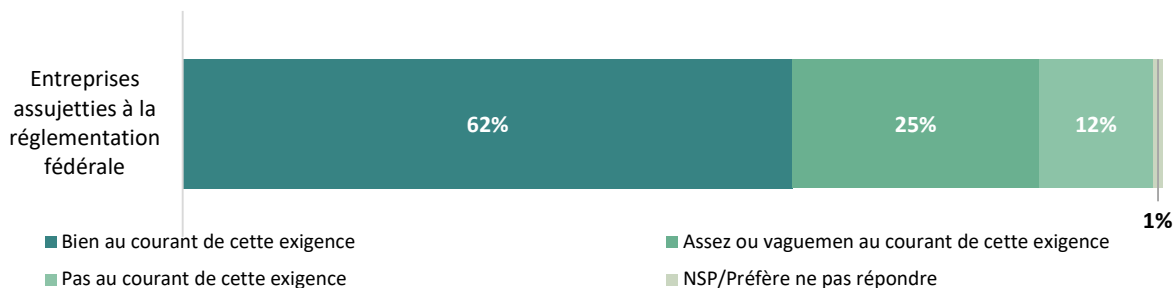


QA5. À votre connaissance, est-ce que le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* s'applique à la vente de produits alimentaires en ligne? Base : Base : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=464; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=161.

Les entreprises détenant une licence fédérale qui connaissaient le RSAC et qui importaient des produits devaient indiquer si elles étaient au courant qu'elles devaient posséder une licence pour importer des produits alimentaires au Canada.

Un peu plus de trois entreprises sur cinq (62 %) étaient bien au courant de cette exigence, tandis que 25 % étaient assez ou vaguement au courant. Une proportion moindre (12 %) n'était pas au courant de cette exigence.

Figure 9. Connaissance de l'exigence en matière de licence du *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*



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 : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada*, qui sont assujetties à la réglementation fédérale et qui importent des produits alimentaires, n=299.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'être bien au courant qu'en vertu du RSAC, une licence est requise pour importer des produits alimentaires au Canada étaient les suivants :

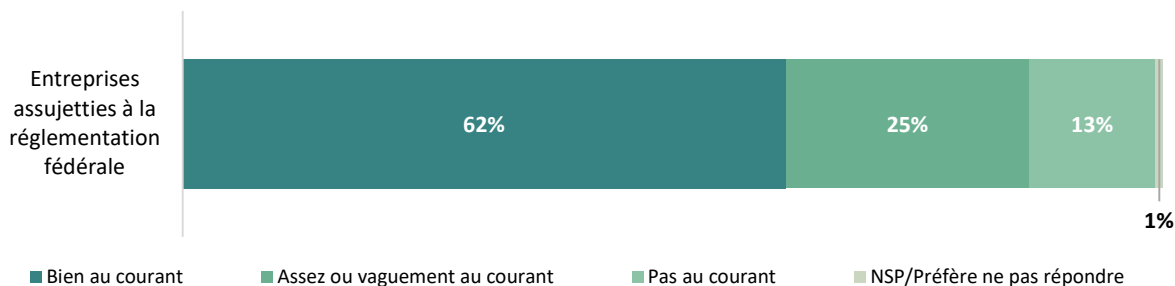
Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Québec (79 %) comparativement à celles de l'Ontario (64 %) et de l'Ouest canadien (47 %)
- Les grossistes/distributeurs (83 %) et les transformateurs/fabricants (80 %) par rapport aux détaillants (44 %)
- Les microentreprises (76 %) comparativement aux petites entreprises (55 %) et aux moyennes et grandes entreprises (58 %)

Les représentants d'entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui connaissaient le RSAC devaient indiquer s'ils étaient au courant de l'exigence qui consiste à mettre à jour les renseignements relatifs à la licence quand des produits alimentaires ou de nouveaux procédés sont ajoutés.

La majorité (62 %) était bien au courant de cette exigence, tandis que 25 % étaient assez ou vaguement au courant et 13 %, pas au courant de cette exigence.

Figure 10. Connaissance de l'exigence relative à la mise à jour des renseignements relatifs à la licence de l'ACIA



QA6A. Saviez-vous que les renseignements relatifs à votre licence de l'ACIA doivent être mis à jour quand des produits alimentaires ou de nouveaux procédés sont ajoutés? Diriez-vous que vous êtes... Base : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* et qui sont assujetties à la réglementation fédérale, n=464.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'être bien au courant de l'exigence de mettre à jour les renseignements relatifs à la licence de l'ACIA étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ontario (69 %) par rapport à celles de l'Ouest canadien (52 %)
- Les transformateurs/fabricants (72 %) et les grossistes/distributeurs (71 %) par rapport aux détaillants (54 %) et aux entreprises agricoles (50 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (68 %) par rapport aux petites entreprises (54 %)

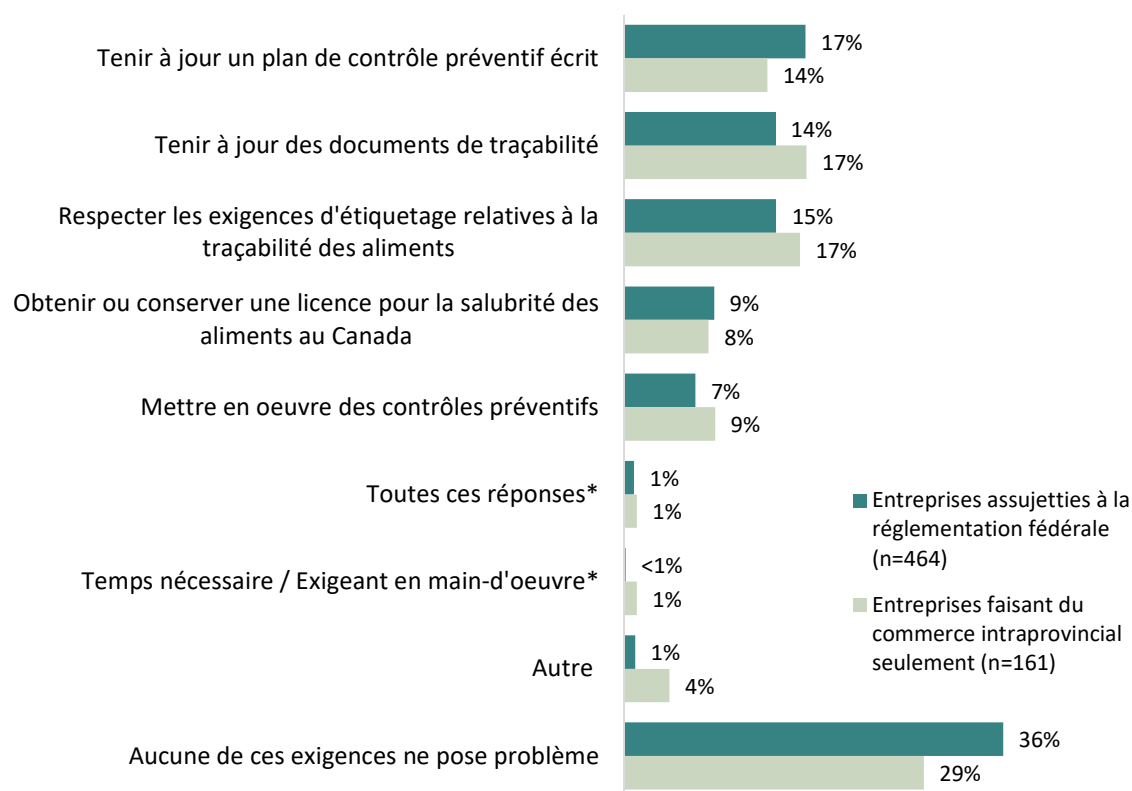
Les représentants d'entreprise qui connaissaient le RSAC devaient indiquer quelle était l'exigence du RSAC qui leur posait le plus de difficulté. Une liste d'exigences en matière de salubrité des aliments a été fournie aux participants.

Les résultats révèlent que les deux segments sont confrontés à des difficultés similaires. Les principaux défis étaient les suivants : tenir à jour un plan de contrôle préventif écrit (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 14 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), tenir à jour des documents de traçabilité (14 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et respecter les exigences d'étiquetage relatives à la traçabilité des produits (15 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Une proportion plus faible était d'avis que le principal défi était d'obtenir ou de conserver une licence pour la salubrité des aliments au Canada (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou de mettre en œuvre des

contrôles préventifs (7 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 9 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Le tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (36 %) ont affirmé qu'aucune des exigences ne posait problème pour leur organisation, comparativement à 29 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial.

Figure 11. Difficultés à respecter les exigences en matière de salubrité des aliments du RSAC



QA7. À votre avis, laquelle des exigences suivantes du Règlement vous pose le plus de difficulté? Est-ce que c'est...? Base : Entreprises qui connaissent le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* et qui sont assujetties à la réglementation fédérale, n=464; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=161. *L'option n'a pas été présentée aux répondants.

Principales constatations

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

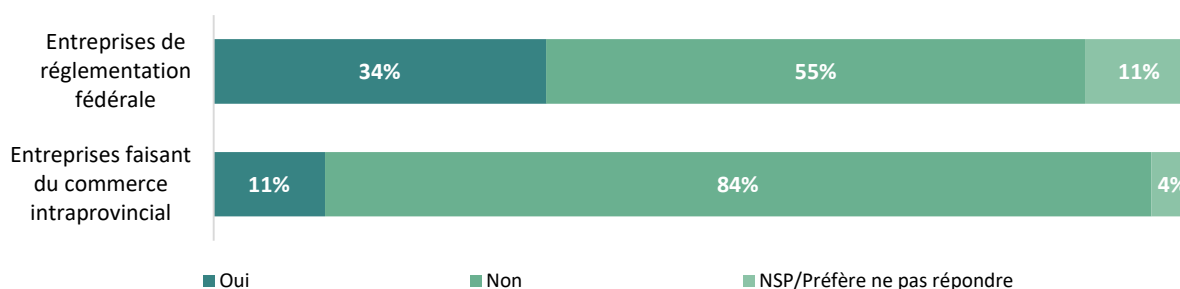
- Les entreprises du Québec étaient plus enclines à dire que la tenue à jour d'un plan de contrôle préventif écrit représentait leur plus grand défi comparativement à celles de l'Ontario (22 % contre 13 %).
- Les entreprises de l'Ouest canadien étaient plus susceptibles de mentionner l'obtention ou la conservation d'une licence pour la salubrité des aliments au Canada par rapport à celles du Canada atlantique (12 % contre 3 %).
- Les entreprises du Québec étaient plus nombreuses à dire que la mise en œuvre de contrôles préventifs représentait un défi comparativement à celles de l'Ontario (12 % contre 2 %).
- Les entreprises agricoles (28 %) étaient plus susceptibles de mentionner la tenue à jour d'un plan de contrôle préventif écrit par rapport aux détaillants (13 %) et aux grossistes/distributeurs (11 %).
- Les moyennes et les grandes entreprises étaient plus enclines que les microentreprises à affirmer qu'aucune de ces exigences ne posait problème (41 % contre 29 %).

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises agricoles étaient plus susceptibles de penser que la tenue à jour des documents de traçabilité était un défi comparativement aux grossistes/distributeurs (22 % contre 7 %).
- Les transformateurs/fabricants étaient plus enclins à mentionner la mise en œuvre de contrôles préventifs comme principal défi par rapport aux grossistes/distributeurs (14 % contre 3 %).

Environ le tiers des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (34 %) et 11 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial ont affirmé qu'elles utilisaient un système de certification de la salubrité des aliments ou du contrôle de la qualité venant du secteur privé.

Figure 12. Recours aux systèmes de certification privés



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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux 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 suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les transformateurs/fabricants comparativement aux détaillants (43 % contre 25 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (47 %) par rapport aux petites entreprises (27 %) et aux microentreprises (19 %)

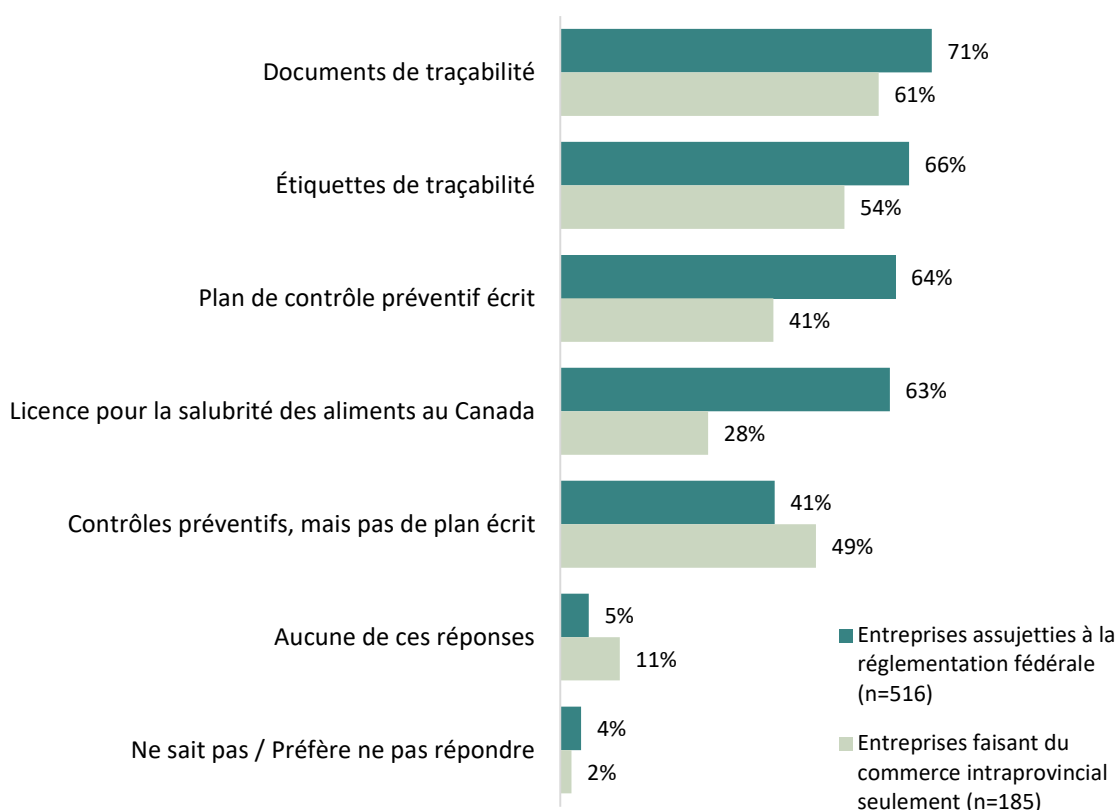
Nous avons demandé aux représentants d'entreprise quelles étaient les mesures de contrôle de la qualité qui étaient en place dans leur organisation.

Les documents de traçabilité étaient la mesure la plus courante pour les deux segments (71 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 61 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), suivi des étiquettes de traçabilité (66 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 54 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), et d'un plan de contrôle préventif écrit (64 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 41 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient plus de deux fois plus nombreuses à posséder une licence pour la salubrité des aliments au Canada (63 % contre 28 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial).

Environ la moitié des entreprises qui font du commerce intraprovincial (49 %) avaient des contrôles préventifs en place, mais pas de plan écrit (comparativement à 41 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Figure 13. 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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Les sous-segments suivants étaient les plus enclins à dire qu'ils possédaient une licence pour la salubrité des aliments au Canada :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Québec (70 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (52 %)
- Les transformateurs/fabricants (75 %) et les grossistes/distributeurs (73 %) par rapport aux détaillants (50 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (71 %) par rapport aux petites entreprises (57 %) et aux microentreprises (53 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises du Québec (45 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (25 %) et de l'Ontario (8 %)
- Les grossistes/distributeurs (39 %) par rapport aux entreprises agricoles (19 %)
- Les moyennes et grandes entreprises (57 %) par rapport aux petites entreprises (16 %) et aux microentreprises (14 %)

Les entreprises les plus susceptibles d'affirmer qu'elles possédaient un plan de contrôle préventif écrit étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ontario (70 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (58 %)
- Les transformateurs/fabricants (79 %) comparativement aux grossistes/distributeurs (63 %) et aux détaillants (51 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (76 %) par rapport aux petites entreprises (58 %) et aux microentreprises (48 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les grossistes/distributeurs (58 %) comparativement aux entreprises agricoles (33 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (54 %) par rapport aux microentreprises (30 %)

Les sous-segments suivants étaient les plus susceptibles d'affirmer que leur entreprise possédait des documents de traçabilité :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les transformateurs/fabricants (82 %), les grossistes/distributeurs (74 %) et les entreprises agricoles (73 %) par rapport aux détaillants (59 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (80 %) et les petites entreprises (69 %) comparativement aux microentreprises (56 %)

Les entreprises les plus susceptibles de dire que leur entreprise avait des étiquettes de traçabilité étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ontario (72 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (60 %)
- Les transformateurs/fabricants (78 %) par rapport aux détaillants (57 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (75 %) par rapport aux petites entreprises (62 %) et aux microentreprises (56 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises du Canada atlantique (83 %) comparativement à celles du Québec (50 %)
- Les grossistes/distributeurs (73 %) comparativement aux entreprises agricoles (45 %)

Contamination par la listériose et politiques connexes

Nous avons demandé aux représentants d'entreprise si leurs produits pouvaient poser un risque de contamination par la listériose. Dans les deux segments, moins d'un cinquième des représentants croyaient que leurs produits pouvaient poser un risque de contamination par la listériose (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 14. Risque potentiel de contamination par la listériose dû aux produits



QA11. Parlons maintenant d'un enjeu de sécurité précis. À votre connaissance, votre produit pourrait-il poser un risque de contamination par la listériose? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Les entreprises les plus susceptibles d'avoir un produit qui pose un risque de contamination à la listériose étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les transformateurs/fabricants (24 %) comparativement aux entreprises agricoles (9 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (21 %) par rapport aux microentreprises (12 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

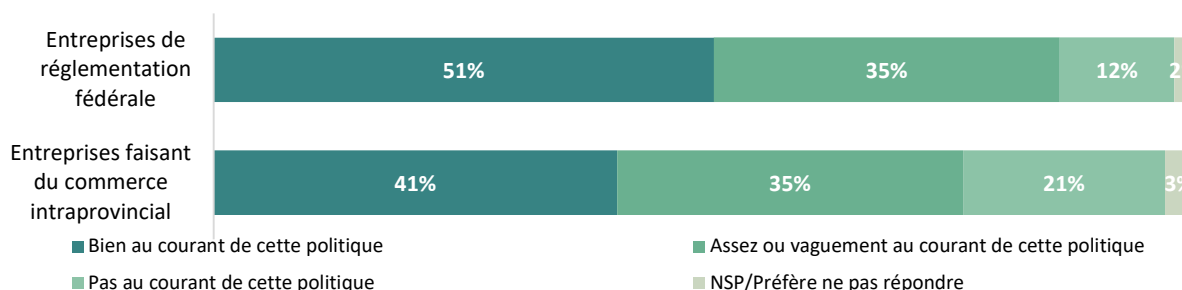
- Les petites entreprises (27 %) par rapport aux microentreprises (12 %)

Les répondants dont le produit pose un risque de contamination par la listériose devaient indiquer s'ils connaissaient la politique sur la *Listeria* de Santé Canada.

Environ la moitié des entreprises assujetties à la réglementation fédérale dont les produits sont à risque (51 %) étaient bien au courant de cette politique (41 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial dont les produits sont à risque). Dans chaque segment, 35 % étaient

assez ou vaguement au courant de cette politique, tandis qu'une proportion plus faible n'était pas au courant (12 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 21 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 15. Connaissance de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada



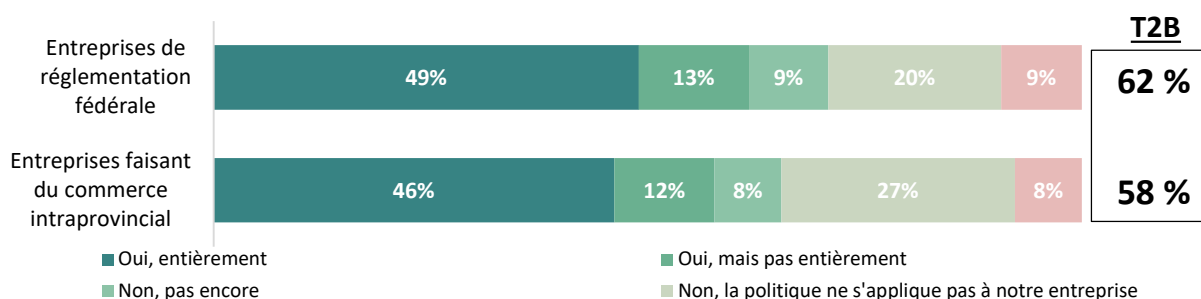
QA11A. Connaissez-vous la politique sur la *Listeria* de Santé Canada? Diriez-vous que vous êtes... Base : Entreprises dont les produits peuvent poser un risque de contamination par la listériose, assujetties à la réglementation fédérale, n=89; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=34.

Ceux qui étaient au courant de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada devaient indiquer si leur entreprise appliquait les exigences de cette politique.

Près de la moitié des entreprises de chaque segment avaient entièrement appliqué les exigences (49 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 46 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), et une proportion plus faible n'avait pas entièrement appliqué les exigences (13 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 12 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Seulement quelques entreprises dans les deux segments n'avaient pas encore appliqué les exigences (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Plusieurs représentants ont fait valoir que les exigences ne s'appliquaient pas à leur entreprise (20 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 27 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), tandis que près d'un sur dix ignorait si son entreprise appliquait les exigences (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 16. Application des exigences de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada



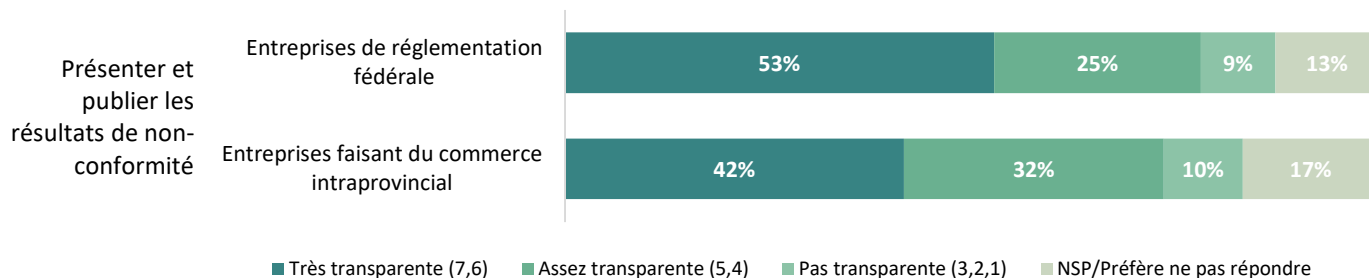
QA11B. À votre connaissance, votre entreprise a-t-elle appliqué les exigences de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada? Base : Entreprises dont les produits peuvent poser un risque de contamination par la listériose et qui étaient à tout le moins assez au courant de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=77; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=26.

Transparence

Les répondants qui connaissaient à tout le moins assez bien les activités de l'ACIA (notes de 4 et plus) devaient indiquer dans quelle mesure l'ACIA faisait preuve de transparence lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité. Une échelle de 7 points a été utilisée, 7 signifiant « très grande transparence » et 1, « aucune transparence ».

Plus de la moitié (53 %) des entreprises assujetties à la réglementation fédérale croyaient que l'ACIA faisait preuve d'une très grande transparence lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité (42 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial). Le quart des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (25 %) étaient d'avis qu'elle était assez transparente comparativement à 32 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial. Une plus faible proportion croyait que l'ACIA n'était pas très transparente (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 10 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou était incertaine (13 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 17. Transparence de l'ACIA



QT2. À votre avis, à quel point l'ACIA fait preuve de transparence lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité? 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 : Entreprises qui connaissent les activités de l'ACIA, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=476; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=144.

Principales constatations

Les entreprises les plus susceptibles de croire que l'ACIA fait preuve d'une grande transparence lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les moyennes et les grandes entreprises (61 %) comparativement aux petites entreprises (47 %) et aux microentreprises (42 %)

Entreprises faisant du commerce intraprovincial seulement

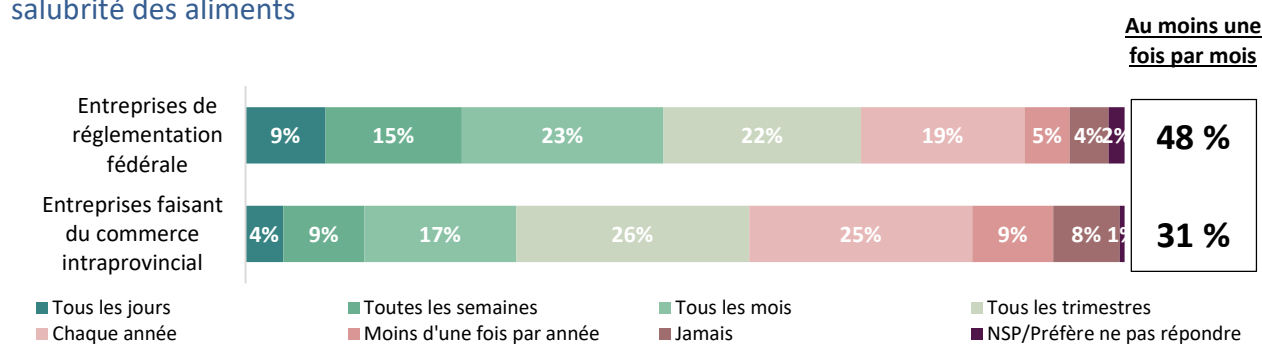
- Les moyennes et les grandes entreprises (57 %) par rapport aux microentreprises (30 %)

Recherche d'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments

Questionnées sur la fréquence à laquelle ils recherchaient de l'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments ou sur les exigences de toutes sortes, 48 % des entreprises assujetties à la réglementation fédérale et 31 % des entreprises qui font du commerce intraprovincial ont affirmé le faire au moins une fois par mois.

Plusieurs ont indiqué qu'elles recherchaient cette information tous les trimestres (22 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 26 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou environ une fois par année (19 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 25 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Une plus faible proportion a mentionné qu'elle recherchait cette information moins d'une fois par année (5 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 9 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou jamais (4 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 18. Fréquence de la 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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Les entreprises les plus susceptibles de rechercher de l'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments au moins tous les mois étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Canada atlantique (62 %) comparativement à celles du Québec (40 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (58 %) par rapport aux petites entreprises (41 %) et aux microentreprises (36 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

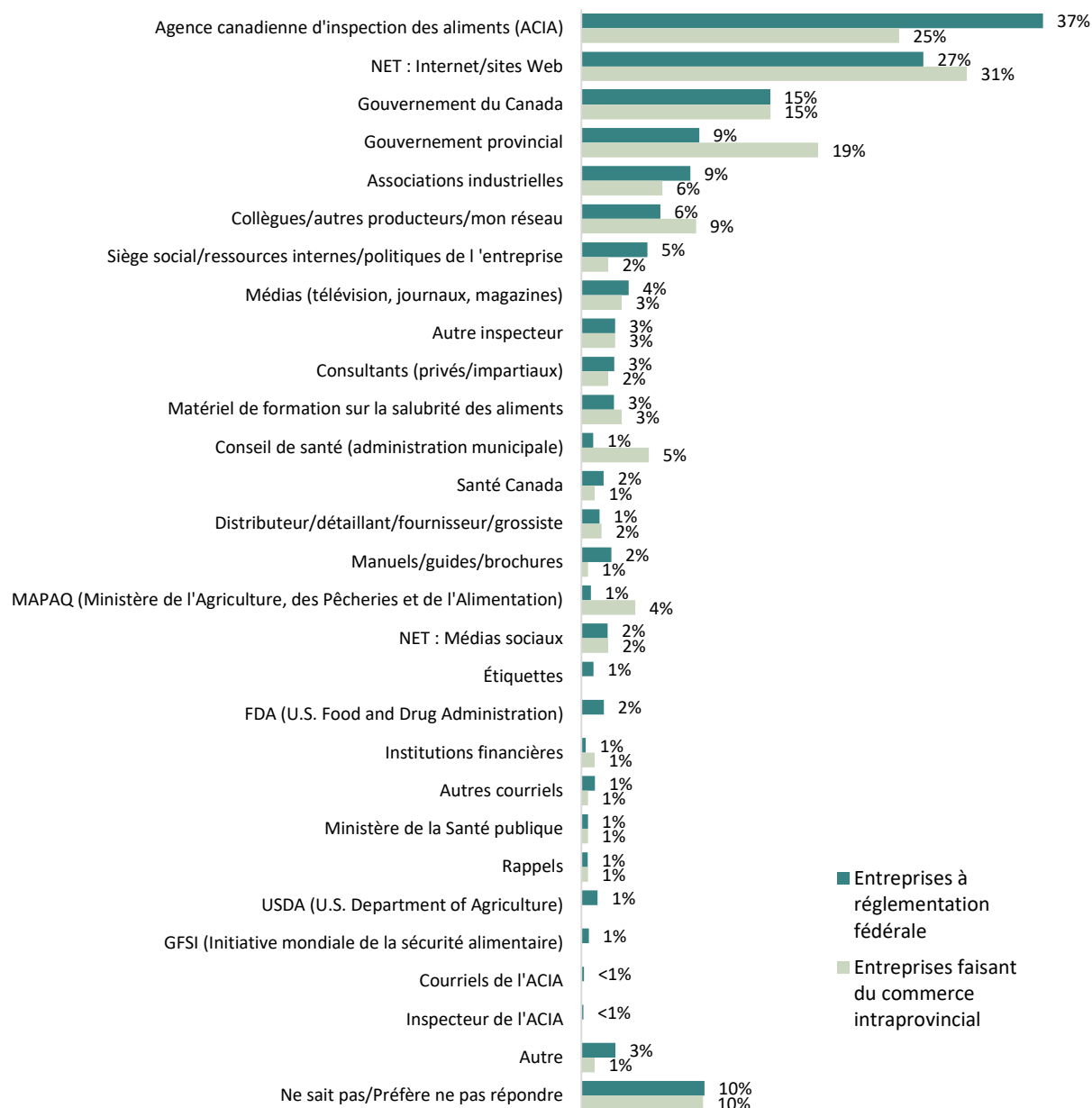
- Les entreprises de l'Ontario (41 %) comparativement à celles du Québec (22 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (41 %) et les petites entreprises (44 %) par rapport aux microentreprises (17 %)

En ce qui concerne les sources d'information sur la réglementation et les exigences en matière de salubrité des aliments, l'ACIA est celle qui a été la plus souvent mentionnée par les entreprises assujetties à la réglementation fédérale (37 % comparativement à 25 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial), alors que l'Internet en général était la principale source utilisée par les entreprises qui font du commerce intraprovincial (31 % comparativement à 27 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Le gouvernement du Canada a été mentionné par les deux segments (15 % de part et d'autre), tandis que les entreprises qui font du commerce intraprovincial étaient deux fois plus susceptibles de mentionner le gouvernement provincial (19 % par rapport à 9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Les autres sources couramment utilisées sont les associations industrielles (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), les collègues (6 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 9 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et les ressources internes (5 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 2 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), entre autres.

Figure 19. Sources d'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments



Q13. Quelles sources d'information consultez-vous ou avez-vous consultées dans le passé pour obtenir des renseignements sur la réglementation en matière de salubrité des aliments? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

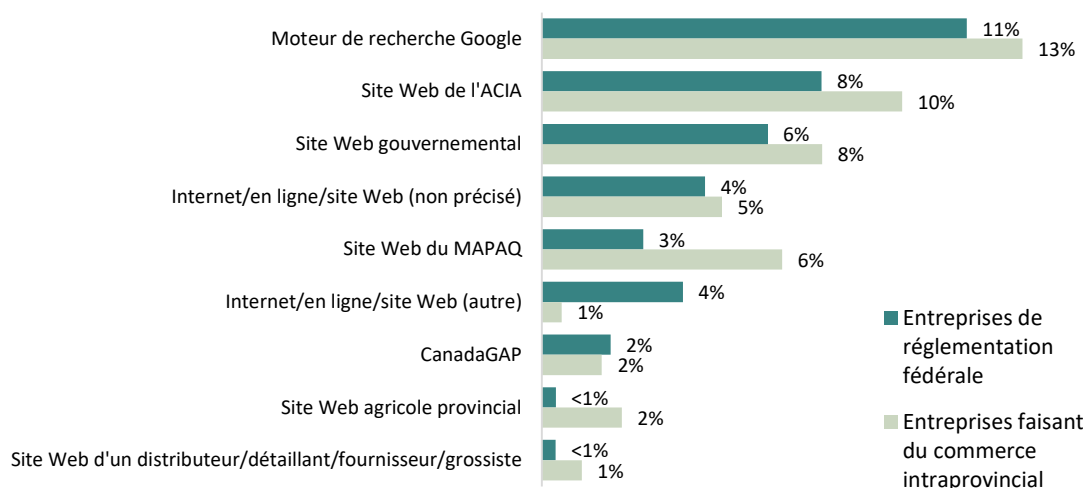
Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'avoir déjà utilisé l'ACIA pour obtenir de l'information sur la réglementation en matière de salubrité des aliments étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les grossistes/distributeurs (54 %) et les transformateurs/fabricants (53 %) comparativement aux entreprises agricoles (33 %) et les détaillants (18 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (43 %) par rapport aux petites entreprises (30 %) et aux microentreprises (32 %)

Les principales sources d'information en ligne mentionnées par les représentants d'entreprise étaient le moteur de recherche Google (11 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 13 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le site Web de l'ACIA (8 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 10 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), les sites Web gouvernementaux (6 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et le site Web du MAPAQ (3 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 20. Sources d'information en ligne sur la réglementation en matière de salubrité des aliments

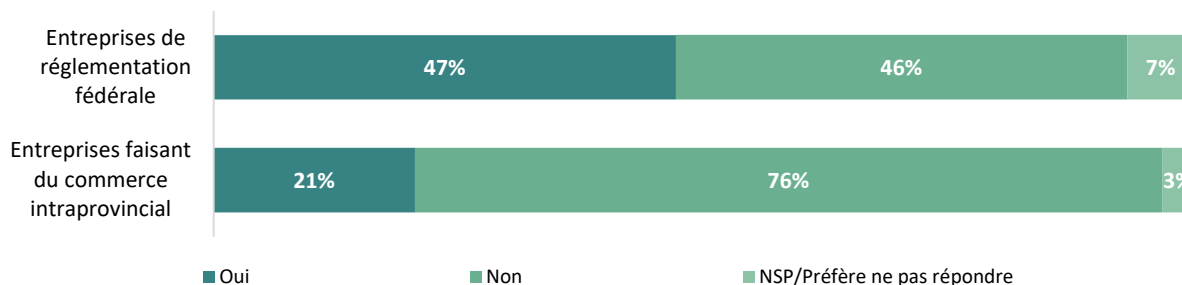


Q13. Quelles sources d'information consultez-vous ou avez-vous consultées dans le passé pour obtenir des renseignements sur la réglementation en matière de salubrité des aliments? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Communications de l'ACIA

Les représentants d'entreprise ont été interrogés pour savoir s'ils avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année. Près de la moitié des entreprises assujetties à la réglementation fédérale (47 %) se rappelaient d'avoir reçu de l'information de l'ACIA, soit deux fois plus que les entreprises qui font du commerce intraprovincial (21 %).

Figure 21. Réception d'information de l'ACIA dans la dernière année



Q14A. Avez-vous reçu de l'information de l'ACIA au cours de la dernière année? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, ceux les plus susceptibles d'avoir reçu de l'information de l'ACIA étaient les suivants :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ontario (53 %) et du Québec (52 %) comparativement à celles de l'Ouest canadien (35 %)
- Les transformateurs/fabricants (61 %), les grossistes/distributeurs (56 %) et les entreprises agricoles (51 %) par rapport aux détaillants (29 %)
- Les moyennes et les grandes entreprises (58 %) comparativement aux petites entreprises (39 %) et aux microentreprises (36 %)

Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

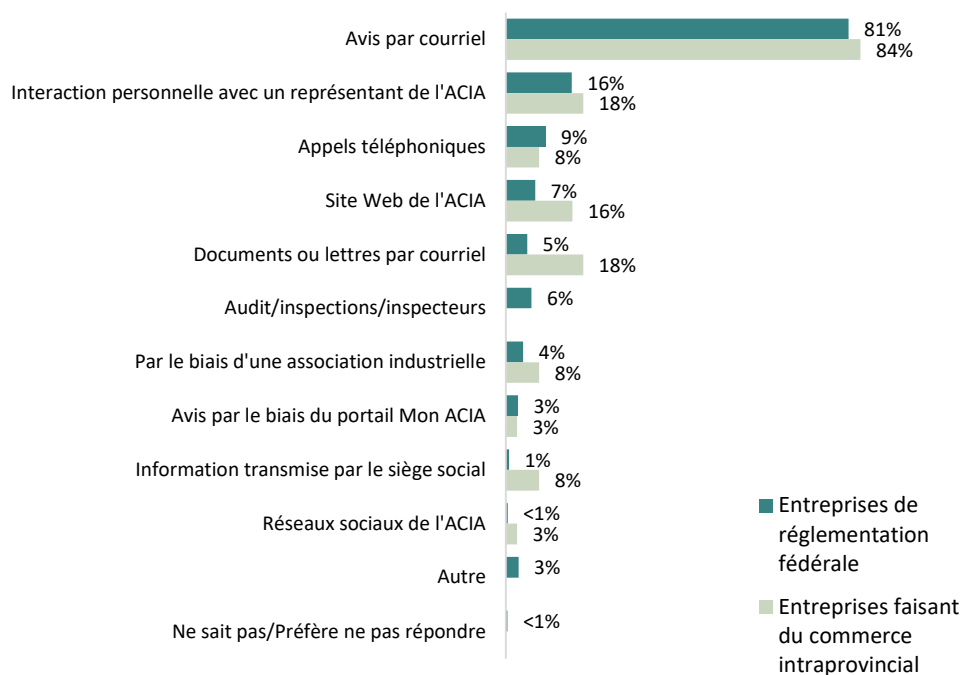
- Les moyennes et les grandes entreprises (35 %) et les petites entreprises (24 %) comparativement aux microentreprises (10 %)

Ceux qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année devaient préciser de quelle manière ils l'avaient reçue. La plupart des répondants avaient reçu des avis par courriel de l'ACIA (81 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 84 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Parmi les autres sources mentionnées, il convient de noter une interaction personnelle avec un représentant de l'ACIA (16 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), des appels téléphoniques (9 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le site Web de l'ACIA (7 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 16 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), des documents ou lettres par la poste (5 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou durant un audit ou une inspection de l'ACIA (6 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Une plus faible proportion a mentionné une association industrielle (4 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), des avis par le biais du portail Mon ACIA (3 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 3 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), de l'information transmise par le siège social (1 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 8 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) ou par les réseaux sociaux de l'ACIA (<1 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 3 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 22. Mode de réception de l'information de l'ACIA



QI4B. 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 : Entreprises qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=244; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=38.

Principales constatations

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

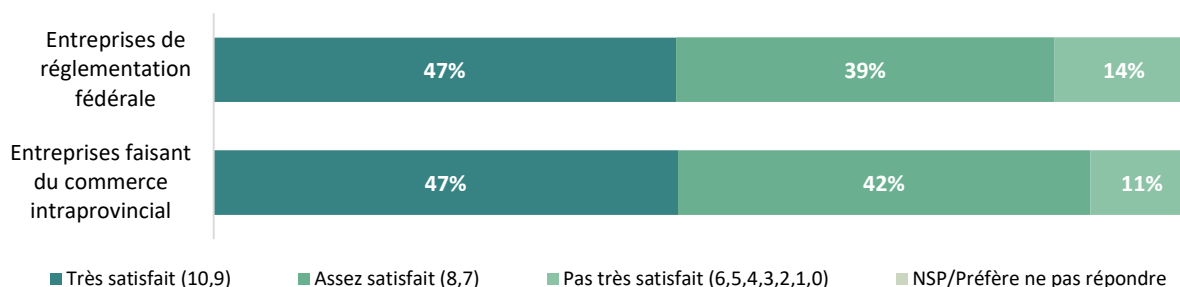
- Les entreprises du Québec (89 %), de l'Ouest canadien (83 %) et de l'Ontario (80 %) étaient plus nombreuses à avoir reçu des avis par courriel par rapport à celles du Canada atlantique (48 %).
- Les petites entreprises étaient plus susceptibles d'avoir reçu des avis par courriel par rapport aux microentreprises (91 % contre 75 %).
- Les transformateurs/fabricants étaient plus nombreux à avoir reçu de l'information de l'ACIA lors d'une interaction personnelle avec un représentant de l'Agence par rapport aux grossistes/distributeurs (23 % contre 9 %).

Ceux qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année devaient évaluer leur satisfaction avec ces communications, sur une échelle de 11 points où 10 signifiait « très satisfait » et 0, « pas du tout satisfait ».

Les résultats étaient identiques pour les deux segments, avec près de la moitié des représentants d'entreprise qui se disaient très satisfaits des communications de l'ACIA (notes de 9 ou 10; 47 %).

de part et d'autre). Une proportion légèrement plus faible était moyennement satisfaite (notes de 7 ou 8; 39 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 42 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), ou n'étaient pas très satisfaites (notes de 6 ou moins; 14 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 11% pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 23. Satisfaction à l'égard des communications de l'ACIA



Q15. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) 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(e) » et 10 signifie que vous êtes « très satisfait(e) ». Base : Entreprises qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=244; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=38.

Principales constatations

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les grossistes/distributeurs étaient plus susceptibles de se dire très satisfaits des communications de l'ACIA par rapport aux entreprises agricoles (56 % contre 30 %).
- Les moyennes et les grandes entreprises (51 %) et les microentreprises (51 %) étaient plus enclines à se dire très satisfaites des communications de l'ACIA par rapport aux petites entreprises (30 %).

Les répondants devaient fournir une raison pour leur évaluation. Les résultats contenus dans le présent rapport se limitent aux entreprises assujetties à la réglementation fédérale (n=240), compte tenu de la taille restreinte de l'échantillon des entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement (n=38).

Ceux qui se disaient très satisfaits (notes de 9 ou 10) ont fourni les raisons suivantes : aucun problème avec les communications et sentiment d'être bien informés (47 %), information claire (26 %), personnel réceptif (26 %) et mises à jour en temps opportun (16 %).

Ceux qui étaient moyennement satisfaits (notes de 7 ou 8) ont formulé des commentaires positifs, tout en proposant des améliorations. Ceux-ci ont fourni plusieurs raisons pour expliquer leur note : pas de problème avec les communications (18 %), communications floues (18 %),

place pour l'amélioration (14 %), difficulté avec des communications antérieures ou manque d'information (12 %), et lenteur des réponses (12 %).

Ceux qui se disaient peu satisfaits (notes de 6 ou moins) ont été nombreux à invoquer les communications floues (28 %), les problèmes avec des communications antérieures ou le manque d'information (27 %), le manque de communications proactives (19 %) et la lenteur des réponses (10 %).

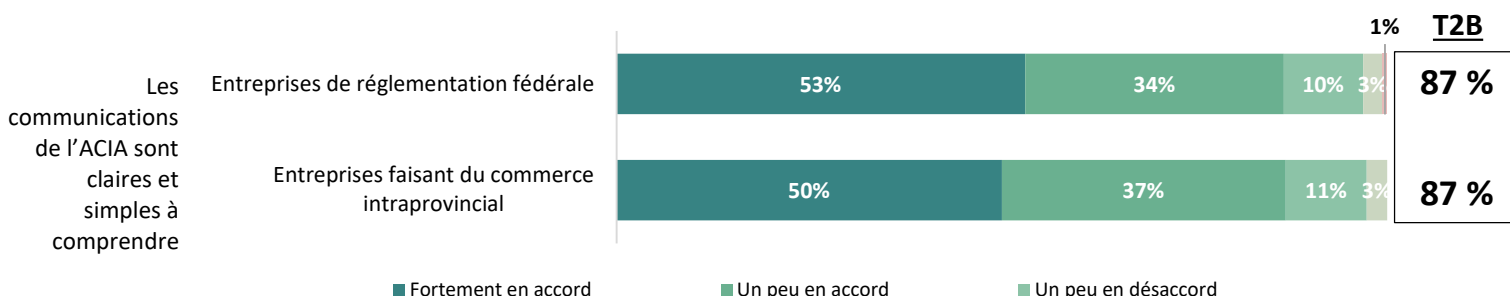
Figure 24. Raisons pour les notes de satisfaction à l'égard des communications de l'ACIA – entreprises assujetties à la réglementation fédérale

Entreprises très satisfaites (notes de 10,9)	(n=117)	Entreprises assez satisfaites (notes de 8,7)	(n=86)	Entreprises insatisfaites (notes de 6,5,4,3,2,1,0)	(n=37)
Satisfait/aucun problème avec les communications/bien informé	47%	Satisfait/aucun problème avec les communications/bien informé	18%	Communications qui manquent de clarté/floues	28%
Information claire	26%	Communications qui manquent de clarté/floues	18%	Insatisfait/a eu de la difficulté avec les communications/pas bien informé	27%
Personnel réceptif	26%	Toujours place à amélioration	14%	Communications qui ne sont pas proactives	19%
Mises à jour en temps opportun	16%	Insatisfait/a eu de la difficulté avec les communications/pas bien informé	12%	Personnel lent à répondre	10%
Communications qui manquent de clarté/floues	2%	Personnel lent à répondre	12%	Information claire	5%
Communications accessibles	2%	Communications qui ne sont pas proactives	9%	Communications qui ne sont pas directes	5%
Toujours place à amélioration	1%	Mises à jour en temps opportun	7%	Site Web non convivial	4%
Insatisfait/a eu de la difficulté avec les communications/pas bien informé	1%	Information claire	6%	Satisfait/aucun problème avec les communications/bien informé	3%
Information qui n'a pas été reçue en temps opportun	1%	Personnel réceptif	5%	Personnel réceptif	3%
Personnel lent à répondre	1%	Site Web non convivial	5%	Autre	20%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	4%	Communications qui ne sont pas directes	2%	Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	4%
		Information qui n'a pas été reçue en temps opportun	2%		
		Autre	11%		
		Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	8%		

I6. Pourquoi donnez-vous une note de [INSÉRER LA RÉPONSE DE I5] sur 10 à l'ACIA pour ses communications avec votre entreprise? Base : Entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année et qui ont fourni une note de satisfaction valide, n=240.

La plupart des représentants d'entreprise qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année s'accordaient pour dire que les communications de l'Agence étaient claires et simples à comprendre (87 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale et les entreprises qui font du commerce intraprovincial). Environ la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord avec cet énoncé (53 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 50 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 25. Impressions des communications de l'ACIA



Q18. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord pour dire que les communications de l'ACIA sont claires et simples à comprendre? Base : Entreprises qui avaient reçu de l'information de l'ACIA dans la dernière année, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=244; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=38.

Principales constatations

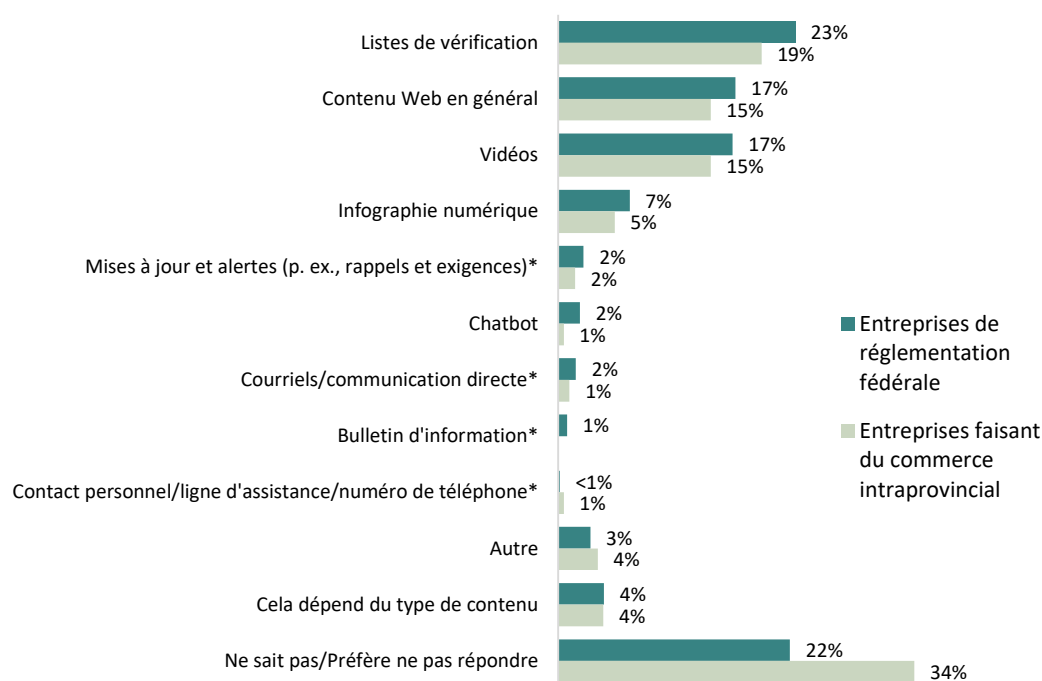
Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les grossistes/distributeurs étaient plus enclins à être fortement en accord pour dire que les communications de l'ACIA sont claires et simples à comprendre comparativement aux entreprises agricoles (63 % contre 38 %).

Invités à sélectionner les types de produits d'information qu'ils préféreraient recevoir de l'ACIA, les répondants des deux segments ont eu des réactions mitigées. Les types de produits qui ont été privilégiés, tous segments confondus, étaient les listes de vérification (23 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 19 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), le contenu Web en général (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 15 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et les vidéos (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 15 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Plusieurs répondants étaient incertains ou n'ont indiqué aucune préférence (22 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 34 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 26. Préférences relatives aux produits d'information



Q19B. Y a-t-il un produit d'information en particulier que vous aimeriez recevoir de l'ACIA? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185. *Cette option n'était pas présentée aux répondants.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les préférences en matière d'information de l'ACIA étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises de l'Ouest canadien étaient plus nombreuses à préférer les vidéos comparativement à celles de l'Ontario (22 % contre 12 %).
- Les entreprises de l'Ontario (10 %) et de l'Ouest canadien (9 %) étaient plus nombreuses à préférer l'infographie numérique par rapport à celles du Québec (3 %).
- Les entreprises agricoles étaient plus susceptibles que les grossistes/distributeurs à préférer les vidéos (24 % contre 10 %).

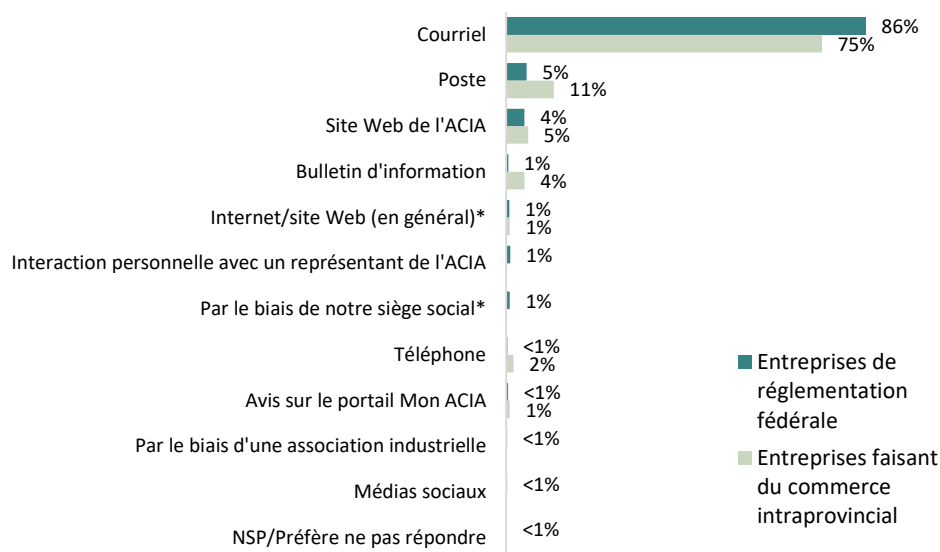
Entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement

- Les entreprises de l'Ontario (53 %) étaient plus susceptibles que celles du Québec (14 %) et de l'Ouest canadien (10 %) à préférer les listes de vérification.
- Les entreprises de l'Ouest canadien (28 %) étaient plus enclines que celles du Québec (12 %) et de l'Ontario (8 %) à préférer les vidéos.

Les représentants d'entreprise qui souhaitent recevoir un produit d'information de l'ACIA en particulier devaient indiquer les modes de communication qu'ils privilégiaient pour ces types de produits.

Le courriel a été de loin le favori pour les communications de l'ACIA (86 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 75 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), suivi de la poste (5 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 11 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et le site Web de l'ACIA (4 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 5 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 27. Moyens de communication favoris pour recevoir l'information de l'ACIA



Q19A. Comment préféreriez-vous que l'ACIA vous communique les informations dont vous avez besoin? Base : Entreprises qui souhaitent recevoir des produits d'information de l'ACIA, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=365; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=114. *Cette option n'était pas présentée aux répondants.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les préférences en matière de moyens de communication étaient les suivantes :

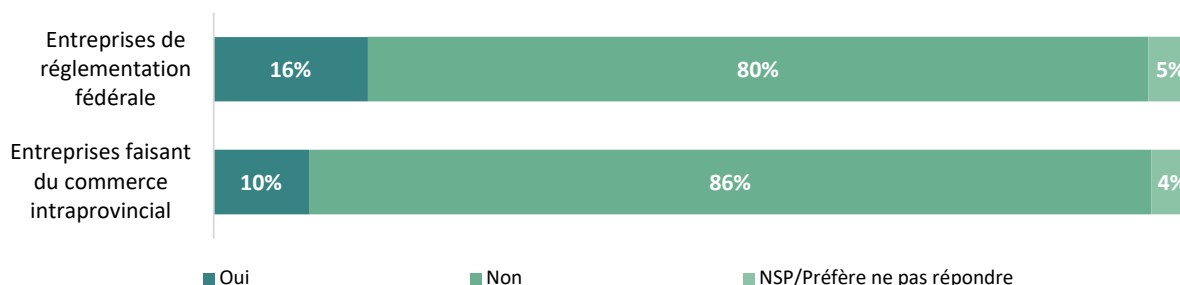
Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises au Québec (95 %) étaient plus susceptibles que celles de l'Ontario (82 %) et de l'Ouest canadien (81 %) à préférer le courriel.
- Les entreprises dans l'Ouest canadien (10 %) étaient plus enclines que celles de l'Ontario (3 %) et du Québec (1 %) à préférer que l'information soit disponible sur le site Web de l'ACIA.

- Les entreprises agricoles (94 %), les transformateurs/fabricants (89 %) et les grossistes/distributeurs (89 %) étaient plus nombreux que les détaillants (76 %) à privilégier le courriel.
- Par ailleurs, les détaillants (11 %) étaient plus susceptibles que les grossistes/distributeurs (3 %), les transformateurs/fabricants (2 %) et les entreprises agricoles (0 %) à préférer la poste.

Lorsque nous avons demandé aux représentants d'entreprise s'ils avaient eu de la difficulté à obtenir l'information dont ils avaient besoin de l'ACIA au cours des dernières années, 16 % des entreprises assujetties à la réglementation fédérale ont répondu par l'affirmative (comparativement à 10 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial). La plupart des représentants n'avaient eu aucune difficulté à obtenir l'information (80 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 86 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 28. Difficulté à obtenir l'information de l'ACIA



Q12. Au cours des dernières années, avez-vous eu de la difficulté à obtenir les informations dont vous aviez besoin de l'ACIA? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Les entreprises les plus susceptibles à avoir eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA étaient les suivantes :

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

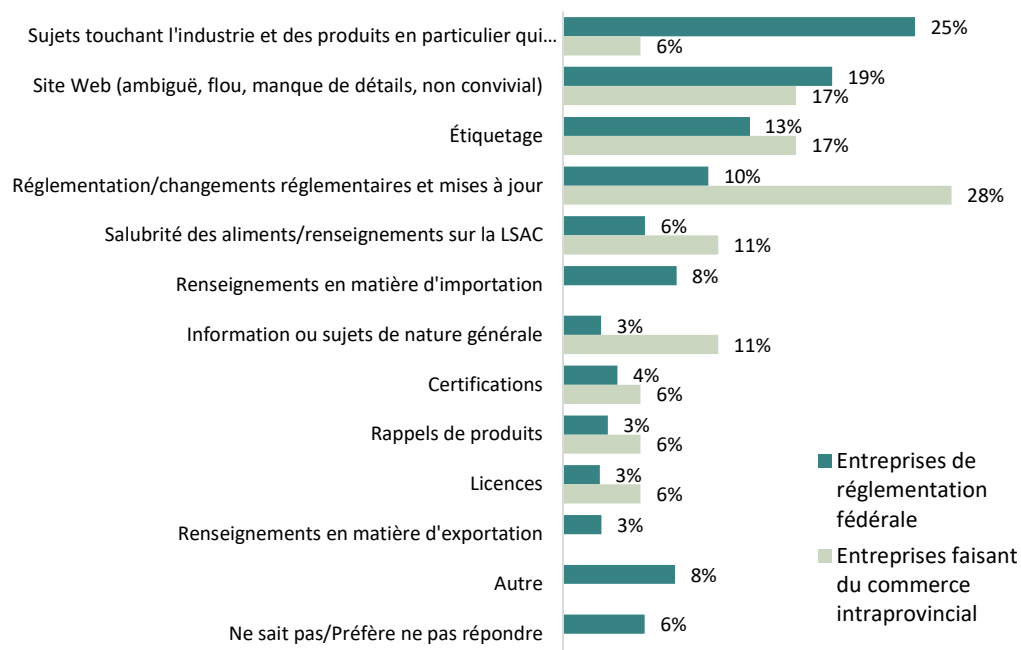
- Les entreprises du Québec comparativement à celles du Canada atlantique (20 % contre 8 %)
- Les entreprises agricoles (24 %), les grossistes/distributeurs (20 %) et les transformateurs/fabricants (18 %) comparativement aux détaillants (7 %)

Ceux qui avaient eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA (n=81 entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=18 entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) devaient indiquer quels étaient les sujets sur lesquels ils avaient eu du mal à obtenir de l'information.

Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient plus susceptibles d'avoir éprouvé des difficultés à obtenir de l'information sur une industrie ou des produits en particulier (25 % comparativement à 6 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial). Les représentants d'entreprises qui font du commerce intraprovincial étaient plus enclins à mentionner la réglementation ou les changements réglementaires (28 % par rapport à 10 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale).

Parmi les autres sujets mentionnés, il convient de noter la confusion entourant le site Web (19 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), l'étiquetage (13 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 17 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) et l'information sur la salubrité des aliments (6 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 11 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 29. Sujets sur lesquels les entreprises ont eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA

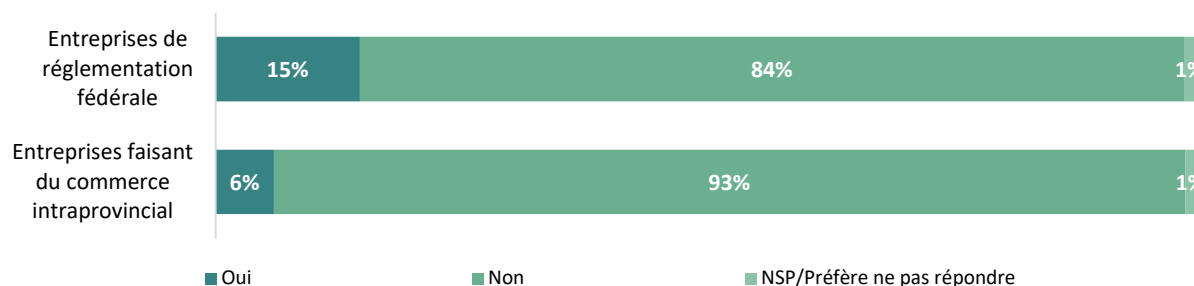


Q13. Sur quels sujets précis avez-vous eu de la difficulté à obtenir des informations? Base : Entreprises qui avaient eu de la difficulté à obtenir de l'information de l'ACIA, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=81; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=18.

Demandez à l'ACIA

Les entreprises assujetties à la réglementation fédérale étaient presque trois fois plus nombreuses à avoir utilisé le service Demandez à l'ACIA comparativement aux entreprises qui font du commerce intraprovincial (15 % contre 6 %).

Figure 30. Utilisation de « Demandez à l'ACIA »



QC4. Avez-vous utilisé le service « Demandez à l'ACIA »? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Parmi les sous-segments, les entreprises les plus susceptibles d'avoir utilisé le service « Demandez à l'ACIA » étaient les suivantes :

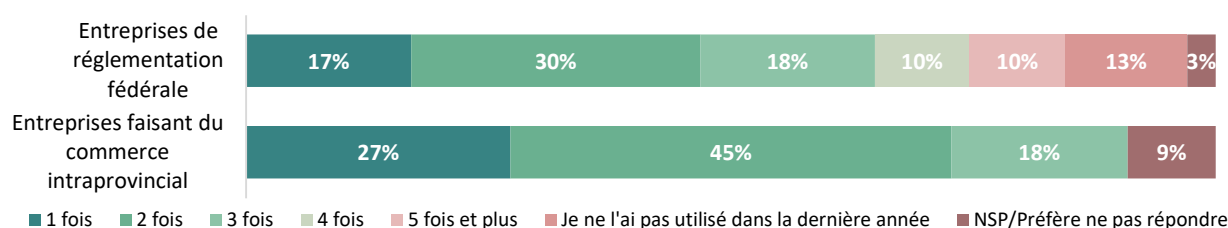
Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les entreprises du Québec par rapport à celles de l'Ouest canadien (18 % contre 9 %)
- Les grossistes/distributeurs (24 %) et les transformateurs/fabricants (19 %) par rapport aux détaillants (8 %)
- Les petites entreprises par rapport aux moyennes et aux grandes entreprises (21 % contre 11 %)

Ceux qui avaient déjà utilisé « Demandez à l'ACIA » dans le passé (n=80 entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=11 entreprises qui font du commerce intraprovincial) devaient indiquer à combien de reprises ils avaient utilisé ce service dans la dernière année.

Plusieurs représentants avaient utilisé le service une seule fois (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 27 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement), tandis que la plupart l'avaient utilisé deux fois dans la dernière année (30 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 45 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement). Une proportion identique avait utilisé le service trois fois (18 % de part et d'autre), et seules les entreprises assujetties à la réglementation fédérale l'avaient utilisé quatre fois (10 %) ou cinq fois ou plus (10 %). Parmi les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 13 % ont affirmé ne pas avoir fait appel à ce service dans la dernière année.

Figure 31. Nombre de fois où le service « Demandez à l'ACIA » a été utilisé dans la dernière année

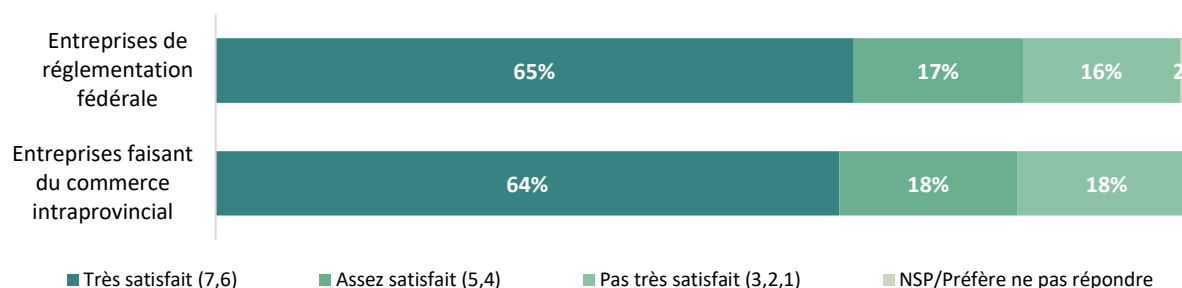


QC5. Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous fait appel au service « Demandez à l'ACIA »? Base : Entreprises qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA », entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=80; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=11.

Ceux qui avaient eu recours au service « Demandez à l'ACIA » dans la dernière année devaient évaluer leur niveau de satisfaction à l'égard du service. Pour ce faire, nous avons utilisé une échelle de 7 points où 7 signifiait « très satisfait » et 1, « pas du tout satisfait ».

Près des deux tiers des répondants (65 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 64 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) étaient très satisfaits (notes de 6 ou 7) et environ un sur cinq (17 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial) était moyennement satisfait (notes de 4 ou 5) ou peu satisfait (notes de 1, 2 ou 3) (16 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 18 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement).

Figure 32. Satisfaction générale à l'égard du service « Demandez à l'ACIA »



QC7. 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) ». Base : Entreprises qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA », entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=80; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=11.

Ceux qui ont donné une note de satisfaction à l'égard du service « Demandez à l'ACIA » devaient en expliquer les raisons. Les résultats contenus au présent rapport se limitent aux entreprises assujetties à la réglementation fédérale (n=79), compte tenu de la taille restreinte de l'échantillon des entreprises qui font du commerce intraprovincial (n=11).

Les plus satisfaits avec le service ont invoqué les réponses claires et utiles (34 %), leur satisfaction générale envers le service (34 %) et le délai rapide de réponse (11 %).

Par ailleurs, ceux qui n'étaient pas très satisfaits ont parlé des retards de service et de la lenteur des réponses (57 %), ainsi que des réponses floues ou l'information inutile (37 %).

Figure 33. Raisons pour l'évaluation de « Demandez à l'ACIA » – entreprises assujetties à la réglementation fédérale

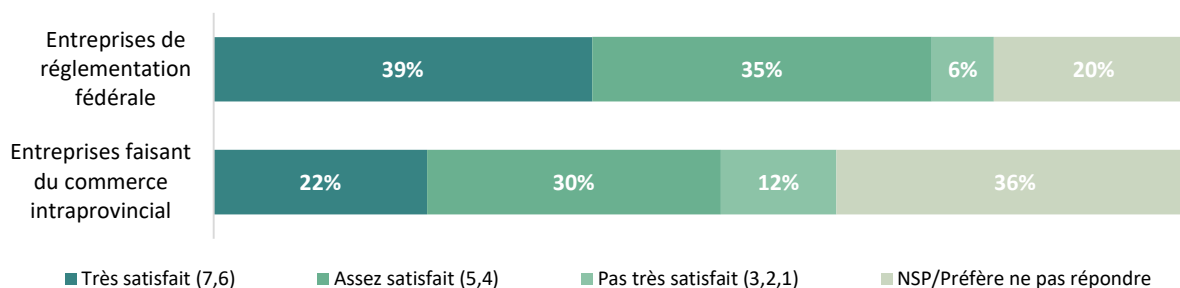
Raisons fournies	Total (n=79)	Utilisateurs peu ou moyennement satisfaits	Utilisateurs très satisfaits
		(n=27) (notes de 5,4,3,2,1)	(n=52) (notes de 7,6)
Réponse claire/information utile	24%	6%	34%
Retard de service/réponse lente	24%	57%	7%
Satisfait du service/bon service (en général)	24%	4%	34%
Réponse floue/information inutile	14%	37%	2%
Réponse rapide/service réceptif	7%	-	11%
Insatisfait du service/mauvais service (en général)	6%	14%	2%
Facilité d'accès/service convivial	4%	-	7%
Difficile à utiliser/à explorer	1%	-	1%
Autre	9%	3%	12%
Ne sait pas/Préfère ne pas répondre	8%	4%	9%

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 : Entreprises assujetties à la réglementation fédérale qui avaient utilisé le service « Demandez à l'ACIA » et fourni une note de satisfaction valide, n=79.

Les entreprises devaient indiquer leur niveau de satisfaction envers les changements apportés par l'ACIA aux services numériques depuis la pandémie de COVID-19. Pour ce faire, nous avons utilisé une échelle de 7 points où 7 signifiait « très satisfait » et 1, « pas du tout satisfait ».

Près d'une entreprise sur cinq assujetties à la réglementation fédérale (39 %) était très satisfaite (notes de 6 ou 7) comparativement à 22 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial. Environ le tiers des répondants (35 % pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale, 30 % pour les entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement) étaient moyennement satisfaits (notes de 4 ou 5). Plusieurs entreprises ont choisi de ne pas répondre.

Figure 34. Satisfaction générale à l'égard des services numériques de l'ACIA



QC9. Depuis le début de la pandémie de COVID-19, l'ACIA a amélioré ses services numériques. Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des changements apportés à ces services? 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) ». Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516; entreprises qui font du commerce intraprovincial seulement, n=185.

Principales constatations

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

- Les transformateurs/fabricants étaient plus susceptibles que les grossistes/distributeurs à être très satisfaits des changements apportés aux services numériques (20 % contre 6 %).
- Les entreprises agricoles étaient plus susceptibles que les transformateurs/fabricants à se dire incertains quant aux changements apportés aux services numériques (47 % contre 28 %).
- Les entreprises du Québec (48 %) étaient plus nombreuses à se dire incertaines comparativement à celles de l'Ontario (30 %) et de l'Ouest canadien (24 %).

Méthodologie

Tous les travaux de recherche ont été menés conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

La méthodologie comportait deux phases de recherche :

- Phase 1 : Des groupes de discussion en ligne avec des représentants d'entreprises alimentaires canadiennes
- Phase 2 : Un sondage téléphonique national mené auprès de représentants d'entreprises alimentaires canadiennes

Recherche qualitative

La recherche qualitative consistait en six groupes de discussion en ligne composés de représentants d'entreprises alimentaires canadiennes. Les séances se sont déroulées du 12 au 26 novembre 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 la 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 discussion, 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 avait 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. Quorus a recruté six participants pour s'assurer de la présence de cinq à six d'entre eux.

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 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.

Six groupes de discussion ont été organisés avec des représentants d'industries alimentaires. Au total, 33 personnes ont participé aux séances. Le calendrier des séances était le suivant :

Figure 35 – Calendrier des groupes de discussion

Emplacement	Langue	Date (2024)	Participants
Atlantique	Anglais	12 novembre	4
Prairies (MB/SK/AB/TNO)	Anglais	14 novembre	6
Ontario/Nunavut	Anglais	18 novembre	6
Québec	Anglais	25 novembre	6
Québec	Français	25 novembre	6
Colombie-Britannique/Yukon	Anglais	26 novembre	5
			Total : 33

Recherche quantitative

Aperçu

La recherche quantitative consistait en un sondage téléphonique national mené auprès d'entreprises alimentaires. Au total, 701 entreprises canadiennes y ont participé, du 4 décembre 2024 au 19 février 2025.

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 la 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).

Échantillon

Un sondage téléphonique national a été réalisé auprès d'entreprises alimentaires du Canada, d'après une liste de codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) approuvés par l'ACIA.

Le sondage a été conçu pour être administré à un échantillon aléatoire de 701 représentants de l'industrie :

- Des employés responsables de la conformité réglementaire au sein de petites, moyennes et 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 au sein d'entreprises du secteur des aliments industriels
- Une représentation de toutes les provinces et tous les territoires du Canada

La base de sondage a été sélectionnée à partir d'une liste d'entreprises provenant d'InfoCanada, un fournisseur de listes réputé dans l'industrie. Les codes SCIAN qui ont été utilisés sont présentés ci-dessous.

Figure 36. Codes SCIAN

INDUSTRIES CIBLÉES ET CODES SCIAN			
AGRICULTURE, FORESTERIE, PÊCHE ET CHASSE			
11121101	Culture de pommes de terre	11133402	Culture de petits fruits (sauf de fraises)
11121901	Autres cultures de légumes et de melons (sauf de pommes de terre)	11133902	Culture de fruits autres que les agrumes
11133101	Vergers de pommes	11141101	Culture de champignons
11133103	Vergers de pommes	11141902	Autres cultures vivrières en serre
11133104	Vergers de pommes		
FABRICATION			
31121102	Minoterie	31161301	Fonte de graisses animales et préparation de sous-produits de viande
31121106	Minoterie	31161302	Fonte de graisses animales et préparation de sous-produits de viande
31121107	Minoterie	31161501	Transformation de la volaille
311212	Usinage du riz	31171001	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer
31121301	Malterie	31171003	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer
311211	Mouture humide du maïs et amidonnerie	31171004	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer
31122402	Transformation du soja et autres oléagineux	31171007	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer
31122501	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	31171008	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer
31122505	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	31181202	Boulangeries commerciales
31122508	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	311813	Fabrication de gâteaux, tartes et autres produits de pâtisserie congelés
31122511	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	31182101	Fabrication de biscuits et craquelins
31122512	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	31182403	Fabrication de pâtes alimentaires sèches, de pâte et de mélanges de farine à partir de farine achetée
31122516	Raffinage et mélange de graisses et d'huiles	31182404	Fabrication de pâtes alimentaires sèches, de pâte et de mélanges de farine à partir de farine achetée
31123001	Fabrication de céréales pour petit déjeuner	311830	Fabrication de tortillas
311313	Raffinage de sucre à betterave	31191102	Fabrication de noix grillées et de beurre d'arachides
31131401	Raffinage de sucre de cane	31191901	Fabrication d'autres aliments à grignoter
31131403	Raffinage de sucre de cane	31191905	Fabrication d'autres aliments à grignoter
311340	Fabrication de confiseries non chocolatées	31191906	Fabrication d'autres aliments à grignoter
31135101	Fabrication de chocolat et de confiseries chocolatées à partir de fèves de cacao	31192001	Fabrication de café et de thé
31135201	Fabrication de confiseries à partir de chocolat acheté	31192002	Fabrication de café et de thé
31141102	Fabrication de fruits, jus de fruits et de légumes congelés	311930	Fabrication de sirops et de concentrés aromatisants
31141202	Fabrication d'aliments spécialisés congelés	31194101	Fabrication de mayonnaise, de vinaigrettes et d'autres sauces préparées
31141203	Fabrication d'aliments spécialisés congelés	31194103	Fabrication de mayonnaise, de vinaigrettes et d'autres sauces préparées
31141204	Fabrication d'aliments spécialisés congelés	31194202	Fabrication d'épices et d'extraits

31142101	Mise en conserve de fruits et légumes	31194203	Fabrication d'épices et d'extraits
31142103	Mise en conserve de fruits et légumes	311991	Fabrication d'aliments préparés périssables
31142104	Mise en conserve de fruits et légumes	31199901	Fabrication de tous les autres aliments
31142106	Mise en conserve de fruits et légumes	31199902	Fabrication de tous les autres aliments
31142107	Mise en conserve de fruits et légumes	31199905	Fabrication de tous les autres aliments
31142303	Fabrication d'aliments secs et déshydratés	31199906	Fabrication de tous les autres aliments
31151201	Fabrication de beurre	31199908	Fabrication de tous les autres aliments
31151301	Fabrication de fromage	31199910	Fabrication de tous les autres aliments
31151402	Fabrication de produits laitiers secs, concentrés et évaporés	31199913	Fabrication de tous les autres aliments
31152001	Fabrication de crème glacée et de desserts congelés	31199917	Fabrication de tous les autres aliments
31161101	Abattage d'animaux (sauf la volaille)	31199919	Fabrication de tous les autres aliments
31161102	Abattage d'animaux (sauf la volaille)	31199920	Fabrication de tous les autres aliments
31161103	Abattage d'animaux (sauf la volaille)	31211101	Fabrication de boissons gazeuses
31161104	Abattage d'animaux (sauf la volaille)	31211102	Fabrication de boissons gazeuses
31161202	Transformation de la viande provenant des carcasses	31211103	Fabrication de boissons gazeuses
31161205	Transformation de la viande provenant des carcasses	312112	Fabrication d'eau en bouteille
31161207	Transformation de la viande provenant des carcasses	312113	Fabrication de glace
COMMERCE DE GROS			
42441003	Grossistes-marchands d'articles d'épicerie	42449010	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42441004	Grossistes-marchands d'articles d'épicerie	42449011	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42441005	Grossistes-marchands d'articles d'épicerie	42449013	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442001	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449015	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442002	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449017	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442003	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449018	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442004	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449019	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442005	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449022	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442006	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449024	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42442007	Grossistes-marchands de produits alimentaires congelés emballés	42449026	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42443009	Grossistes-marchands de produits laitiers (sauf les produits laitiers secs ou en conserve)	42449027	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42443010	Grossistes-marchands de produits laitiers (sauf les produits laitiers secs ou en conserve)	42449030	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42443012	Grossistes-marchands de produits laitiers (sauf les produits laitiers secs ou en conserve)	42449032	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42443013	Grossistes-marchands de produits laitiers (sauf les produits laitiers secs ou en conserve)	42449033	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42444001	Grossistes-marchands de volaille et de produits de volaille	42449034	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes

42444002	Grossistes-marchands de volaille et de produits de volaille	42449035	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42444003	Grossistes-marchands de volaille et de produits de volaille	42449037	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42445002	Grossistes-marchands de confiseries	42449042	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42445004	Grossistes-marchands de confiseries	42449044	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42445008	Grossistes-marchands de confiseries	42449046	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42445010	Grossistes-marchands de confiseries	42449047	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42446001	Grossistes-marchands de poissons et fruits de mer	42449050	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42446002	Grossistes-marchands de poissons et fruits de mer	42449055	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42447002	Grossistes-marchands de viande et de produits de viande	42449056	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42447005	Grossistes-marchands de viande et de produits de viande	42449057	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42447006	Grossistes-marchands de viande et de produits de viande	42449061	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42448007	Grossistes-marchands de fruits et de légumes frais	42449064	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes
42448008	Grossistes-marchands de fruits et de légumes frais	42451002	Grossistes-marchands de grains céréaliers et de haricots
42448009	Grossistes-marchands de fruits et de légumes frais	42451005	Grossistes-marchands de grains céréaliers et de haricots
42448010	Grossistes-marchands de fruits et de légumes frais	42459003	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
42448011	Grossistes-marchands de fruits et de légumes frais	42459005	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
42449002	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes	42459007	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
42449003	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes	42459008	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
42449005	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes	42459010	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
42449006	Grossistes-marchands d'autres produits d'épicerie et de produits connexes	42459017	Grossistes-marchands d'autres produits agricoles
COMMERCE DE DÉTAIL			
44511001	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529902	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511002	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529903	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511003	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529905	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511005	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529906	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511006	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529907	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511007	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529909	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44511008	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	44529910	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44512001	Dépanneurs	44529911	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521001	Boucheries	44529912	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521003	Boucheries	44529914	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521004	Boucheries	44529915	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521006	Boucheries	44529917	Autres détaillants d'alimentation spécialisés

44521009	Boucheries	44529918	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521010	Boucheries	44529920	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44521012	Boucheries	44529921	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44522003	Poissonneries	44529923	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44522004	Poissonneries	44529924	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44523001	Marchés de fruits et de légumes	44529927	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44523003	Marchés de fruits et de légumes	44529929	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44523005	Marchés de fruits et de légumes	44529930	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44523006	Marchés de fruits et de légumes	44529932	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44529202	Confiseries et détaillants de noix	44529934	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44529204	Confiseries et détaillants de noix	44529936	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44529205	Confiseries et détaillants de noix	44529938	Autres détaillants d'alimentation spécialisés
44529206	Confiseries et détaillants de noix		

Administration du sondage

Comme mentionné précédemment, le sondage a été réalisé par voie téléphonique, et programmé par Quorus et son partenaire de collecte de données, en anglais et en français, avec le logiciel d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO). Les répondants pouvaient remplir le questionnaire dans la langue officielle de leur choix. Un service d'assistance leur était offert par des employés bilingues, sous supervision bilingue en tout temps.

Lorsqu'un intervieweur ne s'exprimait pas dans la langue officielle demandée par le répondant, l'interview était alors transférée à un autre intervieweur, ou un rappel était effectué à l'intérieur d'un délai de 20 minutes (ou à un autre moment indiqué par le répondant). Lorsqu'un appel était fait dans une région avec une langue prédominante (p. ex., le français au Québec), l'appel initial était fait par un intervieweur s'exprimant dans la langue prédominante, afin de réduire au minimum le nombre de transferts requis.

En plus d'être soumis à un processus rigoureux de sélection et de formation, les superviseurs et les intervieweurs ont reçu une formation spécifique au projet, une revue du questionnaire avec sa terminologie, ses acronymes et les prononciations à utiliser, ainsi que des renseignements généraux sur les buts et les objectifs du projet.

Comme pour tous les autres projets, nous avons utilisé un ratio d'un superviseur pour dix intervieweurs en service. Ces superviseurs avaient pour mandat de répondre aux questions, de traiter les cas d'escalades, de s'assurer du bon fonctionnement de la technologie, et de surveiller les intervieweurs à leur insu.

Les répondants pouvaient vérifier la légitimité du sondage en contactant un représentant de Quorus, l'ACIA ou le service de vérification des recherches du CRIC.

Une fois programmé, le sondage a été soumis à un test rigoureux pour s'assurer que les questions étaient présentées dans le bon ordre et les instructions « passer à », bien en place. En plus du test, un essai préliminaire a été mené, avec 10 sondages en français et 11 en anglais. L'essai préliminaire avait pour but de s'assurer que :

- La formulation des questions était bien comprise et sans ambiguïté
- L'enchaînement des questions était approprié
- Les bonnes catégories de réponses étaient présentes avec chaque question
- Ni les questions individuelles ni le sondage dans son ensemble ne provoquaient de réactions négatives ou de malaise chez les répondants

Au terme de l'essai préliminaire, les données ont soigneusement été passées en revue afin d'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 19 minutes, des coupures ont été effectuées avant le lancement du sondage, et les réponses ont été incluses dans l'échantillon final. De plus, la définition des répondants « intraprovinciaux seulement » a été élargie pour améliorer le taux d'incidence, après que nous ayons découvert que certains répondants d'entreprises interprovinciales avaient été incorrectement classés comme répondants d'entreprises assujetties à la réglementation fédérale.

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 17 minutes.

Les tableaux qui suivent présentent les données sur la répartition, par industrie et par région, des entreprises alimentaires assujetties à la réglementation fédérale canadienne, 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 37. Distribution de la population cible et de l'échantillon final

Sous-segments	Échantillon (n=)	Échantillon (%)	Sondages remplis (non pondéré) (n=)	Sondages remplis (non pondéré) (%)	Sondages remplis (pondéré) (n=)	Sondages remplis (pondéré) (%)
Industrie – Agriculture, foresterie, pêche et chasse	8 053	15,9 %	69	13,4 %	109	21,1 %
Industrie – Fabrication	4 688	9,3 %	158	30,6 %	140	27,1 %
Industrie – Commerce de gros	10 274	20,3 %	101	19,6 %	91	17,5 %
Industrie – Commerce de détail	27 636	54,6 %	188	36,4 %	177	34,2 %
Région – Colombie-Britannique	6 418	12,7 %	64	12,4 %	59	11,3 %
Région – Alberta	5 066	10,0 %	51	9,9 %	46	9,0 %
Région – Saskatchewan	2 801	5,5 %	14	2,7 %	26	5,0 %
Région – Manitoba	1 783	3,5 %	19	3,7 %	16	3,1 %
Région – Ontario	17 003	33,6 %	150	29,1 %	162	31,3 %
Région – Québec	14 107	27,9 %	176	34,1 %	172	33,3 %
Région – Nouveau-Brunswick	1 022	2,0 %	12	2,3 %	9	1,7 %
Région – Nouvelle-Écosse	1 362	2,7 %	13	2,5 %	16	3,0 %
Région – Île-du-Prince-Édouard	294	0,6 %	5	1,0 %	4	0,8 %
Région – Terre-Neuve-et-Labrador	673	1,3 %	8	1,6 %	6	1,2 %
Région – Territoires	122	0,2 %	4	0,8 %	2	0,2 %

Pour cette étude, un contingent souple pour les entreprises « intraprovinciales seulement » a été établi en vue de maximiser la représentation de ce segment dans l'échantillon global (n=200). Au bout du compte, ces résultats demeurent non pondérés et sont présentés séparément des résultats pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale. Les résultats n'ont pas été pondérés, puisqu'il n'existe aucune donnée pour établir la distribution de ces types d'entreprises à l'échelle nationale ou régionale. Il convient également de noter que les entreprises de « commerce de détail seulement » ont été exclues de la participation.

Les données ont fait l'objet d'une surveillance pour s'assurer que les franchises comptant plusieurs emplacements n'étaient pas surreprésentées dans l'échantillon.

Les résultats pour les entreprises assujetties à la réglementation fédérale ont été pondérés en utilisant les résultats totaux par industrie de l'échantillon du fournisseur, puis par province.

Taux de participation/de réponse : Le taux ci-dessous a été calculé à l'aide des principaux éléments de la formule recommandée par la Direction de la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

Figure 38. Résultats d'achèvement :

A. Nombre total de tentatives d'appel	20 749
Nombre de numéros non valides	5 406
B. Non résolu (NR)	6 821
Aucune réponse/répondeur	6 821
C. Unités non répondantes (UNR)	7 158
Barrière linguistique	556
Impossibilité de réaliser l'entrevue (maladie ou décès)	179
Rappel (répondant non disponible)	1 402
Refus	4 917
Interruption	104
D. Unités répondantes (UR)	1 364
Quota rempli/non complété	65
Entrevues réalisées	733
Non admissible – Aucune de ces réponses à S5, S7 et S8	86
Non admissible – Commerce de détail seulement	480
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UNR + UR) = 1\,364 \div (6\,821 + 4\,511 + 1\,136)$	8.9%
Incidence	58,5 %

Étant donné que la méthodologie de sondage 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 les résultats des entreprises assujetties à la réglementation fédérale est de +/- 4,3 %, 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 %.

Une marge d'erreur n'a pu être calculée pour l'échantillon « intraprovincial seulement », étant donné que le total de la population était inconnu au moment de l'étude.

Profil des répondants

Figure 39. Segment des entreprises par région et taille d'entreprise

Réglementation	Total (n=701)	Atlantique (n=44)	Québec (n=254)	Ontario (n=213)	Ouest (n=190)	Micro (n=234)	Petite (n=167)	Moyenne / Grande (n=294)
Intraprovinciale seulement	26 %	14 %	31 %	29 %	21 %	36 %	27 %	18 %
Fédérale	74 %	86 %	69 %	71 %	79 %	64 %	73 %	82 %

Base : Tous les répondants, n=701.

Entreprises assujetties à la réglementation fédérale

Figure 40. Région par industrie et par taille d'entreprise

Région	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Atlantique (NET)	7%	10%	6%	3%	10%	7%	10%	7%
Nouveau-Brunswick	2%	4%	2%	2%	2%	2%	3%	2%
Nouvelle-Écosse	3%	1%	3%	1%	4%	1%	2%	4%
Terre-Neuve-et-Labrador	2%	1%	1%	-	3%	1%	4%	<1%
Île-du-Prince-Édouard	1%	3%	1%	-	1%	2%	1%	<1%
Québec	34%	42%	44%	50%	14%	31%	34%	37%
Ontario / Nunavut (NET)	29%	26%	23%	31%	36%	33%	26%	29%
Ontario	29%	26%	23%	31%	35%	33%	26%	28%
Nunavut	<1%	-	-	-	1%	-	-	1%
Ouest (NET)	29%	22%	27%	16%	41%	30%	30%	28%
Colombie-Britannique	12%	7%	13%	10%	15%	14%	12%	11%
Alberta	10%	6%	8%	5%	15%	13%	9%	9%
Manitoba	4%	6%	2%	1%	6%	1%	4%	4%
Saskatchewan	3%	3%	3%	-	4%	1%	4%	3%
Yukon	<1%	-	1%	-	1%	1%	-	<1%

QS1. Province/territoire. Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 41. Taille d'entreprise par industrie et par région

Taille de l'entreprise	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)
1 (travailleur autonome)	8 %	10 %	8 %	13 %	5 %	11 %	6 %	9 %	10 %
2-4 employés	21 %	23 %	18 %	27 %	19 %	16 %	20 %	23 %	20 %
5-10 employés	24 %	25 %	17 %	23 %	29 %	32 %	24 %	21 %	24 %
11-99 employés	35 %	35 %	40 %	34 %	32 %	29 %	40 %	32 %	35 %
100-499 employés	8 %	6 %	11 %	2 %	10 %	8 %	9 %	11 %	6 %
500 employés et plus	3 %	1 %	4 %	1 %	4 %	5 %	2 %	4 %	3 %
NSP / Préfère ne pas répondre	1 %	-	1 %	1 %	1 %	-	-	1 %	2 %

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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 42. Industrie par région et par taille d'entreprise

Industrie	Total (n=516)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Transformation ou fabrication	31 %	26 %	40 %	24 %	28 %	28 %	22 %	36 %
Commerce de détail	36 %	47 %	15 %	44 %	51 %	30 %	45 %	36 %
Agriculture	13 %	18 %	16 %	12 %	10 %	15 %	14 %	12 %
Commerce de gros ou distribution	20 %	8 %	29 %	20 %	11 %	27 %	19 %	15 %

QS4. Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux votre entreprise? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 43. Activités commerciales par région et par taille d'entreprise

Activités commerciales	Total (n=516)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Importation de produits alimentaires	62 %	45 %	52 %	71 %	70 %	53 %	66 %	67 %
Exportation de produits alimentaires	29 %	29 %	37 %	24 %	26 %	24 %	24 %	36 %
Expédition de produits alimentaires à une autre province ou un autre territoire	49 %	55 %	56 %	46 %	43 %	52 %	40 %	52 %
Aucune de ces réponses	6 %	5 %	6 %	7 %	4 %	12 %	4 %	3 %

QS5. Votre entreprise exerce-t-elle l'une des activités suivantes? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 44. Recours à un courtier par région et par taille d'entreprise

Recours à un courtier	Total (n=322)	Atlantique (n=17)	Québec (n=92)	Ontario (n=108)	Ouest (n=105)	Micro (n=79)	Petite (n=80)	Moyenne / Grande (n=161)
Nous-mêmes	28 %	35 %	34 %	30 %	20 %	38 %	30 %	22 %
Par l'entremise d'un courtier	43 %	47 %	35 %	39 %	52 %	38 %	40 %	47 %
Les deux	17 %	12 %	23 %	20 %	9 %	16 %	13 %	19 %
Autre	7 %	6 %	4 %	4 %	11 %	5 %	13 %	4 %
NSP / Préfère ne pas répondre	6 %	-	4 %	7 %	8 %	3 %	5 %	8 %

QS6. Importez-vous des produits alimentaires vous-même ou par l'entremise d'un courtier? Base : Importateurs de produits alimentaires assujettis à la réglementation fédérale, n=322.

Figure 45. Activités provinciales ou nationales par région et par taille d'entreprise

Activités provinciales ou nationales	Total (n=516)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments qui seront expédiés à une <u>autre</u> province, un autre territoire ou un <u>autre</u> pays	34 %	53 %	39 %	29 %	31 %	30 %	29 %	40 %
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments destinés au commerce à <u>l'intérieur de</u> votre province ou territoire	68 %	74 %	69 %	65 %	70 %	63 %	61 %	75 %
Aucune de ces réponses	27 %	21 %	26 %	30 %	27 %	31 %	36 %	20 %

QS7. Votre entreprise exerce-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 46. Ventes directes ou en ligne par région et par taille d'entreprise

Ventes directes ou en ligne	Total (n=516)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Vente d'aliments directement aux consommateurs	73 %	82 %	65 %	74 %	81 %	72 %	81 %	70 %
Vente de produits alimentaires en ligne	35 %	37 %	29 %	35 %	41 %	43 %	40 %	26 %
Aucune de ces réponses	22 %	13 %	30 %	22 %	14 %	20 %	16 %	26 %

QS8. Votre entreprise mène-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 47. Ventes provinciales ou nationales en ligne par région et par taille d'entreprise

Ventes provinciales ou nationales en ligne	Total (n=179)	Atlantique (n=14)	Québec (n=51)	Ontario (n=53)	Ouest (n=61)	Micro (n=64)	Petite (n=49)	Moyenne / Grande (n=63)
Vendez des produits alimentaires en ligne dans votre province ou territoire	94 %	100 %	92 %	92 %	97 %	95 %	86 %	100 %
Vendez des produits alimentaires en ligne à d'autres provinces ou d'autres pays	58 %	71 %	49 %	57 %	64 %	75 %	59 %	38 %
Aucune de ces réponses	1 %	-	2 %	2 %	-	-	4 %	-

QS9. Est-ce que vous...? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Les vendeurs en ligne assujettis à la réglementation fédérale, n=179.

Figure 48. Types de produits alimentaires traités par industrie et par taille d'entreprise

Types de produits alimentaires traités	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Aliments industriels	58 %	17 %	47 %	64 %	78 %	59 %	52 %	59 %
Fruits ou légumes frais	42 %	62 %	23 %	28 %	59 %	31 %	35 %	53 %
Produits de fruits ou de légumes transformés	40 %	19 %	29 %	36 %	59 %	35 %	29 %	48 %
Produits laitiers	38 %	9 %	25 %	18 %	70 %	23 %	37 %	47 %
Produits de viande et animaux pour alimentation humaine	35 %	12 %	20 %	22 %	65 %	19 %	36 %	45 %
Œufs et produits d'œufs transformés	31 %	12 %	15 %	16 %	59 %	14 %	30 %	42 %
Sirop d'érable ou produits de l'érable	31 %	20 %	14 %	19 %	55 %	24 %	25 %	38 %
Miel	30 %	17 %	12 %	19 %	57 %	20 %	25 %	40 %
Poissons	30 %	6 %	14 %	25 %	55 %	15 %	28 %	40 %
Farine ou céréales	4 %	3 %	6 %	3 %	3 %	6 %	2 %	3 %
Café/grains de café	3 %	1 %	3 %	3 %	2 %	4 %	4 %	1 %
Produits de boulangerie/pain	2 %	-	4 %	1 %	2 %	1 %	3 %	3 %
Chocolat	1 %	-	3 %	-	1 %	-	3 %	1 %
Articles d'épicerie/tout	1 %	-	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %
Alcool	1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	1 %
Noix	1 %	-	2 %	-	1 %	2 %	-	-
Eau (eau de source)	1 %	-	2 %	1 %	-	-	1 %	1 %
Mets préparés/prêts à emporter	1 %	-	-	1 %	2 %	1 %	2 %	<1 %
Épices et herbes	1 %	1 %	-	1 %	1 %	2 %	-	-
Autre	1 %	3 %	-	-	2 %	1 %	2 %	<1 %

QS11. Dans la liste qui suit, de quels aliments votre entreprise s'occupe-t-elle? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 49. Statut d'autochtone par région et par taille d'entreprise

Statut d'autochtone	Total (n=516)	Atlantique (n=38)	Québec (n=176)	Ontario (n=152)	Ouest (n=150)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
Oui	5 %	3 %	2 %	9 %	7 %	6 %	8 %	3 %
Non	93 %	95 %	97 %	91 %	91 %	93 %	92 %	94 %
NSP / Préfère ne pas répondre	2 %	3 %	2 %	1 %	2 %	1 %	-	3 %

QD3. Diriez-vous que votre entreprise est détenue ou exploitée par des Autochtones? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 50. Revenu annuel par industrie et par taille d'entreprise

Revenu annuel	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
30 000 \$ ou moins par année	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	12 %	1 %	1 %
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	10 %	13 %	8 %	12 %	11 %	25 %	11 %	1 %
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	18 %	19 %	15 %	20 %	19 %	33 %	23 %	5 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	12 %	19 %	9 %	7 %	14 %	8 %	21 %	9 %
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	21 %	17 %	27 %	22 %	18 %	8 %	23 %	29 %
5 millions \$ et plus par année	19 %	17 %	20 %	20 %	19 %	1 %	6 %	38 %
NSP / Préfère ne pas répondre	16 %	10 %	17 %	16 %	16 %	13 %	15 %	17 %

QD4. 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. Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 51. Femmes occupant des postes de haute direction par industrie et par taille d'entreprise

% de femmes occupant des postes de haute direction	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
0 %	16 %	25 %	15 %	26 %	8 %	32 %	16 %	6 %
1 % à 24 %	19 %	12 %	16 %	14 %	27 %	9 %	22 %	24 %
25 % à 49 %	13 %	17 %	15 %	15 %	9 %	5 %	10 %	20 %
50 % à 74 %	28 %	30 %	29 %	25 %	27 %	33 %	26 %	25 %
75 % à 99 %	8 %	7 %	8 %	7 %	9 %	1 %	9 %	13 %
100 %	8 %	4 %	12 %	5 %	8 %	15 %	8 %	4 %
NSP / Préfère ne pas répondre	9 %	4 %	6 %	9 %	12 %	6 %	9 %	9 %

QD5. Pouvez-vous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des femmes? Base : Tous les répondants, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Figure 52. Minorités visibles occupant des postes de haute direction par industrie et par taille d'entreprise

% de minorités visibles occupant des postes de haute direction	Total (n=516)	Agriculture (n=69)	Transformation / Fabrication (n=158)	Commerce de gros / Distribution (n=101)	Commerce de détail (n=188)	Micro (n=150)	Petite (n=122)	Moyenne / Grande (n=240)
0 %	53 %	75 %	58 %	59 %	38 %	63 %	58 %	46 %
1 % à 24 %	14 %	10 %	15 %	6 %	18 %	4 %	15 %	19 %
25 % à 49 %	6 %	4 %	6 %	8 %	5 %	1 %	5 %	9 %
50 % à 74 %	7 %	3 %	8 %	7 %	8 %	9 %	5 %	7 %
75 % à 99 %	2 %	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %
100 %	7 %	1 %	4 %	11 %	9 %	15 %	3 %	3 %
NSP / Préfère ne pas répondre	12 %	4 %	8 %	8 %	21 %	8 %	12 %	14 %

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, entreprises assujetties à la réglementation fédérale, n=516.

Entreprises intraprovinciales seulement

Figure 53. Région par industrie et par taille d'entreprise

Région	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros / Distribution (n=33)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Atlantique (NET)	3 %	4 %	-	6 %	4 %	2 %	4 %
Nouveau-Brunswick	2 %	3 %	-	-	2 %	-	2 %
Nouvelle-Écosse	1 %	1 %	-	3 %	1 %	-	2 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %	-	-	3 %	-	2 %	-
Île-du-Prince-Édouard	-	-	-	-	-	-	-
Québec	42 %	47 %	38 %	42 %	35 %	44 %	54 %
Ontario / Nunavut (NET)	33 %	37 %	31 %	30 %	37 %	38 %	22 %
Ontario	33 %	37 %	31 %	30 %	37 %	38 %	22 %
Nunavut	-	-	-	-	-	-	-
Ouest (NET)	22 %	12 %	32 %	21 %	25 %	16 %	20 %
Colombie-Britannique	9 %	5 %	17 %	3 %	11 %	9 %	7 %
Alberta	7 %	3 %	10 %	9 %	8 %	2 %	7 %
Manitoba	2 %	-	3 %	3 %	1 %	2 %	2 %
Saskatchewan	4 %	4 %	3 %	6 %	5 %	2 %	4 %
Yukon	-	-	-	-	-	-	-

QS1. Province/territoire. Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 54. Taille d'entreprise par industrie et par région

Taille d'entreprise	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros / Distribution (n=33)	Atlantique (n=6)	Québec (n=78)	Ontario (n=61)	Ouest (n=40)
1 (travailleur autonome)	17 %	18 %	18 %	12 %	17 %	12 %	16 %	28 %
2-4 employés	29 %	42 %	19 %	15 %	33 %	26 %	34 %	25 %
5-10 employés	24 %	18 %	29 %	30 %	17 %	26 %	28 %	18 %
11-99 employés	27 %	21 %	28 %	39 %	33 %	36 %	15 %	28 %
100-499 employés	2 %	-	6 %	-	-	1 %	5 %	-
500 employés et plus	1 %	1 %	-	3 %	-	-	2 %	3 %
NSP / Préfère ne pas répondre	17 %	18 %	18 %	12 %	17 %	12 %	16 %	28 %

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, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 55. Industrie par région et par taille d'entreprise

Industrie	Total (n=185)	Atlantique (n=6)	Québec (n=78)	Ontario (n=61)	Ouest (n=40)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Transformation ou fabrication	39 %	-	35 %	36 %	58 %	32 %	47 %	44 %
Commerce de détail	-	-	-	-	-	-	-	-
Agriculture	42 %	50 %	47 %	48 %	23 %	56 %	31 %	30 %
Commerce de gros ou distribution	18 %	33 %	18 %	16 %	18 %	11 %	22 %	24 %
Toutes ces réponses	1 %	17 %	-	-	3 %	1 %	-	2 %

QS4. Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux votre entreprise? Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 56. Activités provinciales ou nationales par région et par taille d'entreprise

Activités provinciales ou nationales	Total (n=185)	Atlantique (n=6)	Québec (n=78)	Ontario (n=61)	Ouest (n=40)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments qui seront expédiés à une <u>autre</u> province, un autre territoire ou un <u>autre</u> pays	-	-	-	-	-	-	-	-
Préparation, emballage ou étiquetage d'aliments destinés au commerce à <u>l'intérieur de votre province</u> ou territoire	71 %	67 %	72 %	77 %	60 %	68 %	71 %	76 %
Aucune de ces réponses	29 %	33 %	28 %	23 %	40 %	32 %	29 %	24 %

QS7. Votre entreprise exerce-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 57. Ventes directes ou en ligne par région et par taille d'entreprise

Ventes directes ou en ligne	Total (n=185)	Atlantique (n=6)	Québec (n=78)	Ontario (n=61)	Ouest (n=40)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Vente d'aliments directement aux consommateurs	85 %	100 %	83 %	85 %	85 %	89 %	82 %	80 %
Vente de produits alimentaires en ligne	24 %	-	18 %	34 %	25 %	26 %	27 %	20 %
Aucune de ces réponses	11 %	-	14 %	10 %	10 %	7 %	13 %	17 %

QS8. Votre entreprise mène-t-elle l'une des activités suivantes? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 58. Types d'aliments traités par industrie et par taille d'entreprise

Types d'aliments traités	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros / Distribution (n=33)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Fruits ou légumes frais	45 %	63 %	25 %	48 %	43 %	36 %	57 %
Produits de viande et animaux pour alimentation humaine	38 %	22 %	47 %	55 %	27 %	44 %	52 %
Aliments industriels	29 %	17 %	33 %	52 %	26 %	27 %	37 %
Produits de fruits ou de légumes transformés	26 %	21 %	28 %	36 %	18 %	24 %	41 %
Sirop d'érable ou produits de l'érable	23 %	21 %	18 %	42 %	15 %	27 %	33 %
Produits laitiers	23 %	12 %	25 %	45 %	13 %	27 %	35 %
Œufs et produits d'œufs transformés	23 %	17 %	21 %	39 %	14 %	13 %	44 %
Miel	21 %	19 %	17 %	33 %	21 %	9 %	30 %
Poissons	13 %	4 %	14 %	33 %	4 %	18 %	24 %
Eau (eau de source)	3 %	1 %	4 %	6 %	1 %	4 %	4 %
Produits de boulangerie/pain	3 %	1 %	6 %	-	4 %	-	4 %
Chocolat	2 %	-	6 %	-	2 %	2 %	2 %
Farine ou céréales	2 %	1 %	1 %	3 %	1 %	4 %	-
Café/grains de café	1 %	1 %	1 %		1 %	-	2 %
Articles d'épicerie/tout	1 %	1 %	-	3 %	1 %	2 %	-
Mets préparés/prêts à emporter	1 %	1 %	1 %	-	-	2 %	2 %
Alcool	1 %	-	1 %	-	-	-	2 %
Noix	1 %	-	1 %	-	1 %	-	-
Autre	1 %	-	1 %	3 %	2 %	-	-

QS11. Dans la liste qui suit, de quels aliments votre entreprise s'occupe-t-elle? [SÉLECTIONNEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE] Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 59. Statut d'autochtone par région et par taille d'entreprise

Statut d'autochtone	Total (n=185)	Atlantique (n=6)	Québec (n=78)	Ontario (n=61)	Ouest (n=40)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
Oui	4 %	-	-	3 %	13 %	1 %	4 %	7 %
Non	95 %	100 %	99 %	95 %	85 %	98 %	96 %	89 %
NSP / Préfère ne pas répondre	2 %	-	1 %	2 %	3 %	1 %	-	4 %

QD3. Diriez-vous que votre entreprise est détenue ou exploitée par des Autochtones? Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 60. Revenu annuel par industrie et par taille d'entreprise

Revenu annuel	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros/ Distribution (n=33)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne/ Grande (n=54)
30 000 \$ ou moins par année	15 %	17 %	17 %	6 %	30 %	-	2 %
De 30 000 \$ à moins de 100 000 \$ par année	13 %	15 %	13 %	9 %	19 %	13 %	4 %
De 100 000 \$ à moins de 500 000 \$ par année	25 %	35 %	21 %	15 %	33 %	31 %	9 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million \$ par année	12 %	14 %	10 %	6 %	7 %	18 %	15 %
De 1 million \$ à moins de 5 millions \$ par année	19 %	10 %	25 %	30 %	4 %	29 %	37 %
5 millions \$ et plus par année	5 %	3 %	3 %	18 %	-	2 %	17 %
NSP / Préfère ne pas répondre	10 %	6 %	13 %	15 %	7 %	7 %	17 %

QD4. 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. Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 61. Femmes occupant des postes de haute direction par industrie et par taille d'entreprise

% de femmes occupant des postes de haute direction	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros/ Distribution (n=33)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
0 %	22 %	22 %	21 %	24 %	25 %	24 %	15 %
1 % à 24 %	12 %	10 %	17 %	9 %	6 %	22 %	15 %
25 % à 49 %	12 %	12 %	13 %	12 %	5 %	18 %	19 %
50 % à 74 %	31 %	36 %	29 %	24 %	38 %	24 %	28 %
75 % à 99 %	5 %	5 %	3 %	12 %	4 %	4 %	9 %
100 %	11 %	12 %	13 %	9 %	20 %	4 %	4 %
NSP / Préfère ne pas répondre	5 %	4 %	6 %	9 %	2 %	2 %	11 %

QD5. Pouvez-vous indiquer quel pourcentage environ des cadres supérieurs de votre entreprise s'identifient comme des femmes? Base : Tous les répondants, intraprovincial seulement, n=185.

Figure 62. Minorités visibles occupant des postes de haute direction par industrie et par taille d'entreprise

% de minorités visibles occupants des postes de haute direction	Total (n=185)	Agriculture (n=78)	Transformation / Fabrication (n=72)	Commerce de gros/ Distribution (n=33)	Micro (n=84)	Petite (n=45)	Moyenne / Grande (n=54)
0 %	69 %	81 %	65 %	48 %	77 %	78 %	50 %
1 % à 24 %	5 %	3 %	4 %	15 %	2 %	7 %	9 %
25 % à 49 %	3 %	1 %	3 %	6 %	-	-	9 %
50 % à 74 %	6 %	6 %	7 %	6 %	7 %	7 %	6 %
75 % à 99 %	2 %	-	6 %	-	-	2 %	6 %
100 %	4 %	1 %	6 %	6 %	7 %	-	2 %
NSP / Préfère ne pas répondre	10 %	8 %	10 %	18 %	6 %	7 %	19 %

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, intraprovincial seulement, n=185.

Annexes

Annexe A : Questionnaire de recrutement

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 six groupes de discussion en ligne composés de représentants d'entreprises alimentaires au Canada de petite et de moyenne taille.
- 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 Canada atlantique	Groupe 2 Prairies (MB/SK/AB/T.N.-O.)	Groupe 3 Ontario/Nunavut	Groupe 4 Québec [FRANÇAIS]
12 novembre 19 h HNA	14 novembre 18 h HNC	18 novembre 17 h HNE	25 novembre 17 h HNE
Groupe 5 Québec [FRANÇAIS]	Groupe 6 C.-B./Yukon		
25 novembre 19 h HNE	26 novembre 17 h HNP		

A. Introduction

Bonjour, je m'appelle _____ et je téléphone du groupe-conseil Quorus, une entreprise canadienne de 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?

[REMARQUE 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 prendra la forme d'une discussion de groupe dirigée par un professionnel de la recherche.

[REMARQUE 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 du participant et de l'entreprise

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

RECRECUTER 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
Préparation, transformation, traitement, fabrication ou conservation d'aliments pour l'exportation ou l'expédition dans votre province seulement	9
Aucune de ces réponses	10

**SI A RÉPONDU UNIQUEMENT « 7 » À Q3, MARQUER COMME « DÉTAIL SEULEMENT »
RECRUTER UN MAXIMUM DE DEUX « DÉTAIL SEULEMENT » PAR GROUPE**

DANS CHAQUE GROUPE, RECRUTER UN PARTICIPANT QUI A SÉLECTIONNÉ LA RÉPONSE 9 SEULEMENT, MARQUER COMME « ORGANISME DE RÉGLEMENTATION PROVINCIAL ».

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	METTRE FIN À L'ENTRETIEN
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 ET DEUX MOYENNES ENTREPRISES

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. Êtes-vous propriétaire ou gestionnaire de cette entreprise?

Oui, propriétaire	1
Oui, gestionnaire	2
Non	3

8. Quel est votre titre? _____

9. Quelle est votre identité de genre? [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]**

Homme	1
Femme	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 également inviter des propriétaires et des gestionnaires d'entreprise d'autres horizons. À laquelle des catégories suivantes appartenez-vous?

Vous êtes né 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

1. 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**

2. 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**

3. 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. Dans ce cas, ils ne participeront pas à la discussion et ne connaîtront pas votre nom complet. Est-ce que cela vous convient?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

4. 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 cela vous convient?

Oui 1

Non 2 **REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN**

5. 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 B : Guide de l'animateur

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 de l'Agence canadienne d'inspection des aliments (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 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 entreprises.
 - 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

- Soyez assuré(e) que tout ce que vous direz durant la séance demeurera strictement confidentiel. Votre nom ne sera pas mentionné. 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 tous les autres documents seront disponibles 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
(15 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.

- Comment décririez-vous votre approche en ce qui concerne la réglementation et plus particulièrement les règlements sur la salubrité 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 que de décrire le processus ou les mesures à prendre pour atteindre la conformité, ce qu'on appelle une réglementation normative.

- **SONDER** : Dans quelle mesure êtes-vous convaincu(e) que votre entreprise peut correctement intégrer ce type de réglementation dans ses opérations?
 - **SONDER** : Est-ce qu'il vous serait utile d'avoir des exemples de mesures que vous pourriez mettre en place pour satisfaire les exigences?
- Lorsqu'il s'agit de respecter les règlements sur les aliments, il existe deux modes de pensée :
 - Certains sont d'avis que si une entreprise peut prouver que ses aliments sont salubres, elle respecte la réglementation.
 - D'autres croient que pour respecter la réglementation, une entreprise alimentaire doit démontrer qu'elle a pris les mesures nécessaires pour assurer la salubrité de ses aliments, en plus de prouver que ceux-ci sont sûrs.

Qu'en pensez-vous?

Règlement sur la salubrité des aliments au Canada ou RSAC (20 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?

Parmi les principales exigences du RSAC en matière de sécurité, il y a la préparation des aliments et d'autres mesures de contrôle comme le contrôle de la salubrité.

- En ce qui concerne ces aspects, quels sont les défis auxquels votre entreprise doit faire face? Comment expliquez-vous ces défis?
 - Comment l'ACIA pourrait-elle vous aider à surmonter ces défis?
- Lorsqu'il s'agit de la préparation des aliments et des autres mesures de contrôle comme le contrôle de la salubrité, comment expliquez-vous le succès de votre entreprise à satisfaire ces exigences?
- 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?
 - Comment l'ACIA pourrait-elle vous aider à surmonter ces défis?

Rôle de l'ACIA en lien avec le Règlement sur la salubrité des aliments (10 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 manière l'ACIA a-t-elle aidé votre entreprise à respecter la réglementation sur les aliments au Canada ou lui a-t-elle facilité la tâche à cet égard?

Outils de l'ACIA (10 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?

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 :** Connaissiez-vous son existence? Qu'en pensez-vous?

Test de concept (18 minutes)

Examinons maintenant quelques messages et concepts visuels que l'ACIA envisage d'utiliser pour des publicités qui seraient diffusées sur les sites Web que vous visitez ou dans les médias sociaux. Vous pouvez cliquer sur chaque publicité pour être dirigé vers un site Web contenant plus d'information.

J'aimerais avoir votre avis sur quelques slogans et éléments graphiques. Je vous les présenterai un par un, puis je vous demanderai de me dire quelles sont les combinaisons qui seraient les plus efficaces.

Voici quatre slogans. Prenez quelques instants pour les lire. **[MODIFIER L'ORDRE DE PRÉSENTATION DANS CHAQUE SÉANCE]**

- E. Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
 - F. Entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
 - G. Vous possédez une entreprise alimentaire? Connaissez les règles.
 - H. Connaissez les règles qui s'appliquent aux entreprises alimentaires.
- Dans l'ensemble, que pensez-vous de ces slogans? Utilisez la lettre associée à chacun d'eux en formulant vos commentaires.
 - Lequel vous parle le plus?
 - Lequel est le plus susceptible d'attirer votre attention?

Regardons comment ces messages pourraient être incorporés dans trois images :





Maintenant que vous avez vu les slogans et les images, quelle est la combinaison qui serait la plus susceptible de capter votre attention (p. ex., 2C, 3A)?

1  Canada	3  Canada
2  Canada	A. Vous démarrez ou faites croître une entreprise alimentaire? Connaissez les règles B. Entreprise alimentaire? Connaissez les règles C. Vous possédez une entreprise alimentaire? Connaissez les règles D. Connaissez les règles qui s'appliquent aux entreprises alimentaires

Expliquez-moi votre choix.

Quelles sont vos autres suggestions en matière de slogans et d'images?

- Si l'objectif est de garder le slogan concis et percutant, avez-vous une formulation à suggérer qui rendrait le message plus pertinent pour vous?
 - Devrait-on utiliser les mots « règles » ou « réglementation » dans la publicité?
- Y a-t-il d'autres images en lien avec l'industrie alimentaire auxquelles vous pensez et qui seraient plus susceptibles d'attirer votre attention?

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?
 - Suivez-vous l'ACIA dans les médias sociaux?
- 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 !

Questionnaire pour les entreprises du secteur alimentaire (2024-2025)

Gestion des quotas

- Choisir un échantillon à contacter par appels aléatoires parmi les entreprises qui figurent sur la liste des codes SCIAN approuvés (n=700, 500 entreprises réglementées à l'échelle nationale et 200 réglementées à l'échelle provinciale – coder comme INTRAPROVINCIAL SEULEMENT)
- Des employés responsables de la conformité réglementaire dans les petites, moyennes et grandes entreprises du secteur alimentaire.
- 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 j'aimerais que vous m'accordiez 15 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 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, au 613 462-7022.

Questions de sélection et de classification

S1. [Consigner depuis l'échantillon – ne pas demander] Province/territoire

S2. [Consigner depuis l'échantillon – ne pas demander] 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. 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 <u>l’intérieur de</u> votre province ou territoire	2
Aucune de ces réponses [NE PAS LIRE]	99

S8. 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 signifie 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 – REMERCIER ET TERMINER]

[SIGNALER EN TANT QU'« INTRAPROVINCIAL SEULEMENT » SI :

- **LE RÉPONDANT CHOISIT « 2 » À S7 ET « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À S5**
- **LE RÉPONDANT CHOISIT « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À S5 ET S7, « 1 » OU « 2 » À S8 ET, SI LA QUESTION S9 EST POSÉE, CHOISIT UNIQUEMENT « 1 »**

QUOTA DE N=200, PUIS REMERCIER ET TERMINER]

[SI LE RÉPONDANT CHOISIT « AUCUNE DE CES RÉPONSES » À 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
- d. **[INTRAPROVINCIAL SEULEMENT]** Accroître les ventes au-delà des frontières provinciales (qui nécessite le respect des réglementations fédérales et provinciales)

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 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, où 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 claire du tout » et 7, « Très claire »?

Pas claire du tout	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très claire	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

A2ii. Dans quelle mesure le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* vous est-il familier? Utilisez une échelle de 1 à 7 où 1 signifie « pas du tout familier » et 7, « très familier ».

Pas du tout familier	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très familier	7
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[SI A2ii = 1, 2 OU 99, PASSER À A8]

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	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	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

[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

[SAUTER SI INTRAPROVINCIAL SEULEMENT]

A6A. Saviez-vous que les renseignements relatifs à votre licence de l'ACIA doivent être mis à jour quand des produits alimentaires ou de nouveaux procédés sont ajoutés? 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

A7. À votre avis, laquelle des exigences suivantes du Règlement vous pose le plus de difficulté? Est-ce que c'est...? [NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE]

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

A11. Parlons maintenant d'un enjeu de sécurité précis. À votre connaissance, votre produit pourrait-il poser un risque de contamination par la listériose ?

Oui	1
Non	2
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[**DEMANDER SI A11=1**]

A11A. Connaissez-vous la politique sur la *Listeria* de Santé Canada? Diriez-vous que... [**LIRE LA LISTE**]

Vous êtes bien au courant de cette politique	1
Vous êtes vaguement au courant	2
Vous n'êtes pas au courant de cette politique	3
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

[DEMANDER SI A11A=1 OU 2]

A11B. À votre connaissance, votre entreprise a-t-elle appliqué les exigences de la politique sur la *Listeria* de Santé Canada? **[LIRE LA LISTE]**

Oui, entièrement	1
Oui, mais pas entièrement	2
Non, pas encore	3
Non, la politique ne s'applique pas à notre entreprise	4
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

Transparence

[SI AA1 < 4, SAUTER]

T2. À votre avis, à quel point l'ACIA fait preuve de transparence lorsqu'il s'agit de présenter et de publier les résultats de non-conformité? 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.

Aucune transparence	1
	2
	3
	4
	5
	6
Très grande transparence	7
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

13. Quelles sources d'information consultez-vous ou avez-vous consultées 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 – SONDER AU BESOIN]**

[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
X (anciennement Twitter)	3
Instagram	4
Facebook	5
LinkedIn	6
Médias traditionnels (télévision, journaux, magazines)	7
Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)	8
Gouvernement du Canada	9
Gouvernement provincial	10
Associations industrielles	11
Institutions financières	12
Collègues/d'autres éleveurs ou transformateurs/mon réseau	13
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 – EXCLUSIF]	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(e) 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(e) » et 10 signifie que vous êtes « Très satisfait(e) ».

Pas du tout satisfait(e)	0
	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9
Très satisfait(e)	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?

I8. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord pour dire que les communications de l'ACIA sont claires et simples à comprendre **[LIRE LA LISTE]**

Fortement en désaccord	1
Un peu en désaccord	2
Un peu en accord	3
Fortement en accord	4
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE]	99

I9B. Y a-t-il un produit d'information en particulier que vous aimeriez recevoir de l'ACIA? **[LIRE LA LISTE – NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE – L'OPTION PRÉFÉRÉE]**

Vidéos	1
Contenu Web en général	2
Infographie numérique	3
Chatbot	4
Listes de vérification	5
Ou autre chose? [PRÉCISER : RECODER SI CELA CONCERNE UN DES ÉLÉMENTS MENTIONNÉS CI-DESSUS]	77
Cela dépend du type de contenu [NE PAS LIRE] [SAUTER À I12]	98
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre [NE PAS LIRE] [SAUTER À I12]	99

I9. Comment préféreriez-vous que l'ACIA vous communique les informations dont vous avez besoin? **[NE PAS LIRE LA LISTE – NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE – L'OPTION PRÉFÉRÉE]**

Par la poste	1
Au 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 eu de la difficulté à obtenir les informations dont vous aviez besoin de l'ACIA?

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?

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 C9]

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) ».

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 »?

C9. Depuis le début de la pandémie de COVID-19, l'ACIA a amélioré ses services numériques. Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard des changements apportés à ces services? 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) ».

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

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. Diriez-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.