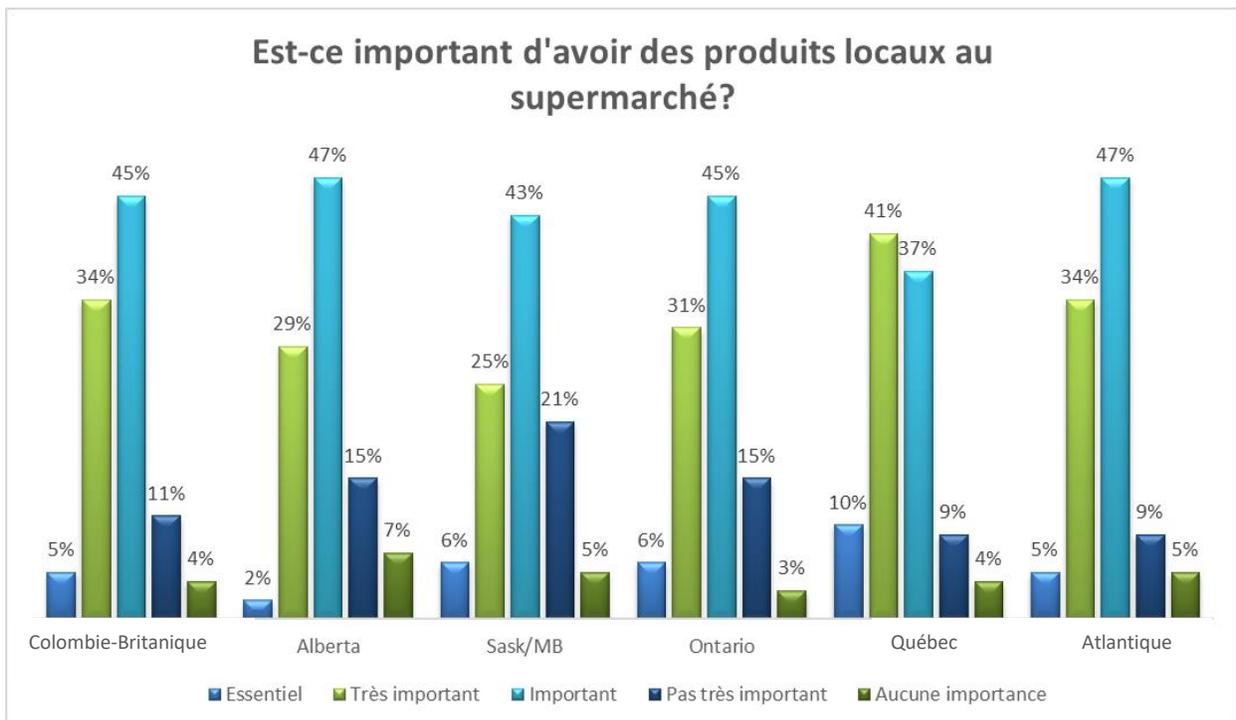


## Un nouveau rapport suggère que les Canadiens accordent de l'importance aux aliments locaux, mais ils ne les considèrent pas comme étant plus nutritifs, abordables ou salubres

**Halifax, 28 juin, 2022** — Les aliments locaux ont fait l'objet de plusieurs discussions sur la souveraineté et l'autonomie alimentaires pendant des décennies. La plupart des sondages révélaient que même si les consommateurs veulent acheter des produits locaux la plupart du temps, très peu achètent ou recherchent des produits alimentaires locaux lorsqu'ils font leurs courses ou lorsqu'ils mangent au restaurant. Le laboratoire en science analytique agroalimentaire, en partenariat avec **Angus Reid**, publie les résultats d'un sondage sur la perception des aliments locaux à travers le pays. Nous ajoutons également une étude de cas sur la compétitivité alimentaire locale dans la province de Québec. En travaillant avec **BetterCart Analytics** et en recueillant au-delà de 350 000 points de données, nous avons examiné la façon dont le prix des produits alimentaires québécois se comparait aux produits alimentaires comparables provenant d'ailleurs.<sup>1</sup>

L'enquête a généré des résultats intéressants dans l'ensemble. Nous avons d'abord demandé aux Canadiens si les aliments locaux à l'épicerie constituaient une priorité. Sans surprise, la plupart des Canadiens estiment que les aliments locaux sont importants pour eux. Au sein de la province du **Québec**, on observe le niveau de soutien le plus élevé, tandis que le niveau de soutien le plus bas se retrouve à la fois en **Saskatchewan** et au **Manitoba**.

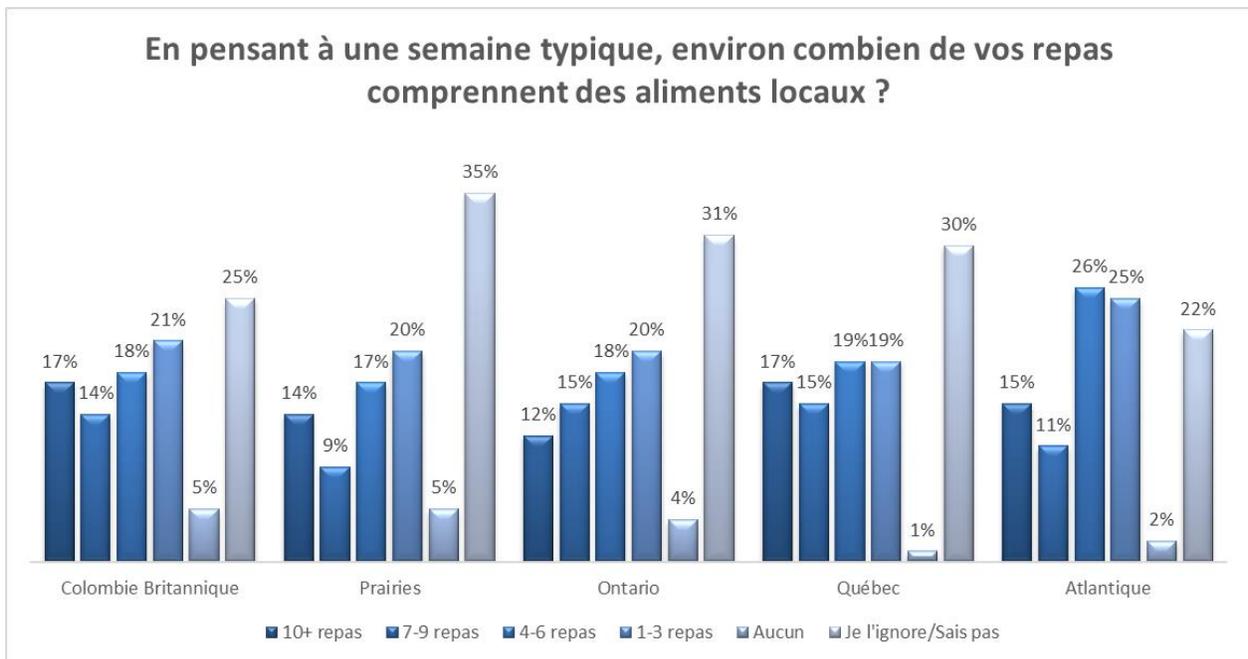


Les questions liées à la **restauration** et aux restaurants ne généraient pas de résultats différents, mais plutôt très similaires. En ce qui concerne la gestion des repas, nous avons demandé aux gens sondés quelle était la priorité accordée aux aliments locaux au cours d'une semaine donnée. Les données

<sup>1</sup> Nous sommes conscients qu'il existe diverses définitions des aliments locaux, ce que cette étude n'a pas pris en compte.

révèlent que les **Britanno-Colombiens** et les **Québécois** gèrent leurs repas tout en tenant compte des produits alimentaires locaux. Au total, 17 % des personnes interrogées de ces deux provinces donneront la priorité aux aliments locaux pour la plupart de leurs repas chaque semaine. Les participants de la région de l'**Atlantique** semblent s'intéresser aux aliments locaux, mais la fréquence n'est pas aussi importante. Les résultats suggèrent que les femmes s'avèrent légèrement plus enclines à considérer l'importance du produit local que les hommes, mais la différence en pourcentage se maintient sous les 5 %. L'instruction et le revenu ne représentaient pas non plus des facteurs déterminants importants.

« Le fait que les déterminants socio-économiques ne se révèlent pas significatifs nous surprend un peu », a déclaré **Janet Music**, associée de recherche au Laboratoire en science analytique agroalimentaire de l'Université Dalhousie. « On sait que le Québec et la Colombie-Britannique ont eu de nombreuses discussions sur la provenance des systèmes alimentaires, et cela se voit dans les données », a précisé Music.



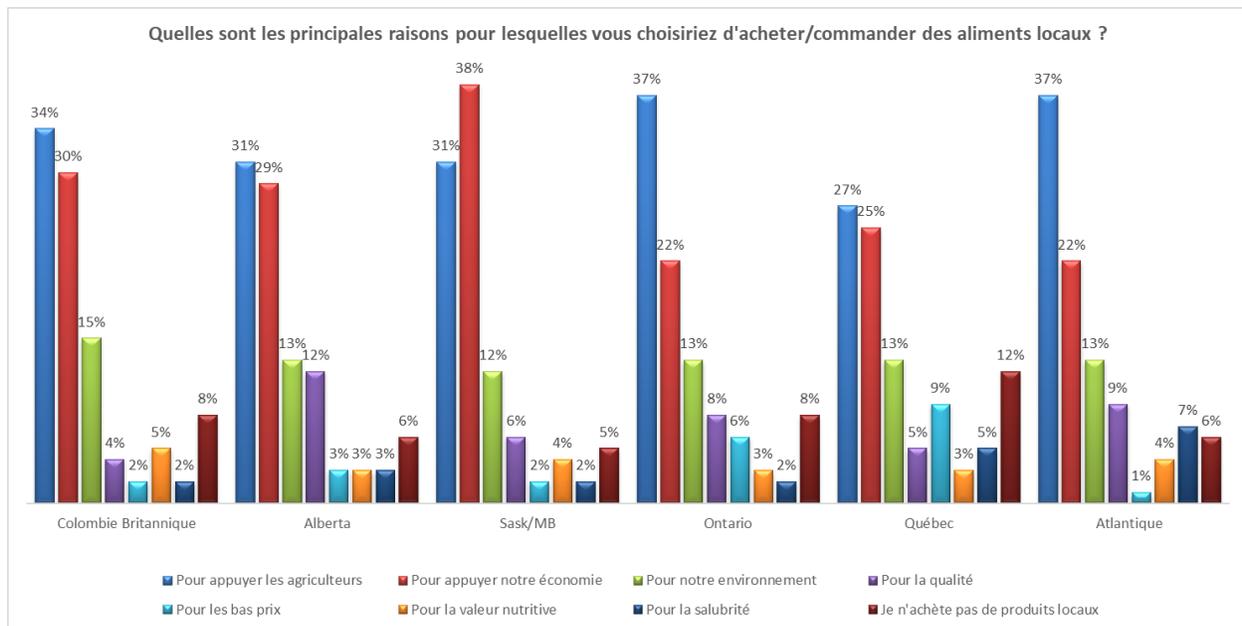
À l'épicerie, de façon générale, l'importance accordée aux aliments locaux variera légèrement entre les groupes d'âge. Les consommateurs plus âgés semblent considérer les aliments locaux importants pour eux. Alors que **45 % des consommateurs de 55 ans et plus considèrent** que les aliments locaux à l'épicerie sont importants, **37 % des consommateurs de 18 à 34 ans partagent le même avis**. Au restaurant, toutes les tranches d'âge partagent le même sentiment. Les aliments locaux sont considérés comme importants par 36 % à 37 % des gens, selon le groupe d'âge. Les différences n'étaient pas significatives.

Nous avons demandé aux Canadiens pour la dernière fois pourquoi ils choisissent le produit local. Généralement, les Canadiens qui achètent des produits locaux le font principalement pour soutenir l'économie et les agriculteurs. Les Canadiens sont motivés d'acheter des aliments locaux pour diverses raisons, mais nous leur avons demandé de n'en choisir qu'une seule parmi tant d'autres.

La raison la plus importante sous-jacente à l'achat de produits locaux est de **soutenir les agriculteurs**, suivie par la volonté d'encourager **l'économie locale**. Dans toutes les régions, appuyer la durabilité

environnementale constitue le troisième choix des participants. Toutefois, très peu d’entre eux pensent que les aliments locaux sont d’une meilleure qualité ou plus nutritifs, plus abordables ou même plus sûrs.

« Je pense que l’image des produits alimentaires locaux doit être retravaillée. On dirait que les Canadiens veulent simplement rendre service aux agriculteurs et aux entreprises agroalimentaires lors de leurs achats », a déclaré le **Dr Sylvain Charlebois**, directeur du Laboratoire en science analytique agroalimentaire. « Les Canadiens ne voient clairement pas comment les aliments locaux peuvent leur apporter directement des avantages », a ajouté Charlebois.



Très peu de Canadiens croient que les aliments locaux sont de meilleurs produits. En ce qui concerne l’abordabilité, seulement **5 % des Canadiens croient que les aliments locaux se vendent moins cher**. Selon une étude récente, les aliments locaux ne sont pas toujours plus chers.

Selon une récente étude de l’Université Dalhousie commandée **par Aliments du Québec**, les produits locaux sont aussi concurrentiels (écart de prix neutre) ou plus concurrentiels que les produits d’ailleurs **dans 70,83 % des catégories étudiées**. Dans un contexte d’inflation élevée et de hausse du coût de la vie, Aliments du Québec a voulu savoir si les aliments locaux pouvaient représenter une option viable pour les consommateurs québécois qui tentent de réduire leur facture d’épicerie en répondant à la question « Est-ce que manger des produits locaux coûte vraiment plus cher ? »

L’étude a été menée au Québec en janvier et février 2022. L’étude comprend les catégories d’aliments suivantes : épicerie : boissons (jus, café, eau, kombucha), barre granola, confiture, beurre d’arachide, vinaigrette, farine, mélange à crêpes, légumineuse, sauce barbecue, biscuit, gâteau, croustilles et bonbons ; produits laitiers et substituts laitiers : lait, fromage, crème glacée et sorbet, margarine et boisson végétale ; viande et poisson : saucisse et poisson ; fruits et légumes : pommes, salades préparées, légumes et tofu ; boulangerie : pain, tortilla et pain pita, et bagel ; épicerie fine : bruschetta, jambon fumé, et pâtes fraîches ; aliments surgelés : plats surgelés. Pour obtenir de plus amples informations sur le projet, rendez-vous sur le site Web d’Aliments du Québec.

Téléchargez les résultats préliminaires de l'enquête en anglais et en français sur

<https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>.

## Contacts

**Dr. Sylvain Charlebois**, Directeur

Laboratoire en science analytique agroalimentaire

[sylvain.charlebois@dal.ca](mailto:sylvain.charlebois@dal.ca)

**Janet Music**, Associée de recherche

Laboratoire en science analytique agroalimentaire

[janet.music@dal.ca](mailto:janet.music@dal.ca)

**Méthodologie du sondage :** Angus Reid est l'un des panels actifs les plus crédibles sur le marché canadien. Un sondage représentatif des Canadiens a été mené en juin 2022, en partenariat avec Angus Reid. Au total, 1 503 Canadiens ont participé à ce sondage. Marge d'erreur : +/- 3,1 %, 19 fois sur 20. Tout écart entre les totaux est dû à l'arrondissement.

**Méthodologie pour l'étude de cas du Québec :** Les produits alimentaires dans 48 catégories réparties en sept grandes sections ont été évalués. Plus de 134 produits locaux et 431 produits non locaux comparables ont été étudiés, et un total de 351 787 points de données de prix différents ont été analysés. Les produits locaux ont été sélectionnés par l'équipe d'AAL puis revus par Aliments du Québec pour s'assurer qu'ils étaient disponibles pour la majorité des résidents du Québec et qu'ils étaient majoritairement produits, transformés et emballés au Québec par une entreprise détenant un numéro d'entreprise du Québec (NEQ) valide. Par la suite, des données sur les prix ont été recueillies pour chaque produit québécois sélectionné, ainsi que pour ses homologues non locaux comparables, à six dates précises : les 24 et 31 janvier et les 7, 14, 21 et 28 février 2022. Les prix ont été recueillis à cinq détaillants en alimentation différents : IGA, Maxi, Metro, Provigo et Walmart.

**Divulgestion :** Le financement de l'enquête a été fourni par Angus Reid et l'Université Dalhousie. Le financement du projet québécois a été assuré par Aliments du Québec.