

Agriculture, Pêcheries  
et Alimentation

Québec



Alimentation  
SOMMET 2017



## **Demandes et attentes des consommateurs québécois**

### Présentation des résultats d'un sondage Web

Complexe Desjardins – Hyatt Regency, Montréal – 21 octobre 2016

Par : Caroline Roy, Vice-présidente

**Leger**

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL



**Mieux connaître** les ATTENTES, les DEMANDES et le niveau de CONFIANCE des consommateurs québécois face aux aliments.

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

<b>Population cible</b>	Réalisation de <b>1000 entrevues complètes</b> auprès de Québécoises et Québécois âgé(e)s de 18 ans ou plus, responsables des achats alimentaires dans le foyer et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
<b>Échantillon</b>	Tirage aléatoire à partir du panel d'internautes de Léger dans toutes les régions du Québec.
<b>Collecte de données</b>	Réalisation d'un sondage en ligne du <b>6 au 9 juillet 2016</b> .
<b>Précision statistique</b>	À titre indicatif, un échantillon probabiliste de même taille (n=1000) aurait une marge d'erreur maximale de $\pm 3,1\%$ (19 fois sur 20).
<b>Pondération des données</b>	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 7 thématiques que j'aborderai

- 15 préoccupations des Québécois en matière d'alimentation
- 15 valeurs des Québécois en matière d'alimentation
- Niveau de confiance dans les produits alimentaires québécois
- Niveau de confiance dans les attributs des aliments
- Allergies et intolérances alimentaires
- 7 habitudes alimentaires des Québécois
- Systèmes de rabais et Internet
- En conclusion

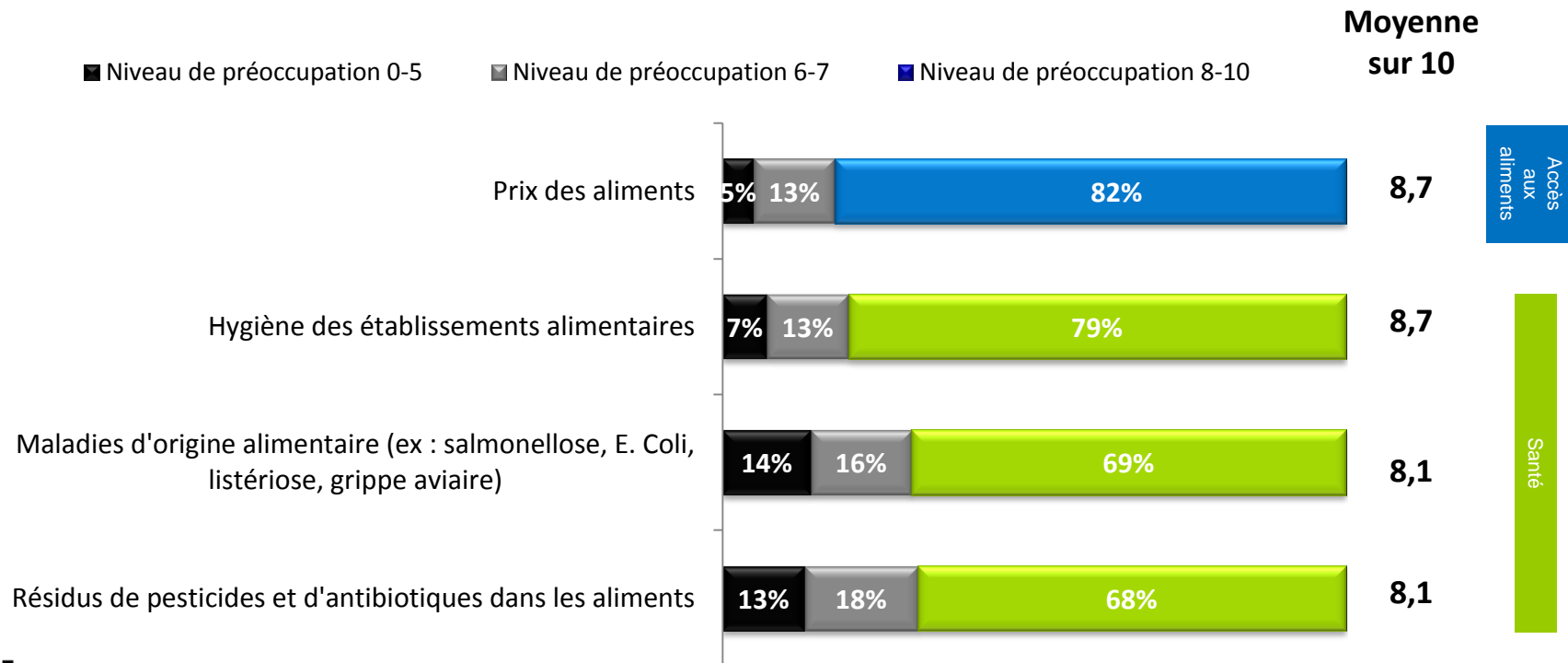


# 15 préoccupations des Québécois en matière d'alimentation

- Santé
- Environnement, éthique, biotechnologies et bien-être animal
- Accès aux aliments
- Gaspillage alimentaire

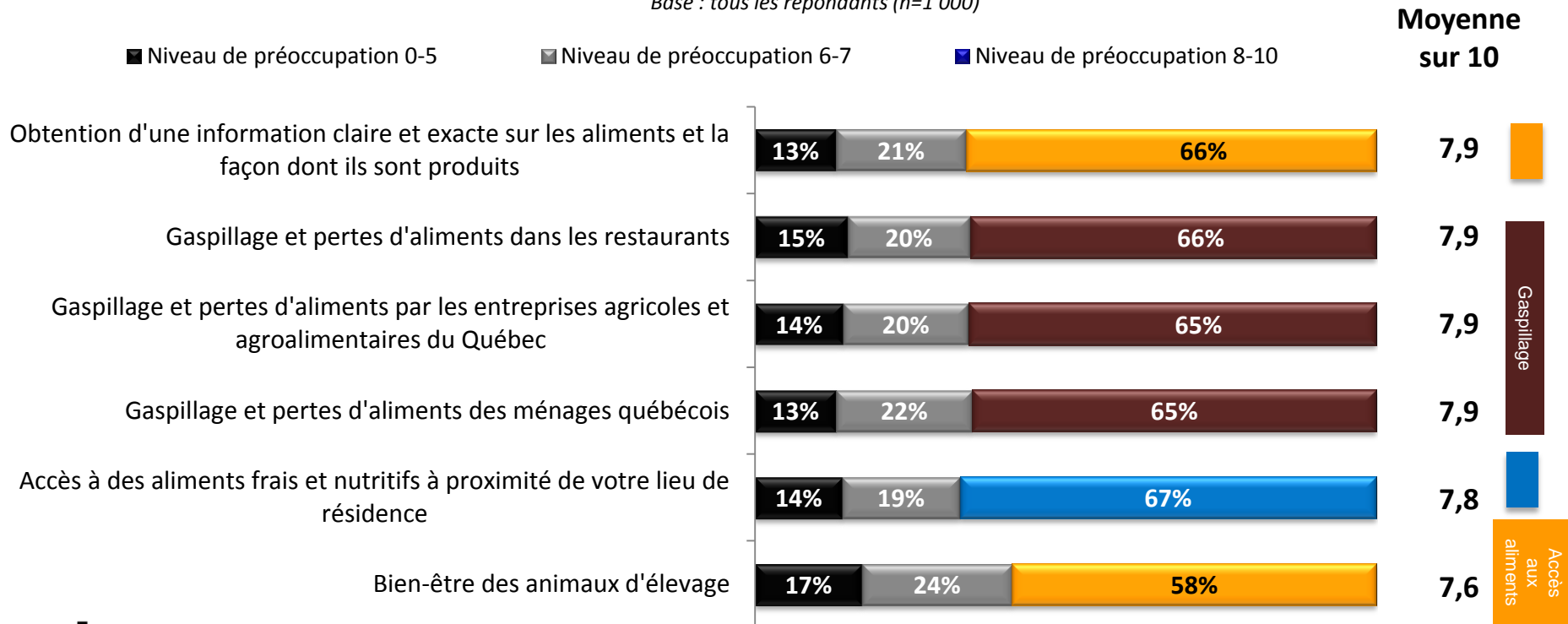
**Veillez indiquer votre niveau de préoccupation envers chacun des enjeux suivants sur l'échelle de 0 à 10, 0 signifiant que vous n'êtes pas du tout préoccupé, 10 très préoccupé.**

*Base : tous les répondants (n=1 000)*



**Veillez indiquer votre niveau de préoccupation envers chacun des enjeux suivants sur l'échelle de 0 à 10, 0 signifiant que vous n'êtes pas du tout préoccupé, 10 très préoccupé.**

*Base : tous les répondants (n=1 000)*



**Veillez indiquer votre niveau de préoccupation envers chacun des enjeux suivants sur l'échelle de 0 à 10, 0 signifiant que vous n'êtes pas du tout préoccupé, 10 très préoccupé.**

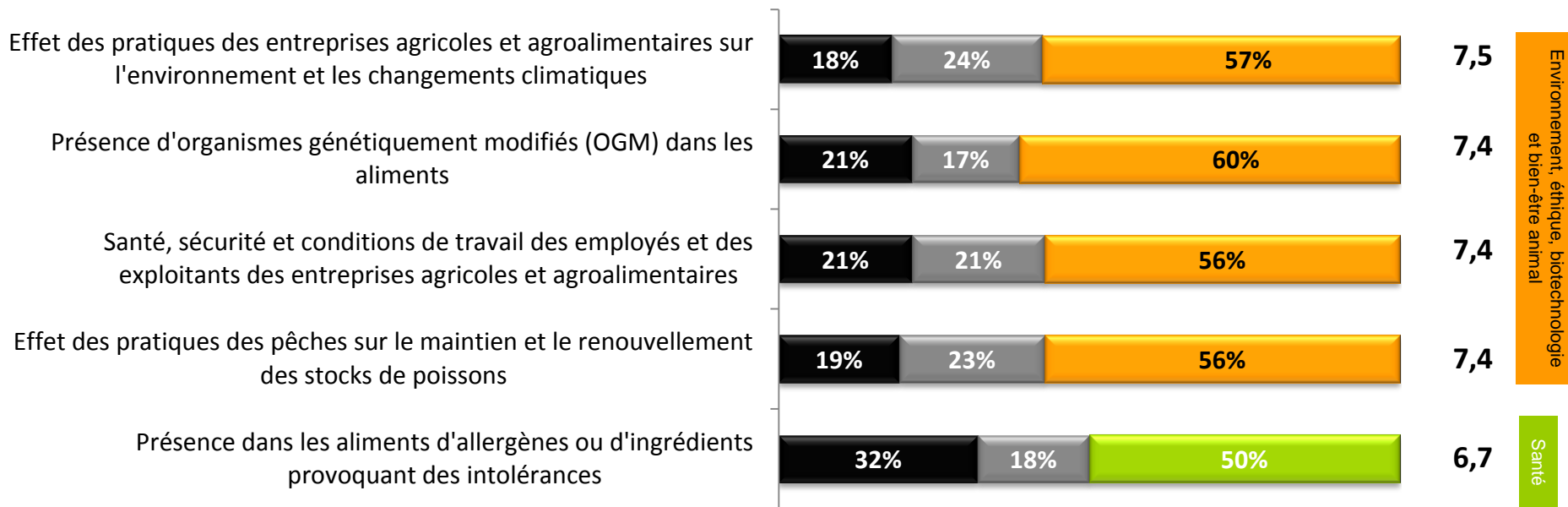
*Base : tous les répondants (n=1 000)*

■ Niveau de préoccupation 0-5

■ Niveau de préoccupation 6-7

■ Niveau de préoccupation 8-10

**Moyenne sur 10**





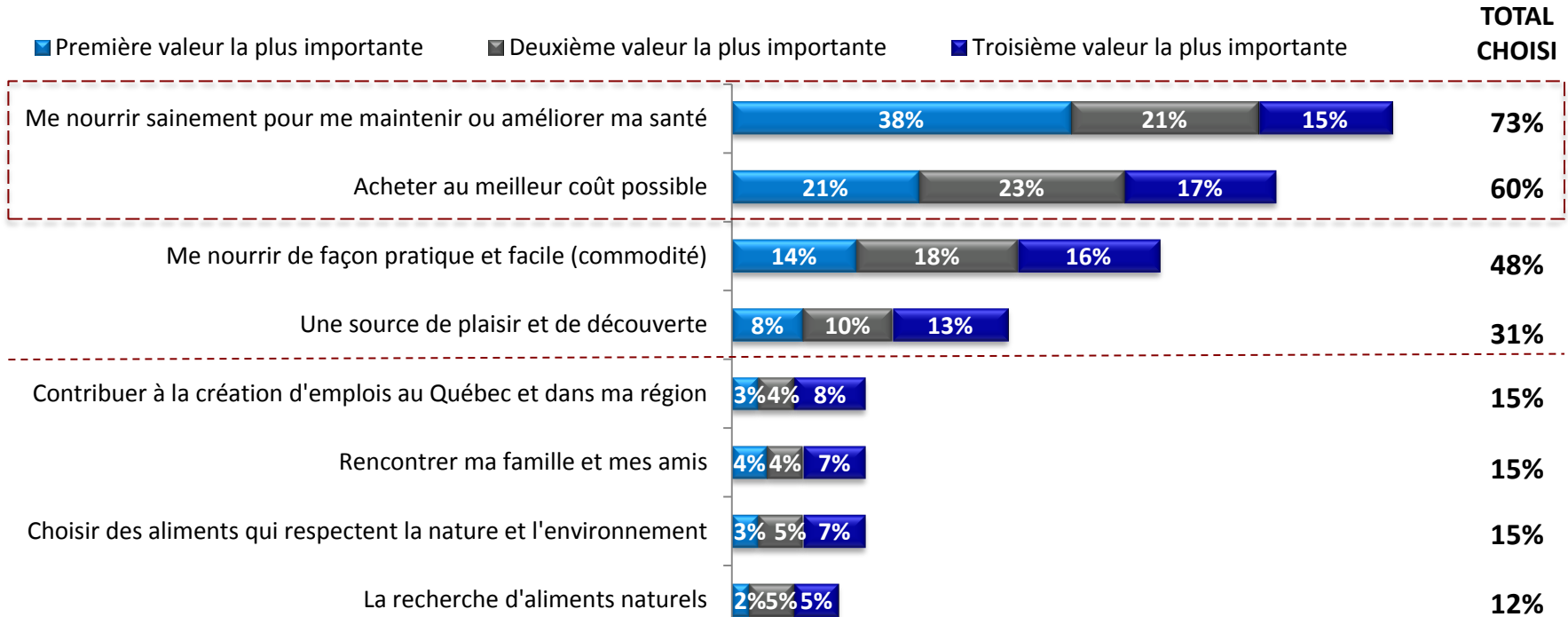


## **15 valeurs des Québécois en matière d'alimentation**

## Pour moi, m'alimenter c'est...

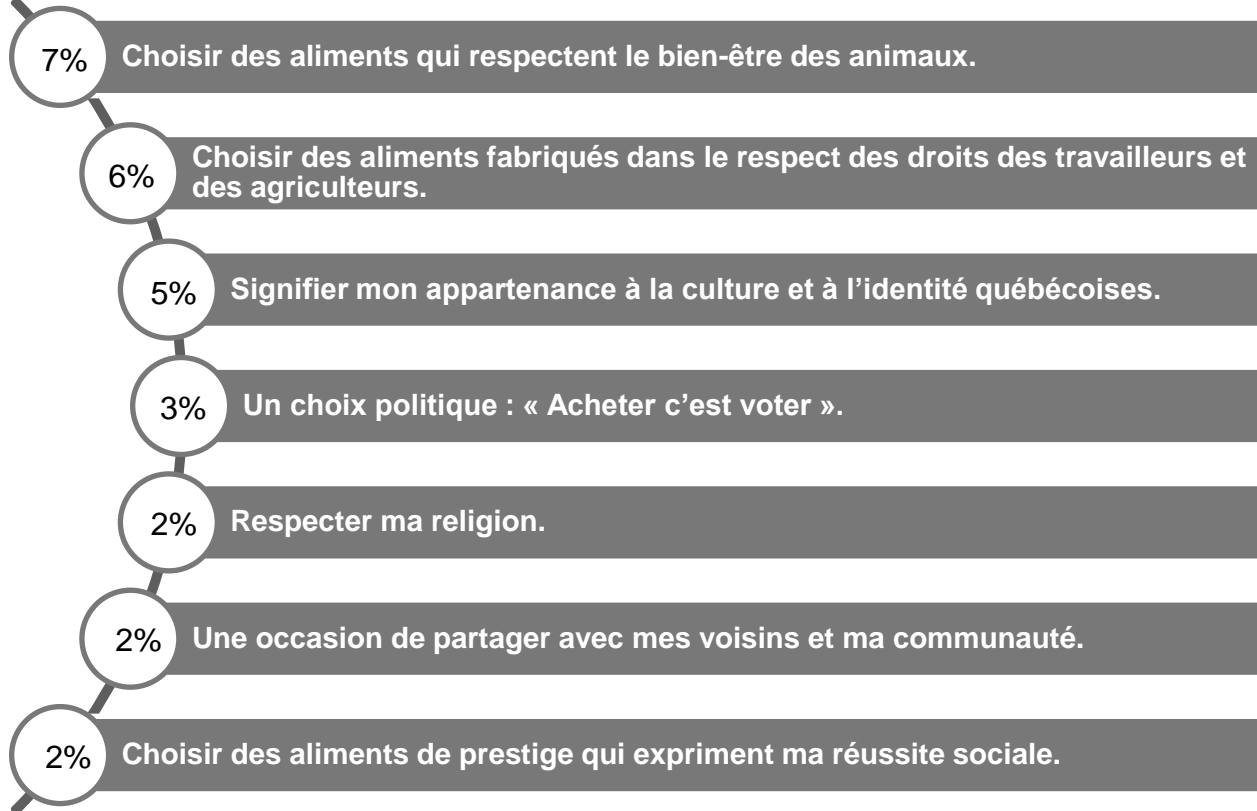
Classez vos 3 premières valeurs par ordre d'importance de 1 à 3, où 1 correspond à la valeur la plus importante.

Base : l'ensemble des répondants (n=1 000) – Plusieurs mentions possibles



**Pour moi,  
m'alimenter  
c'est...**

...suite





**Niveau de confiance  
dans les produits  
alimentaires québécois**

# Par rapport aux produits importés, les consommateurs québécois trouvent que les produits alimentaires du Québec...

93%

**...inspirent confiance**  
(59% davantage et 34% même niveau de confiance)

71%

**...sont de qualité supérieure,**  
en termes de fraîcheur et  
de salubrité

63%

**...considèrent qu'ils sont  
plus chers**

**90%**

*des consommateurs  
pensent que les aliments  
en vente  
au Québec sont  
**sécuritaires.***



Les Québécois tendent aussi à avoir une perception plus favorable des entreprises d'ici par rapport à celles d'ailleurs :

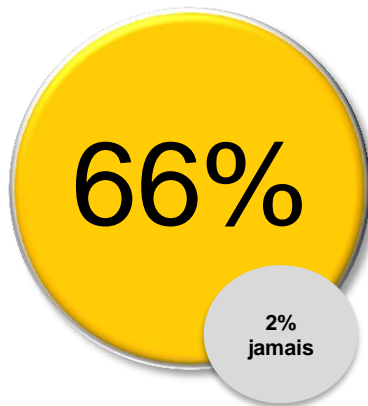
66%

- Sont d'avis que les **CONDITIONS DE TRAVAIL** des employés agricoles et agroalimentaires au Québec **SONT MEILLEURES** que dans d'autres pays.

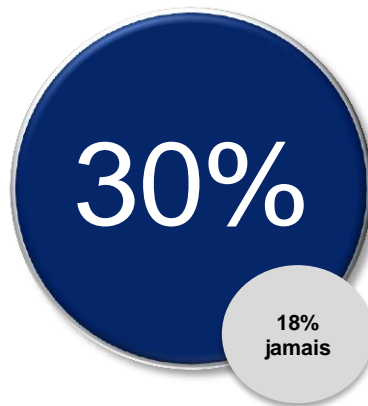
56%

- Croient que les entreprises agroalimentaires du Québec **RESPECTENT MIEUX L'ENVIRONNEMENT** que les entreprises hors Québec.

## Chaque deux semaines ou plus souvent :



Déclarent acheter des aliments avec le logo



Disent acheter des aliments locaux, dans un kiosque à la ferme ou dans un marché public, via un panier ou l'agriculture soutenue par la communauté.



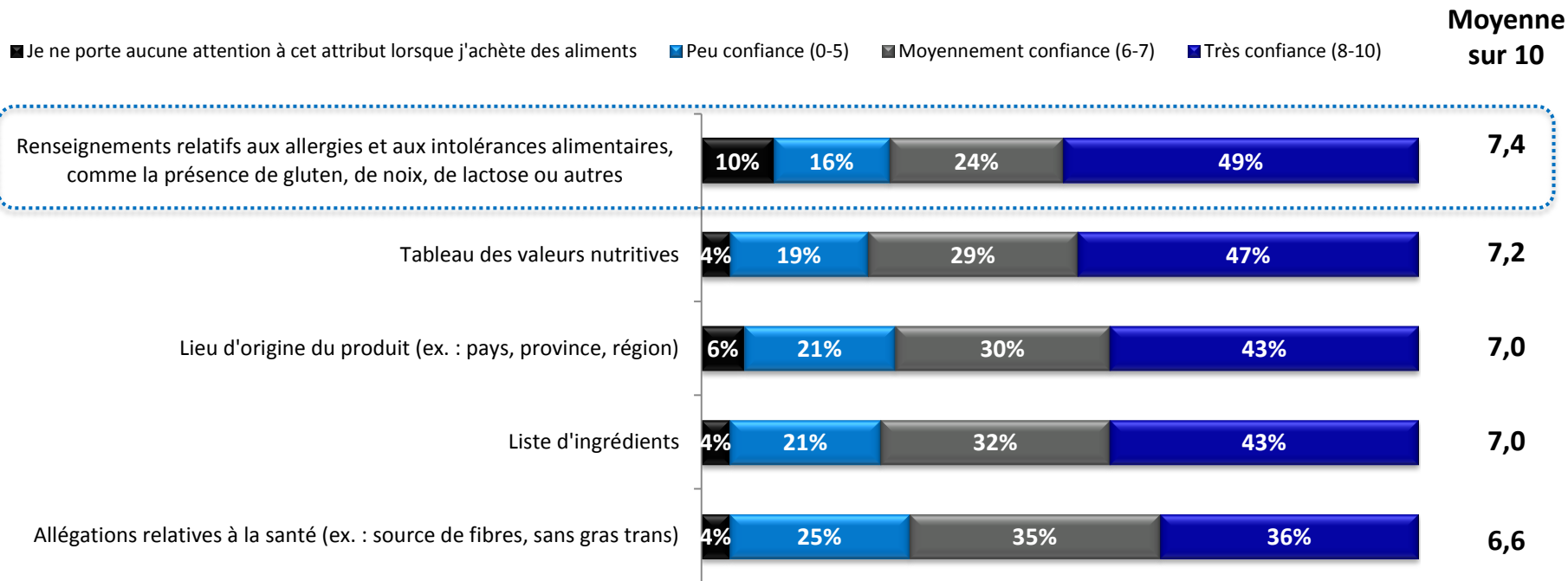
**Niveau de confiance  
dans les attributs  
des aliments**



## Lorsque vous recherchez des aliments, dans quelle mesure avez-vous confiance en l'exactitude des attributs qui leur sont associés?

Pour chaque attribut suivant, indiquez votre degré de confiance sur l'échelle de 0 à 10, 0 signifiant que vous n'êtes pas du tout confiant, 10 très confiant.

Base : tous les répondants (n=1 000)





## **Allergies et intolérances alimentaires**



**68%**

des consommateurs québécois sont **PRÉOCCUPÉS** par la présence d'allergènes ou d'ingrédients provoquant des intolérances dans les aliments.

**27%**

des répondants déclarent qu'au moins **UNE PERSONNE** de leur ménage (eux-mêmes et/ou une autre personne) **EST SUJETTE** à des intolérances ou allergies alimentaires.

Les allergies alimentaires affecteraient de 5 à 6% des enfants et environ de 3 à 4% des adultes.

Source : Santé Canada

**73%**

des consommateurs québécois font **CONFIANCE EN L'EXACTITUDE** des renseignements relatifs aux allergies et aux intolérances alimentaires

**24%**

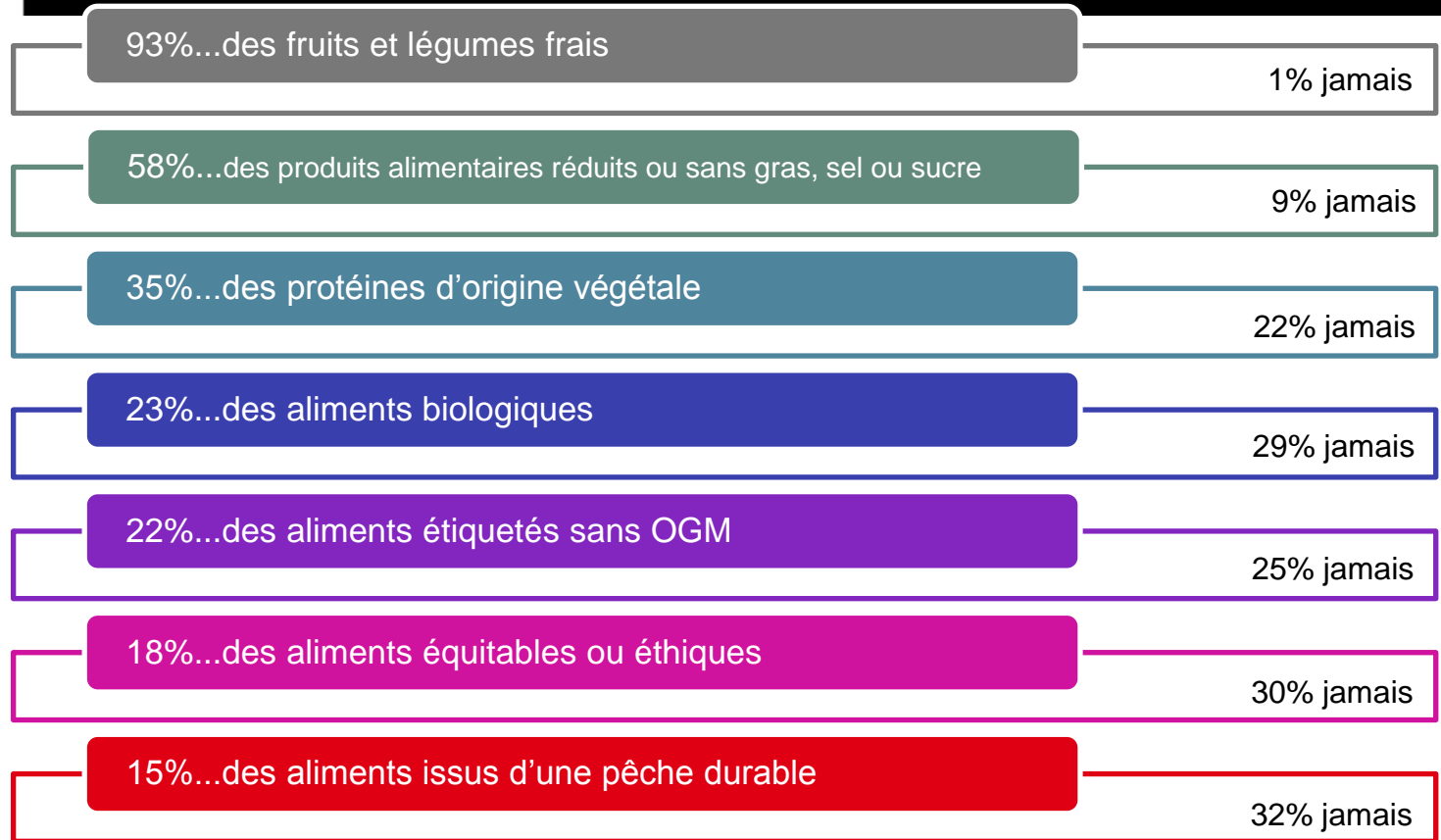
des Québécois **ACHÈTENT** des aliments sans allergènes ou sans ingrédients provoquant une intolérance, au moins chaque deux semaines.



## **7 habitudes alimentaires des Québécois**

# 7 habitudes alimentaires des Québécois

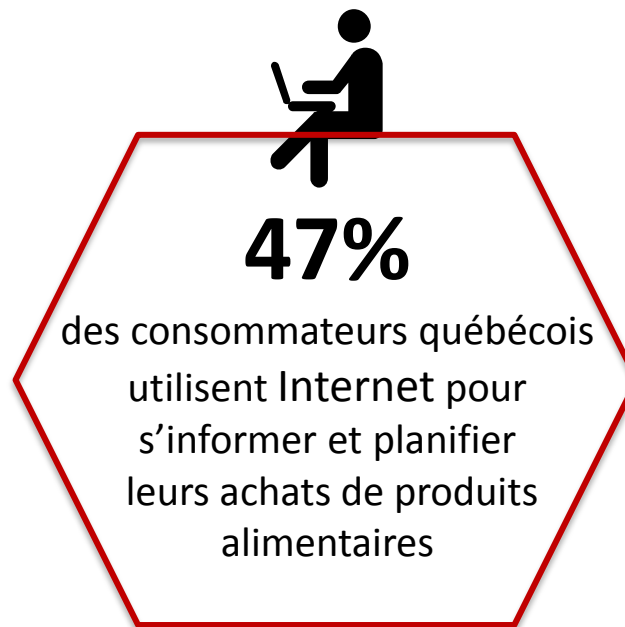
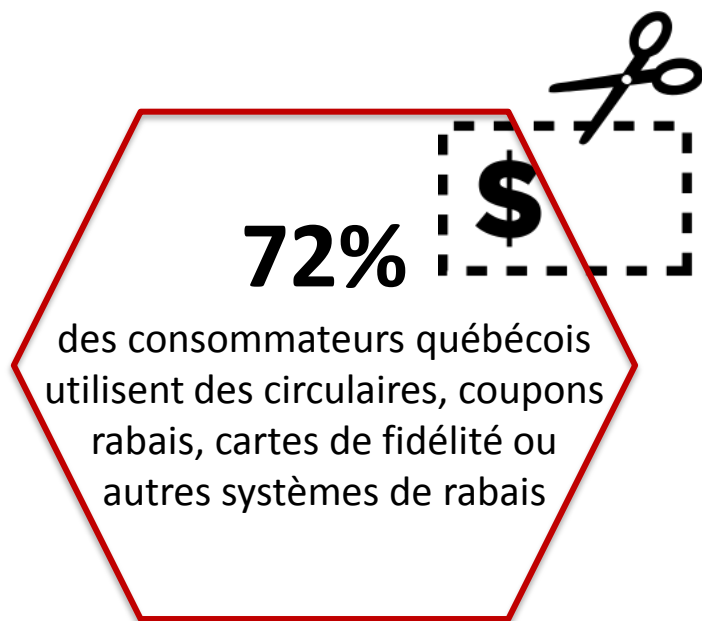
À chaque  
deux  
semaines ou  
plus souvent,  
les Québécois  
achètent...





## **Systemes de rabais et Internet**

Les systèmes de rabais et Internet sont des outils populaires auprès des Québécois pour réduire le coût et planifier les achats d'aliments.





**Conclusion**





**Face aux produits alimentaires,  
les consommateurs québécois ont  
définitivement des préoccupations.**

De **PRIX** des aliments, bien entendu.

Mais aussi sur des enjeux liés à la **SANTÉ**,  
au **GASPILLAGE** et à l'**ENVIRONNEMENT**,  
l'**ÉTHIQUE**, les **BIOTECHNOLOGIES** et le **BIEN-  
ÊTRE ANIMAL**.

*De façon générale, le niveau de préoccupation  
augmente légèrement avec l'âge.*



**Or, la confiance est présente.  
Les consommateurs québécois  
se tournent de plus en plus vers  
les produits locaux.**

Ils les trouvent de qualité supérieure en termes de fraîcheur et de salubrité par rapport aux produits importés, achètent des aliments avec le logo «Aliments du Québec», achètent des aliments locaux.

Il faut continuer de les séduire.



Gardons à l'esprit que pour les consommateurs québécois, s'alimenter c'est :

**se nourrir sainement,  
au meilleur prix possible,  
de façon pratique et facile,  
mais aussi parce que c'est  
une source de plaisir et de  
découverte.**

# *Merci!*

**Caroline Roy, Vice-présidente du bureau de Québec**

Téléphone : 418-522-7467

Courriel : [croy@leger360.com](mailto:croy@leger360.com)