

BAROMÈTRE DE LA CONFIANCE
DES CONSOMMATEURS
QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD DES
ALIMENTS
2^{ÈME} ÉDITION - 2021



Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations

Nathalie de Marcellis-Warin, Ph. D

PDG - CIRANO

Professeure titulaire, Polytechnique Montréal
Département de Mathématiques et Génie industriel

Ingrid Peignier, ing., M.Sc.A

Directrice principale des partenariats et de la
valorisation de la recherche - CIRANO

Enquêtes en ligne auprès d'un **échantillon représentatif** de la population du Québec

	2019	2021
	1^{ère} édition	2^{ème} édition
Date de la collecte	9 au 15 mai 2019	8 au 11 février 2021
Taille de l'échantillon	1017 répondants	1005 répondants

OBJECTIFS DU BAROMÈTRE

* Suivre le niveau de confiance des consommateurs au Québec et identifier les déterminants de cette confiance

* Outil d'aide à la décision pour le gouvernement et les acteurs de la chaîne alimentaire



CARACTÉRISTIQUES
SOCIO-
DÉMOGRAPHIQUES

SOURCES
D'INFORMATION



 VALEURS /
HABITUDES

 CONNAISSANCES
/ CROYANCES

 PRÉOCCUPATIONS

 EXPÉRIENCE



CONFIANCE DANS...

 LIEU D'ACHAT

 PROVENANCE

 ACTEURS
DU SECTEUR
AGRO

 ENCADREMENT
RÉGLEMENTAIRE

 ÉTIQUETAGE



CONFIANCE
DANS LES
ALIMENTS

CADRE CONCEPTUEL
DU *BAROMÈTRE DE LA*
CONFIANCE DES
CONSOMMATEURS
QUÉBÉCOIS À L'ÉGARD
DES ALIMENTS

**DES HABITUDES
ALIMENTAIRES
DAVANTAGE
ORIENTÉES VERS
LA MAISON ET LA
FAMILLE**



46 % des Québécois considèrent que manger est avant tout un **PLAISIR** (41 % en 2019)



42 % des Québécois consomment toujours des plats **cuisinés à la maison** (35 % en 2019)

39 % des Québécois **achètent déjà en priorité** des aliments du Québec

54 % prévoient **augmenter leur consommation d'aliments du Québec** dans la prochaine année. (48 % en 2019)

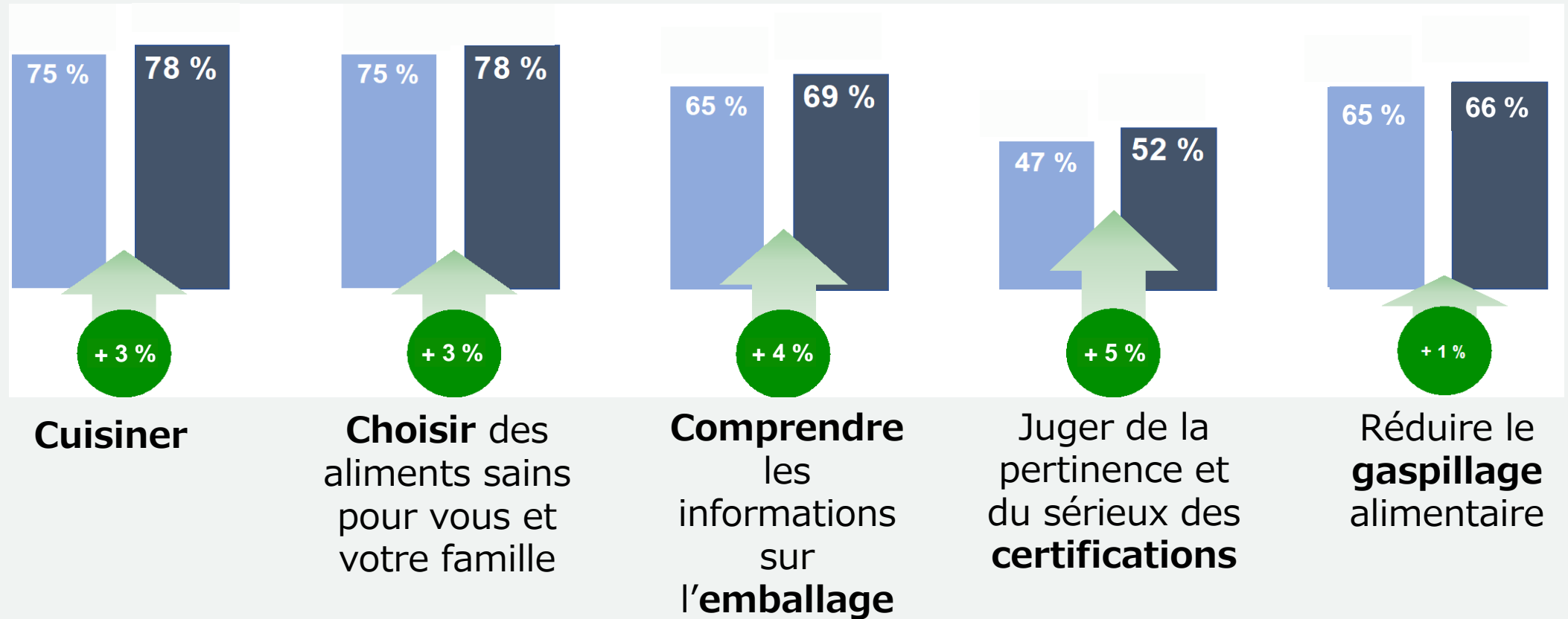


55-74 ans

Classe d'âge qui achète le plus d'aliments produits au Québec, et qui veut en augmenter la consommation

71 % des Québécois ont **plus confiance** dans les aliments du Québec par rapport aux aliments importés.

Proportion des répondants ayant tout à fait ou plutôt confiance dans leur capacité à ...



2019

2021

DES COMPÉTENCES ALIMENTAIRES QUI S'AMÉLIORENT

ENJEUX LES PLUS PRÉOCCUPANTS

LES ENJEUX QUI PRÉOCCUPENT LE PLUS DEMEURENT **INCHANGÉS** PAR RAPPORT À 2019 MAIS...

GLOBALEMENT **MOINS PRÉOCCUPÉS** EN 2021 QU'EN 2019



PRIX DES ALIMENTS

77 % très ou plutôt préoccupés

INTRANTS	GASPILLAGE	ACCES	SALUBRITÉ ET BIEN-ÊTRE ANIMAL
<ul style="list-style-type: none">• Pesticides• Antibiotiques• Hormones	<ul style="list-style-type: none">• Perte et gaspillage alimentaire	<ul style="list-style-type: none">• Accès à des aliments favorables à la santé (qualité)*	<ul style="list-style-type: none">• Les maladies d'origine alimentaire• La santé et le bien-être des animaux d'élevage

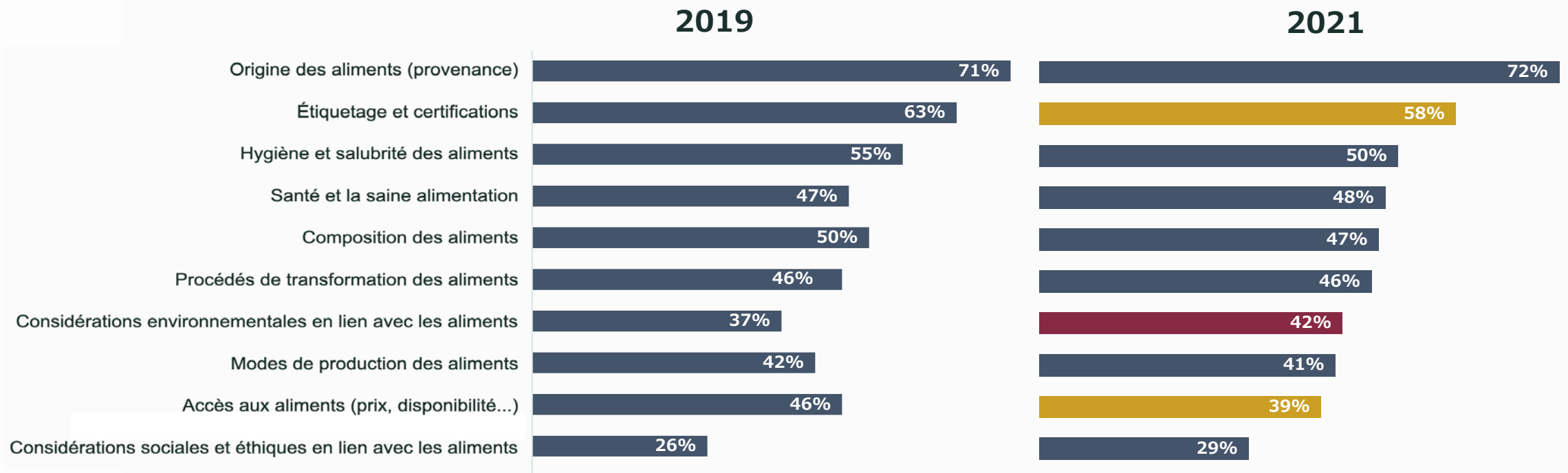
* Préoccupation non testée en 2019

BESOINS D'INFORMATIONS

68 %

des Québécois souhaitent avoir plus d'informations sur les enjeux alimentaires
(78 % en 2019)

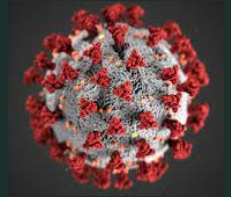
Sujets sur lesquels les répondants aimeraient avoir plus d'informations



% significativement supérieure à 2019

% significativement inférieure à 2019

Impacts de la pandémie



75 % sont plutôt ou tout à fait d'accord pour dire qu'ils avaient constaté une **inflation des prix des aliments** pendant le premier confinement (printemps 2020). Cette proportion atteint même **80 %** au moment de l'enquête, soit en février 2021.

1/3 des Québécois sont d'accord avec le fait qu'ils ont **moins d'argent disponible pour acheter des aliments** aujourd'hui qu'avant la pandémie.

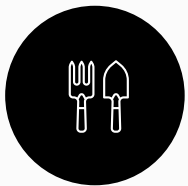


51 % ont déclaré aller plus souvent dans les **commerces de proximité** depuis le début de la pandémie. **49 %** sont d'accord avec le fait que **depuis le début de la pandémie ils achètent plus souvent des aliments produits au Québec**



Utilisation parfois, souvent ou très souvent de **l'épicerie en ligne**

Avant la pandémie	Printemps 2020	Février 2021
14 %	24 %	20 %



38 % affirment avoir fait un **potager** pendant l'été 2020, et pour **8 %** d'entre eux, il s'agissait de leur première fois.

Confiance des Québécois dans le secteur alimentaire



Aliments



Étiquetage



Lieux d'achat



Acteurs



Réglementation

CONFIANCE DANS LES ALIMENTS



2021 ≥ 2019

A large, 3D-style blue '80%' graphic with a white outline, set against a white background within a dark rounded rectangle.

En moyenne, **80 %** des Québécois jugent **SÉCURITAIRE DE CONSOMMER** les produits alimentaires toutes catégories confondues (différences entre les catégories [Fruits/légumes vs viandes])



Les **ALIMENTS FRAIS OU NON TRANSFORMÉS** occupent la **1ère place** du classement (86 % des répondants leur font plutôt ou tout à fait confiance).

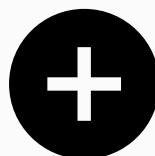


La confiance dans les **ALIMENTS TRANSFORMÉS** (5 ingrédients ou plus) a connu une **hausse significative** de 6 points entre 2019 et 2021 (54 % en 2021 contre 48 % en 2019)

CONFIANCE DANS LES ATTRIBUTS SUR LES ÉTIQUETTES

Globalement et de manière significative, les Québécois accordent une **plus grande confiance** à tous les attributs sur l'emballage en 2021 qu'en 2019

TOP 3



Aliments du Québec (79 %) (+ 7 points)

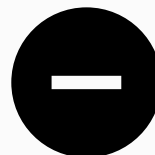
Produit
du ...

Provenance des aliments (71 %)



Appellations réservées (70 %) (+ 12 pts)

TOP 3



Pêche durable (49 %) (+ 10 points)



Certification biologique (48 %) (+10 points)



Certification santé /bien-être animaux (+7 points)

CHOIX DE SOCIÉTÉ POUR LE QUÉBEC

TOP 5

1

Accroître l'**autonomie alimentaire**
du Québec

77 % considèrent ce choix comme plutôt à très important



2

Encadrer le **prix** des aliments de 1^{ère}
nécessité



3

Améliorer l'**accès** à des aliments favorables à
la **santé**



4

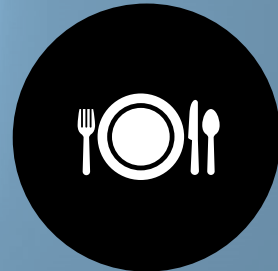
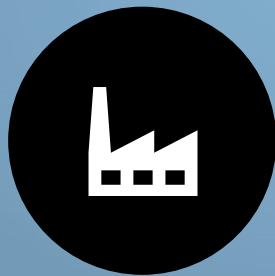
Favoriser une agriculture respectueuse de
l'environnement



5

Maintenir l'**emploi** et l'activité dans le secteur
alimentaire au Québec

Le développement du secteur alimentaire au Québec : l'affaire de tous !



83 % DES QUÉBÉCOIS
CONSIDÈRENT AUJOURD'HUI
LE SECTEUR ALIMENTAIRE
COMME UN
SERVICE ESSENTIEL

(67 % au début de la pandémie)

Rapport de recherche CIRANO

De Marcellis-Warin, N. et I. Peignier, (2021) « *Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments 2^{ème} édition - 2021* »