



Préoccupations et perceptions des Québécois envers l'industrie alimentaire

Présentation des résultats d'un sondage Web

Centrexpo Cogeco, Drummondville – 10 février 2017

Par : Caroline Roy, Vice-présidente

Objectifs de l'étude

Mieux connaître le niveau de CONNAISSANCES, le niveau de PRÉOCCUPATION et les PERCEPTIONS des Québécois envers l'industrie alimentaire du Québec.

« **Mettre la table** » des discussions de la deuxième rencontre préparatoire du Sommet sur l'alimentation.

Méthodologie

Population cible	Réalisation de 1 007 entrevues complètes auprès de Québécoises et Québécois âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Près de 15% des répondants sont propriétaires ou employés dans l'industrie alimentaire québécoise ou ont au moins un proche qui y travaille.
Échantillon	Tirage aléatoire à partir du panel d'internautes de Léger dans toutes les régions du Québec.
Collecte de données	Réalisation d'un sondage en ligne du 13 au 19 décembre 2016 .
Précision statistique	À titre indicatif, un échantillon probabiliste de même taille (n=1007) aurait une marge d'erreur maximale de $\pm 3,1\%$ (19 fois sur 20).
Pondération des données	Pondération d'après les données du recensement de 2011 de Statistique Canada selon la région administrative de résidence, le sexe, l'âge, la langue maternelle, la scolarité, la présence d'enfants dans le ménage.

Les 3 thématiques que j'aborderai

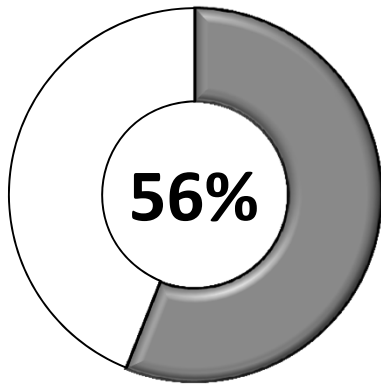
1. **Connaissances et information des Québécois sur l'industrie alimentaire**
2. **Aliments produits et/ou transformés au Québec : éléments distinctifs perçus**
3. **Défis et perspectives pour l'industrie alimentaire**

Conclusion

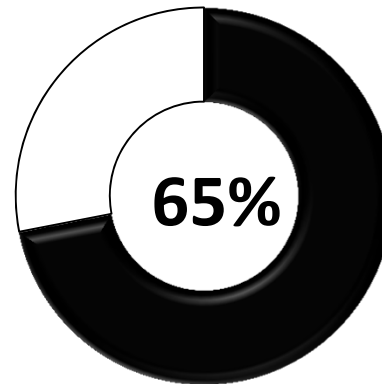


1
**Connaissances et
information
des Québécois sur
l'industrie alimentaire**

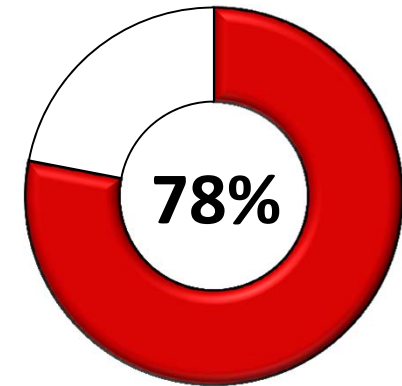
Niveau de connaissance des Québécois à l'égard de l'industrie alimentaire



...estiment que leur **NIVEAU DE CONNAISSANCE** est élevé.



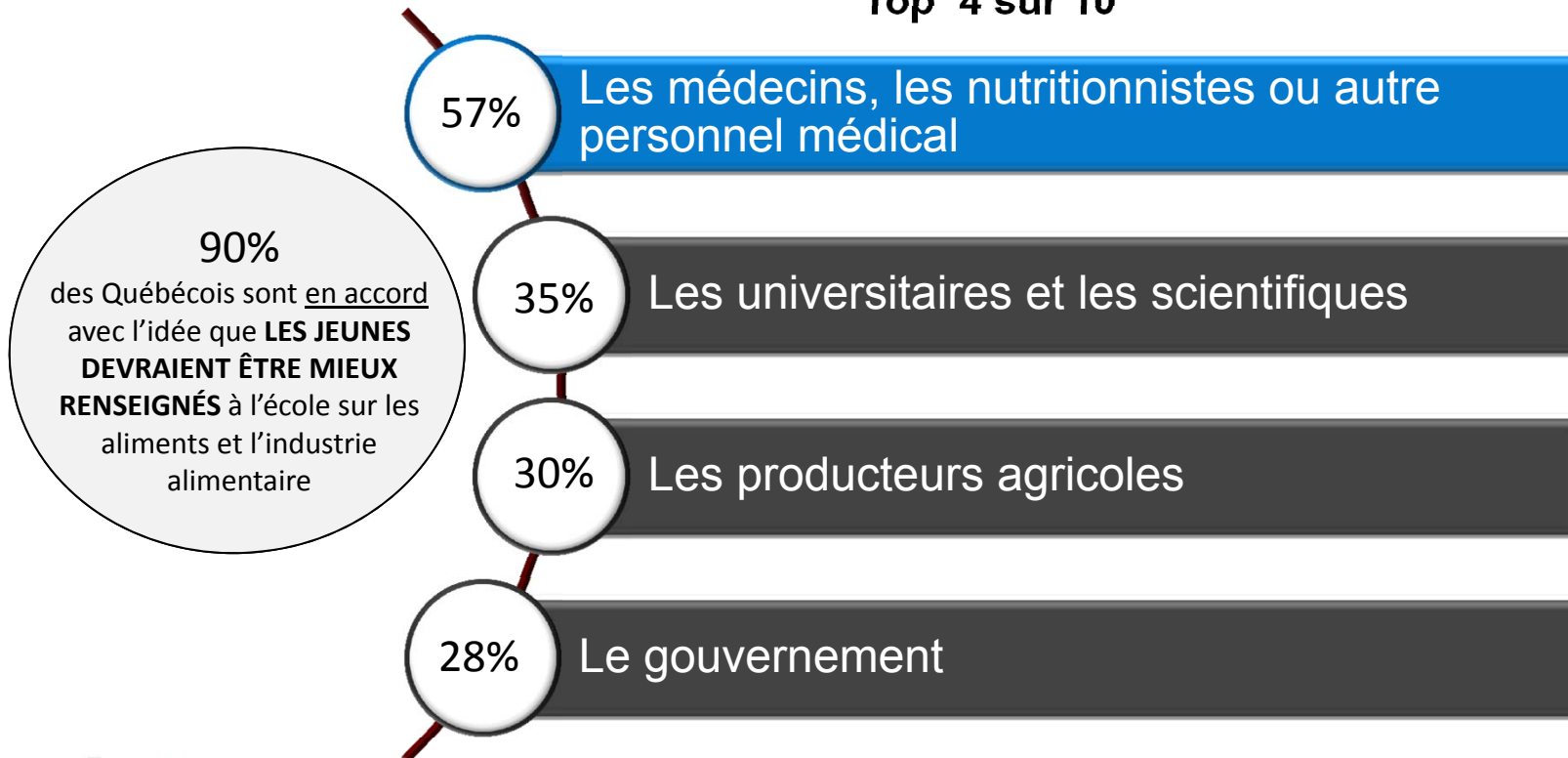
...se sentent **CONCERNÉS** envers les actualités touchant à l'industrie alimentaire.



...aimeraient être **PLUS INFORMÉS** à propos de l'industrie alimentaire.

Les mieux placés pour renseigner la population sur les aliments

Top 4 sur 10



Les moyens préférés des Québécois pour se renseigner sur les aliments

Les informations sur l'emballage des aliments
(les étiquettes)



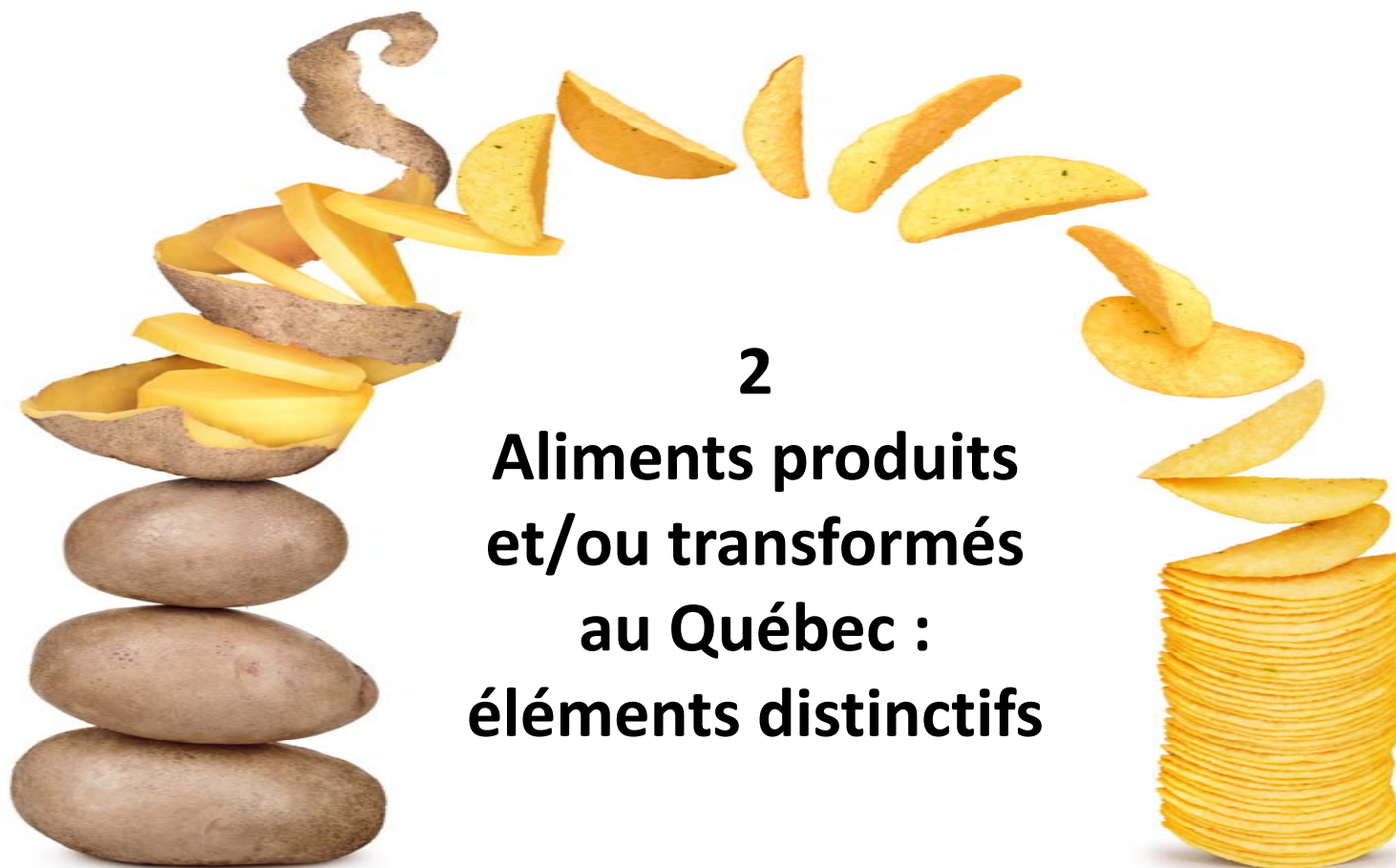
Les reportages à la télévision et à la radio



Les sites Web

-officiels (gouvernementaux, d'entreprises, etc.)
-médias sociaux et blogues de spécialistes





2

**Aliments produits
et/ou transformés
au Québec :
éléments distinctifs**

Les principaux attributs distinctifs perçus des aliments produits et/ou transformés au Québec

67%

des Québécois considèrent que ces aliments sont **FACILES À TROUVER** en magasin.

60%

des Québécois sont d'avis que les aliments produits et/ou transformés au Québec **SE DISTINGUENT** de ceux d'ailleurs.

Top 4 sur 9 des attributs distinctifs

43%

- ...leur goût

31%

- ...leur aspect sécuritaire

29%

- ...leur aspect authentique et naturel

23%

- ...leur qualité nutritive élevée

Leger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL



3

Défis et perspectives pour l'industrie alimentaire

La participation des entreprises alimentaires à l'économie, selon les Québécois

84%

- Pensent que les entreprises alimentaires contribuent à **L'ÉCONOMIE** du Québec et à la **CRÉATION D'EMPLOI**.

63%

- Sont d'avis que les entreprises québécoises de transformation des aliments doivent **EXPORTER** dans le monde pour se **DÉVELOPPER**.

Les principales contributions des entreprises à la société telles que perçues par les Québécois

Top 4 sur 9



44%

Assurer l'hygiène et la salubrité des aliments.

34%

Offrir à la population québécoise une diversité d'aliments au meilleur prix.

27%

Faciliter l'accès aux aliments à haute valeur nutritive (bons pour la santé).

22%

Offrir à la population québécoise une diversité d'aliments de qualité.

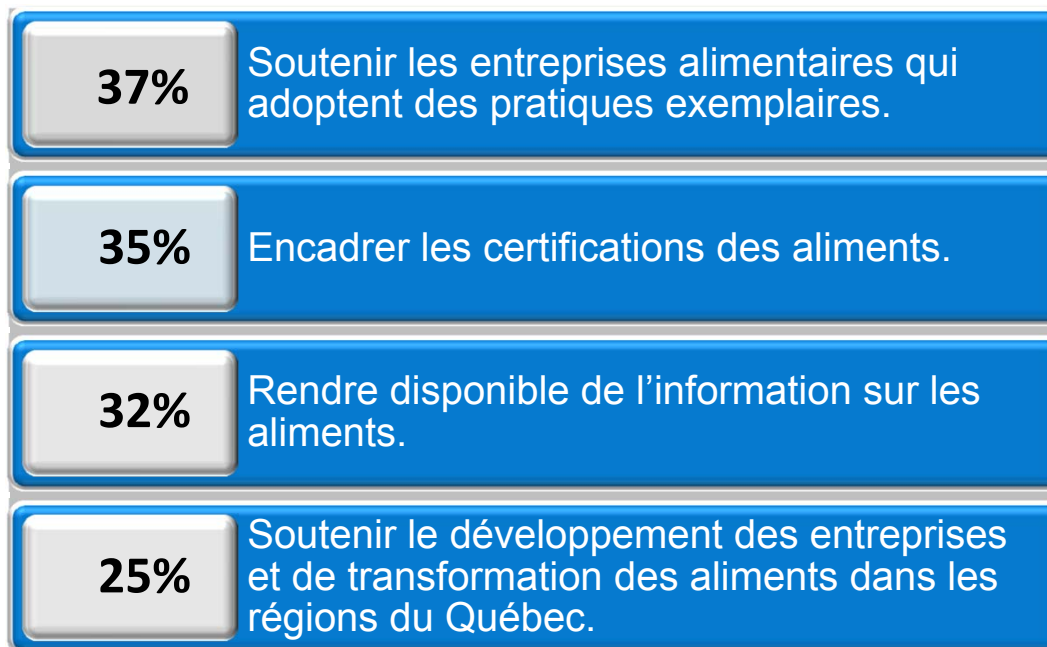
Les 4 principaux gestes que les citoyens peuvent poser pour appuyer les entreprises alimentaires du Québec

Top 4 sur 7



Les 4 grandes priorités gouvernementales pour l'industrie alimentaire telles qu'identifiées par les Québécois

Top 4 sur 9



➔ **Plus de 40%**
des Québécois ont **PEU OU PAS**
CONFIANCE dans les
CERTIFICATIONS en place dans
l'industrie alimentaire.

Les perceptions des Québécois sur l'avenir de l'industrie alimentaire



57%

Se disent optimistes face à L'AVENIR des entreprises de transformation d'aliments.

52%

Croient que les PERSPECTIVES DE CARRIÈRES dans l'industrie alimentaires sont prometteuses.



Conclusion

Conclusion

1. Une méconnaissance des Québécois envers l'industrie alimentaire.
2. Mais une volonté de mieux la connaître...
...un intérêt à l'égard de l'effet des aliments consommés sur leur santé, leur provenance, l'inspection.
3. Les sources les mieux placées pour les renseigner sont les spécialistes reconnus.
4. L'importance des outils d'information privilégiés pour se renseigner sur les aliments.
5. Une perception positive des aliments produits et/ou transformés au Québec (accès, distinction).
6. Une perception positive de l'avenir de l'industrie alimentaire.
7. La meilleure façon de soutenir les entreprises alimentaires québécoises : acheter des aliments locaux...
...d'autant plus que les Québécois considèrent que l'industrie alimentaire à des rôles importants à jouer.
8. Les priorités du gouvernement selon les Québécois : soutenir les entreprises alimentaires, encadrer les certifications alimentaires et informer la population sur les aliments.

www.leger360.com

Caroline Roy, Vice-présidente du bureau de Québec

Téléphone : 418-522-7467

Courriel : croy@leger360.com

Leger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL