

Mise en perspective en fonction des attentes et des perceptions des consommateurs québécois

PISTE TRANSVERSALE : Accélérer le virage numérique

PISTE 1 : Favoriser l'achat local

- Achat institutionnel
- Promotion des aliments du Québec
- Éducation des consommateurs (informations)

PISTE 2 : Accroître l'offre québécoise

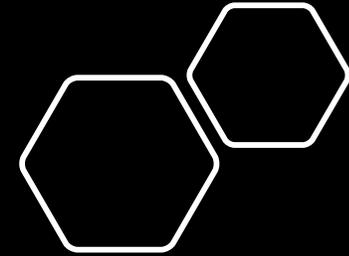
- Croissance des serres
- Filières à potentiel de croissance de l'autonomie
- Agriculture de proximité – agrotourisme local

PISTE 3 : Renforcer la chaîne d'approvisionnement

- Main-d'œuvre
- Automatisation
- Innovation
- Aide à l'investissement

PISTE 4 : Accélérer le virage écologique

- Agriculture et pêches durables
- Éducation aux consommateurs (acceptabilité sociale)



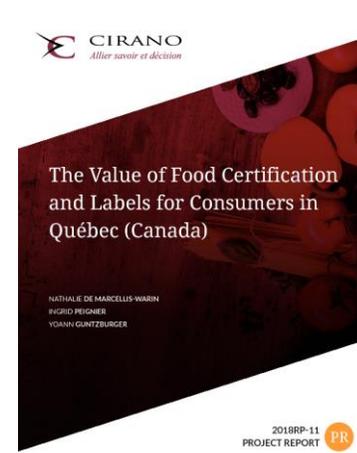
Mise en perspective avec les attentes et perceptions des consommateurs

1 *Baromètre sur la confiance à l'égard des aliments*

Enquête en ligne réalisée entre le 9 et le 15 mai 2019

Échantillon : 1 017 répondants (échantillon représentatif de la population du Québec)

2 *Projets de recherche passés réalisés au CIRANO sur les enjeux du numérique dans le bioalimentaire et valeur des certifications alimentaires*

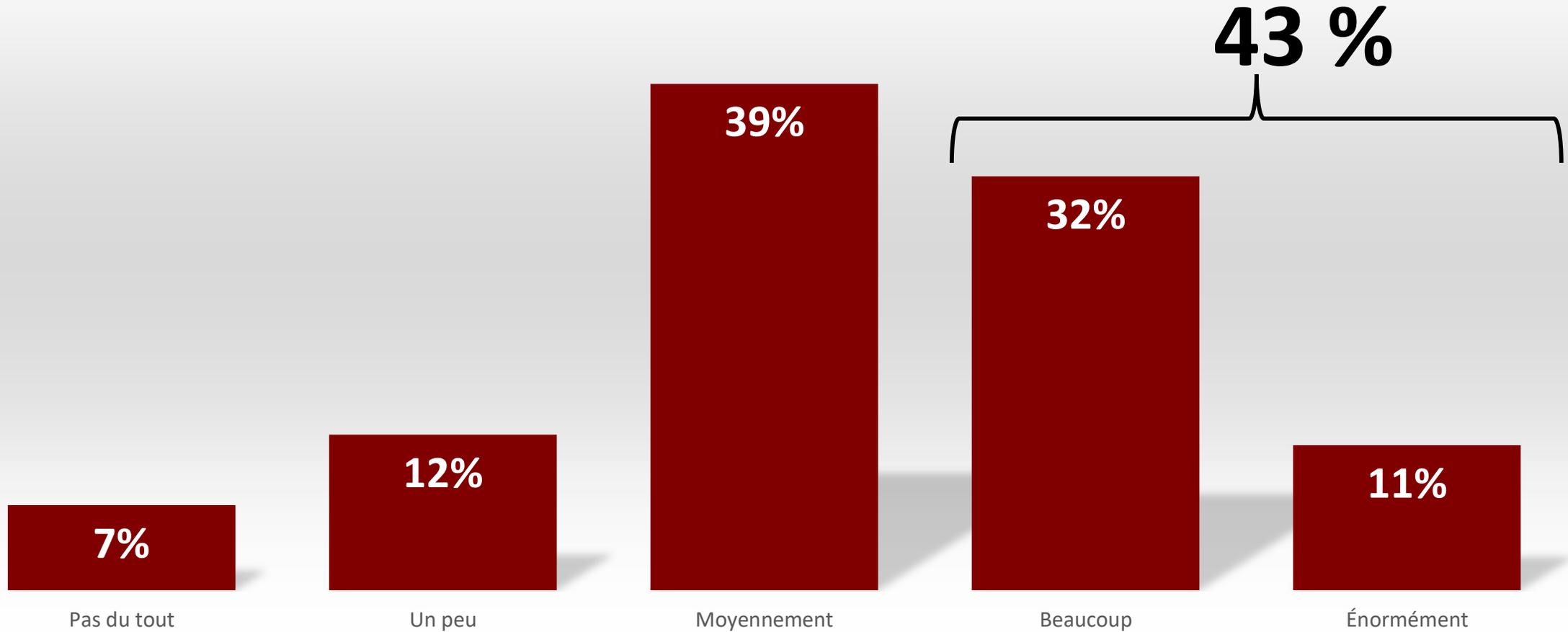


Equipe de recherche CIRANO :
Annie Royer, Université Laval et CIRANO
Nathalie de Marcellis-Warin, Polytechnique Montréal et CIRANO
Thierry Warin, HEC Montréal et CIRANO
Ingrid Peignier, CIRANO
Molivann Panot, CIRANO
Christophe Mondin, CIRANO
JoAnne Labrecque, HEC et CIRANO
Maurice Doyon, Université Laval et CIRANO
Geneviève Dufour, CIRANO
Raymond Dupuis, Groupe Export

Question interactive 1

De façon générale, diriez-vous que vous achetez en priorité des aliments du Québec ?

De façon générale, diriez-vous que vous achetez en priorité des aliments du Québec ?



Source : De Marcellis-Warin & Peignier, 2020

PISTE 1 : FAVORISER L'ACHAT LOCAL

Demande présente chez les consommateurs

- **43 %** des répondants indiquent acheter en priorité des aliments du Québec
- **48 %** des Québécois ont affirmé **vouloir augmenter** leur consommation d'aliments du Québec.

Niveau de confiance élevé à l'égard les produits locaux

Confiance dans les aliments du Québec par rapport aux aliments importés

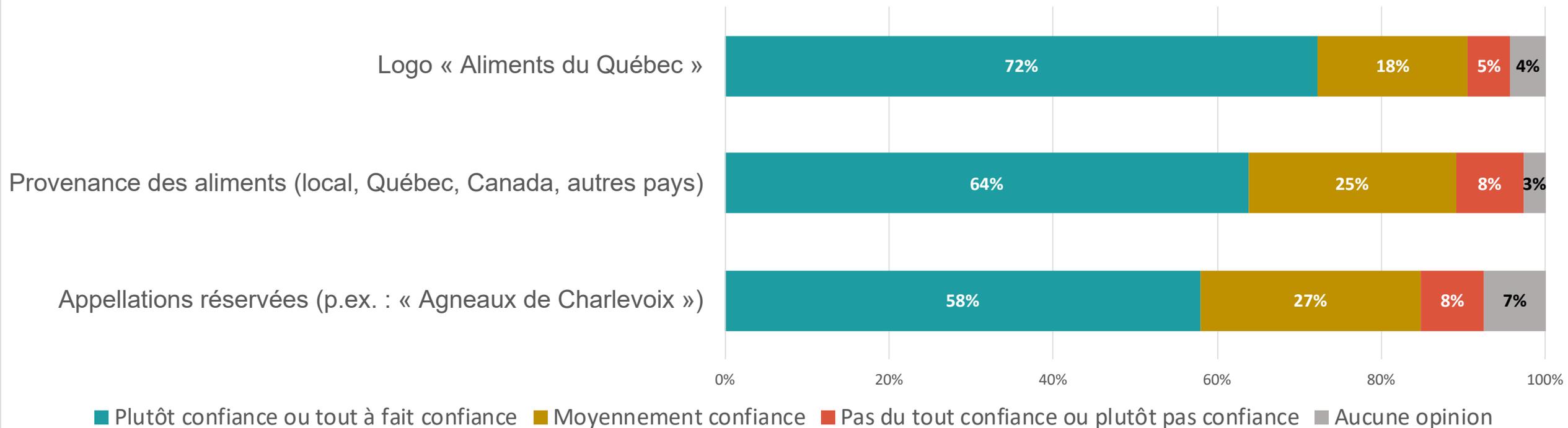


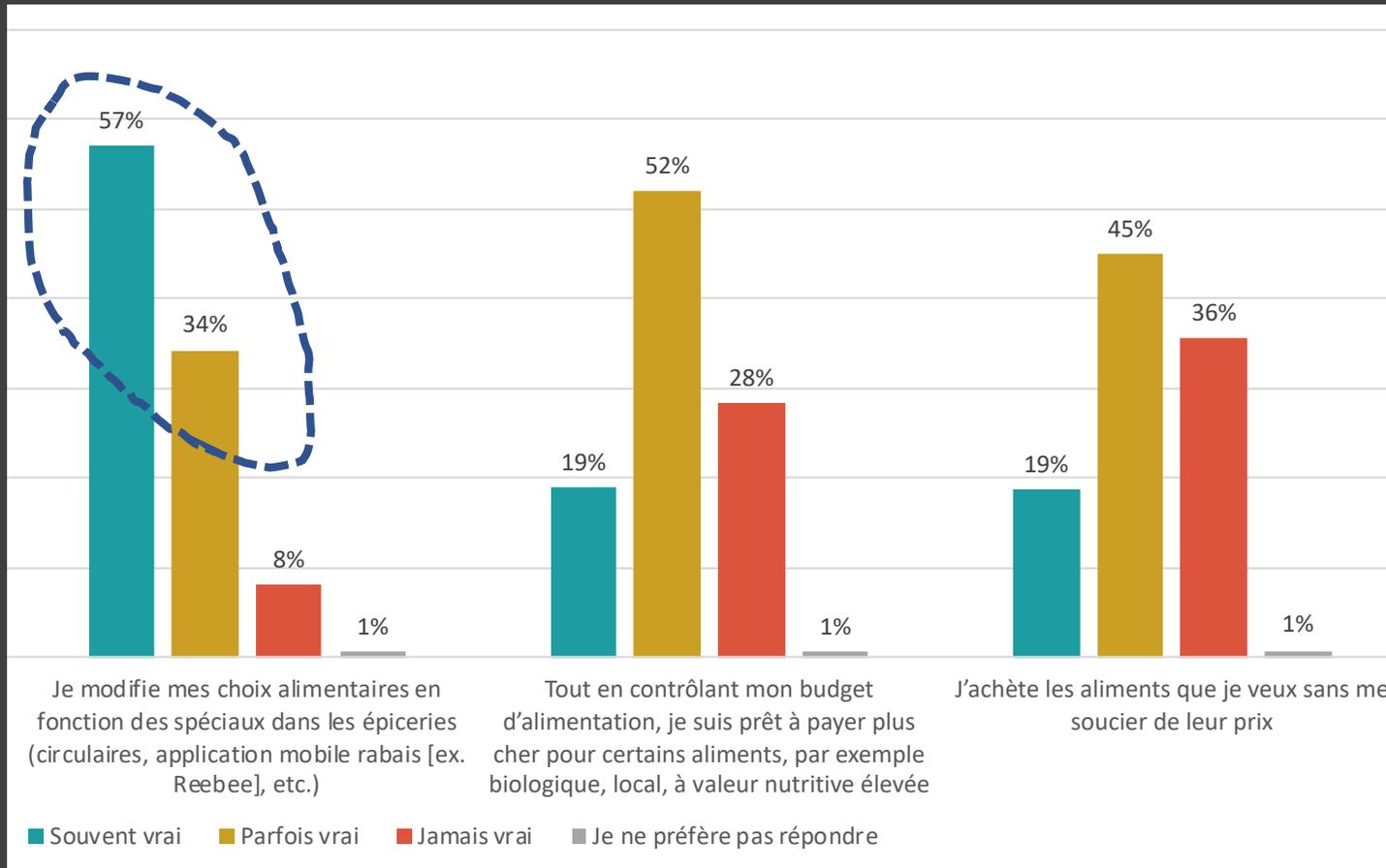
Source pour données 2016 : Sondage LM dans le cadre de la première rencontre préparatoire organisée par le MAPAQ (juillet)

PISTE 1 : FAVORISER L'ACHAT LOCAL

Une relative grande confiance dans l'étiquetage pour les attributs sur l'origine/provenance des aliments

Quel niveau de confiance accordez-vous aux attributs suivants sur les emballages des aliments (pensez-vous que ce qui est écrit est vrai)?





Source : De Marcellis-Warin & Peignier, 2020

**PISTE 2 : ACCROITRE
L'OFFRE QUÉBÉCOISE**

**Des consommateurs québécois
sensibles aux prix**

Des consommateurs prêts à payer plus cher pour des aliments locaux ?

- Les consommateurs qui achètent en priorité des aliments du Québec sont significativement **plus nombreux à être prêts à payer plus cher pour avoir accès à un certain type d'aliment (biologique, local, etc.)** que ceux qui n'achètent pas en priorité des aliments du Québec



48 % des répondants sont prêts à payer davantage ou payent déjà davantage pour des produits qui affichent la certification Aliments du Québec. Il s'agit de la certification pour laquelle les consommateurs sont le plus prêts à payer davantage (en comparaison avec des certifications sans OGM, ou Biologique)
(De Marcellis-Warin & Peignier, 2018)



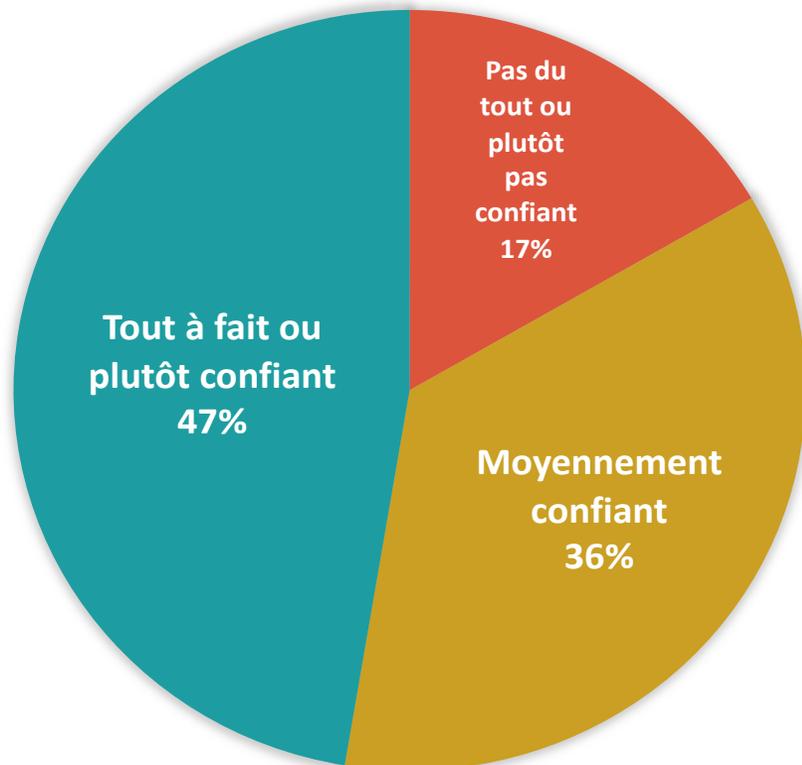
Question interactive 2

Dans quelle mesure êtes-vous confiant dans votre capacité à juger de la pertinence et du sérieux des allégations / certifications ?

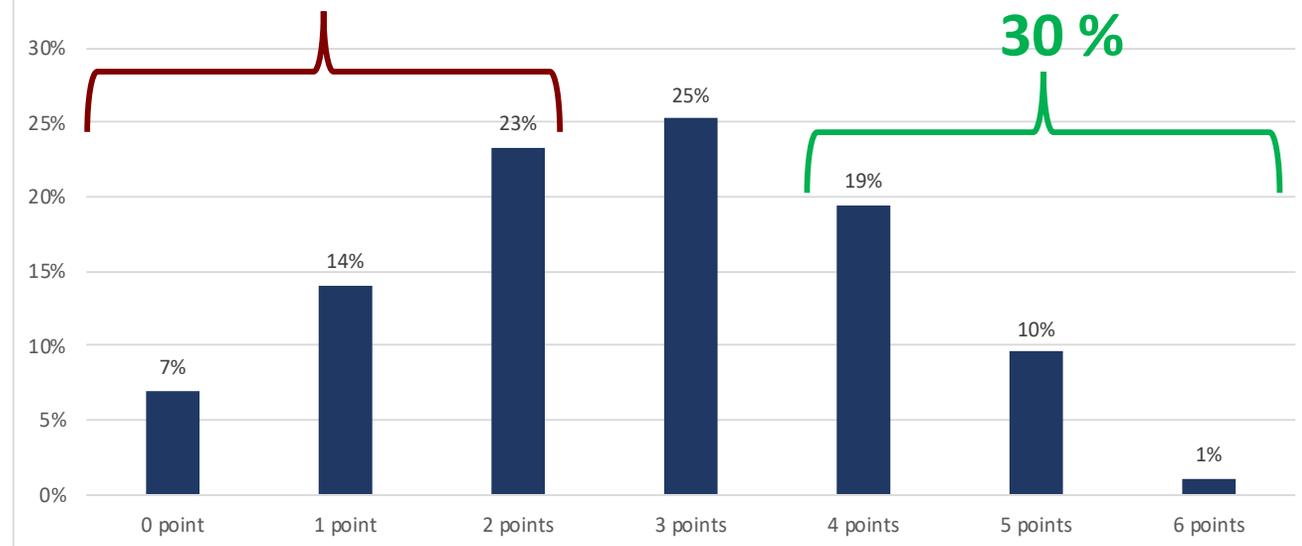
Des consommateurs qui croient avoir les habiletés nécessaires pour comprendre et interpréter les étiquettes / certifications

MAIS...Une méconnaissance des mécanismes de certifications

JUGER DE LA PERTINENCE ET DU SÉRIEX DES ALLÉGATIONS/CERTIFICATIONS



Proportion des Québécois en fonction de leur note aux questions de connaissance (note sur 6 points)



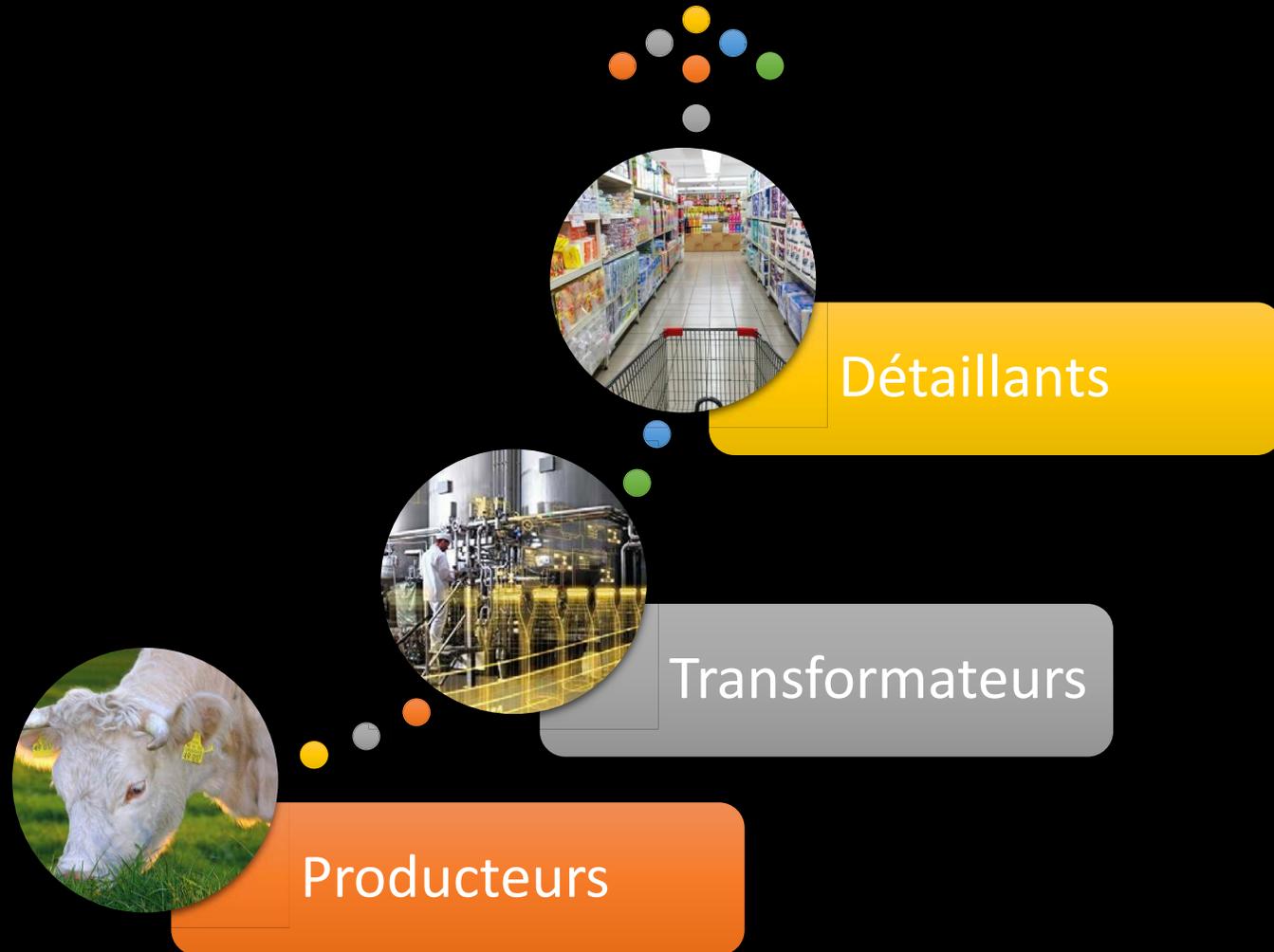
PISTE 4 : Accélérer le virage écologique

Les considérations environnementales et la salubrité en tête des préoccupations des Québécois en lien avec l'alimentaire

Zoom sur les PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS - TOP 10

PRIX	INTRANTS	SALUBRITÉ	ACCÈS PHYSIQUE	GASPILLAGE
<ul style="list-style-type: none"> • Prix des aliments 	<ul style="list-style-type: none"> • Pesticides • Antibiotiques • Hormones 	<ul style="list-style-type: none"> • Hygiène et salubrité des établissements alimentaires • Maladies d'origine alimentaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Accès à des aliments frais proche de chez nous 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte et gaspillage alimentaire

PISTE TRANSVERSALE : Accélérer le virage numérique



PISTE TRANSVERSALE : Accélérer le virage numérique

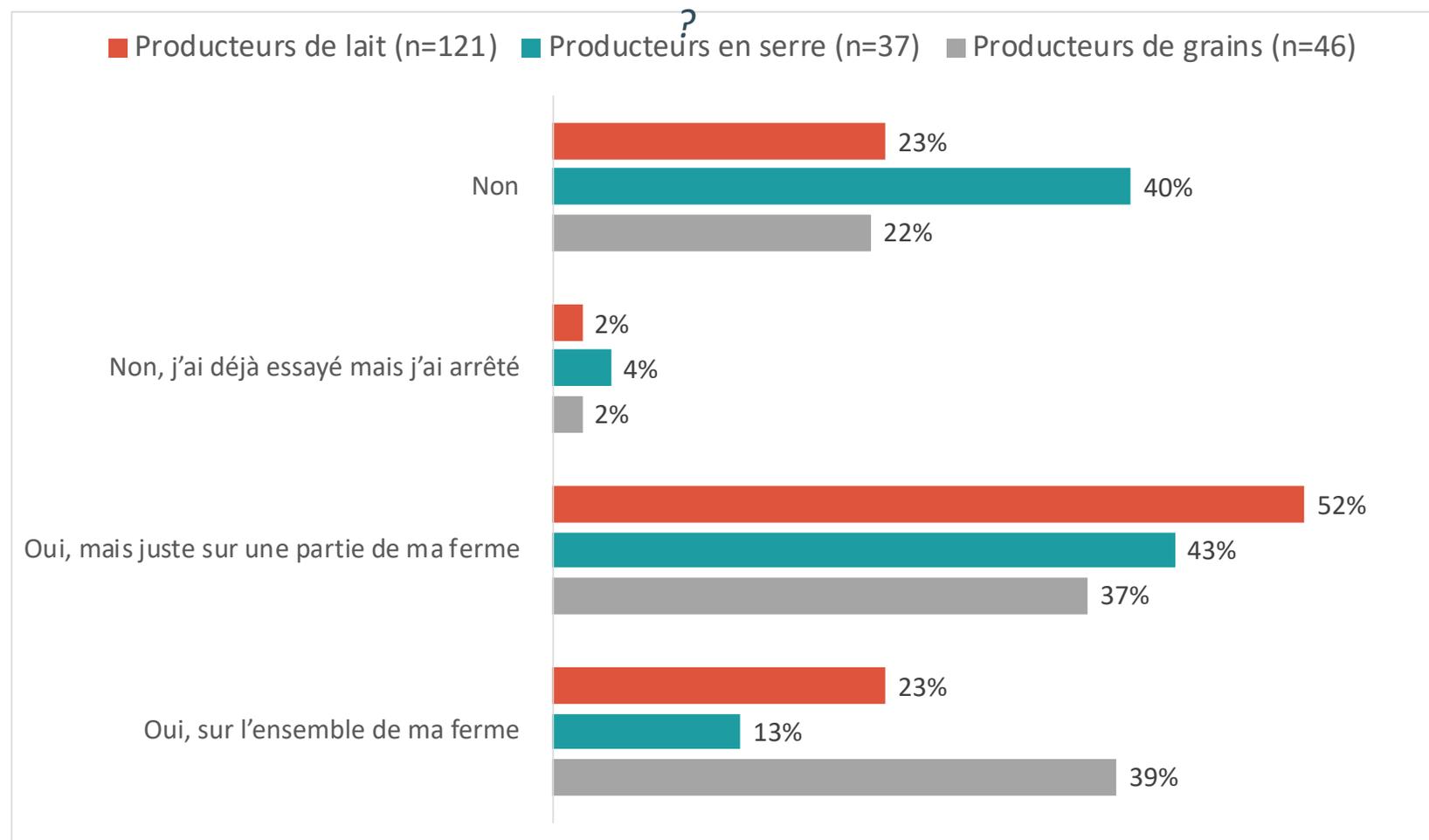


Producteurs

Principaux freins

- coût d'acquisition des technologies,
- rentabilité incertaine et
- évolution constante et rapide des technologies (problèmes liés à la compatibilité entre les technologies)

Votre ferme a-t-elle recours à des outils ou des services qui font appel à des technologies numériques de précision, de la machinerie automatique ou de la robotique



Source : Royer, De Marcellis-Warin, Peignier, Warin, et al., 2020



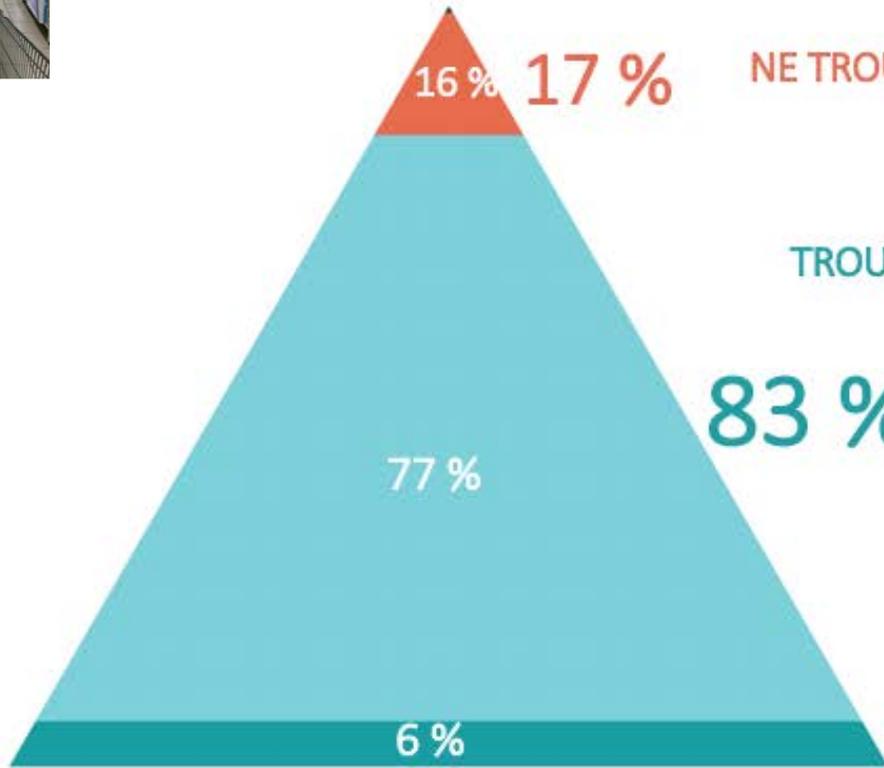
Transformateurs

- Utilisation des plateformes de vente en ligne (B2B)
- La majorité (78 %) des entreprises participantes réalisaient moins de 1% de leurs ventes sur Internet, au moment de l'enquête (mai 2018)
- Principaux enjeux : Logistique, coût de livraison et le développement de la marque

PISTE TRANSVERSALE : Accélérer le virage numérique

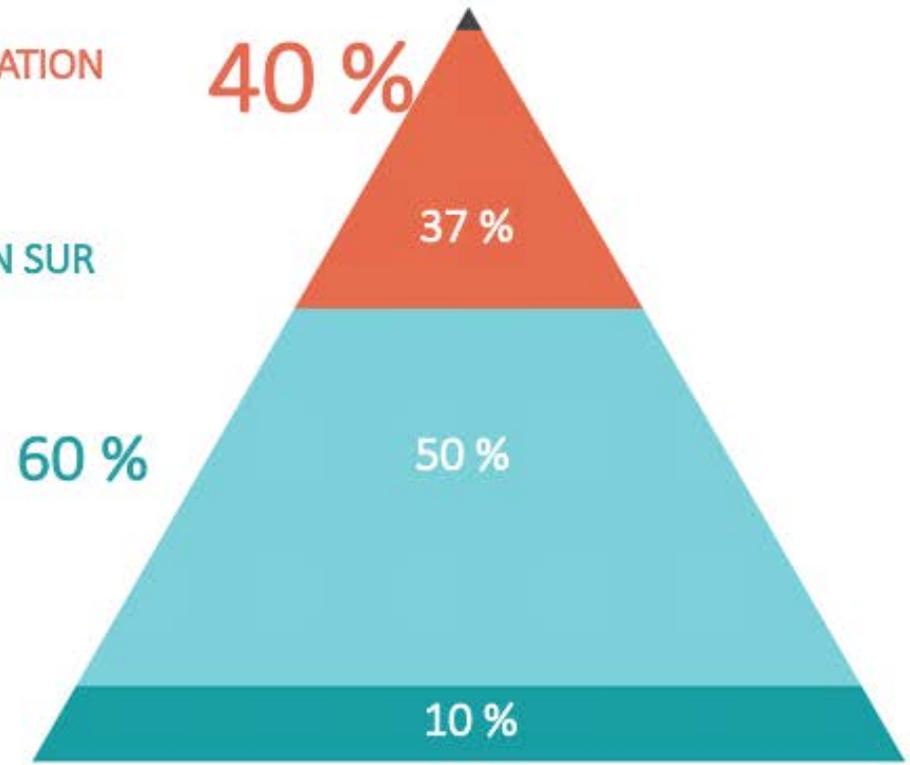


Détaillants



■ Oui, tout le temps (6%) ■ Oui, la plupart du temps (77%) ■ Non, pas souvent (16%)
 ■ Non, jamais (1%)

EN MAGASIN



■ Oui, tout le temps (10%) ■ Oui, la plupart du temps (50%) ■ Non, pas souvent (37%)
 ■ Non, jamais (3%)

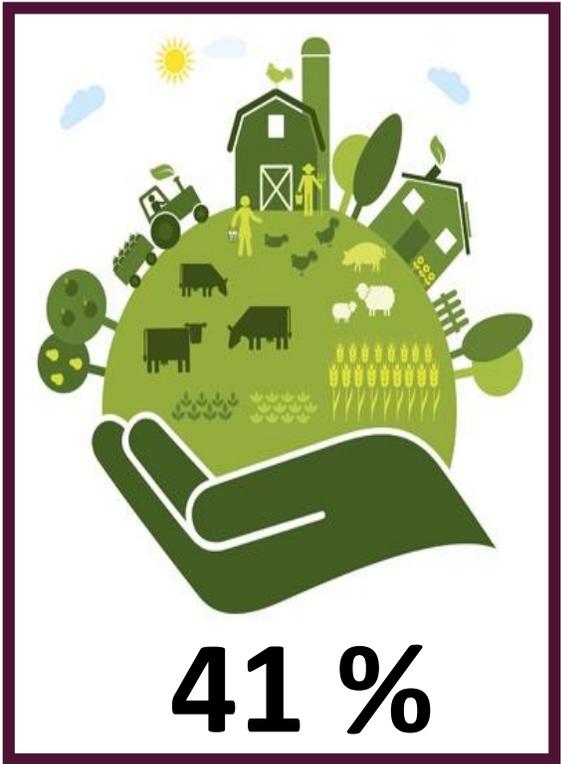
EN LIGNE

(sous échantillon des Québécois faisant toujours ou souvent leur épicerie en ligne)



Pistes de solution en adéquation avec les 4 choix de société préconisés par les Québécois

Environnement / Bien-être animal / Éthique



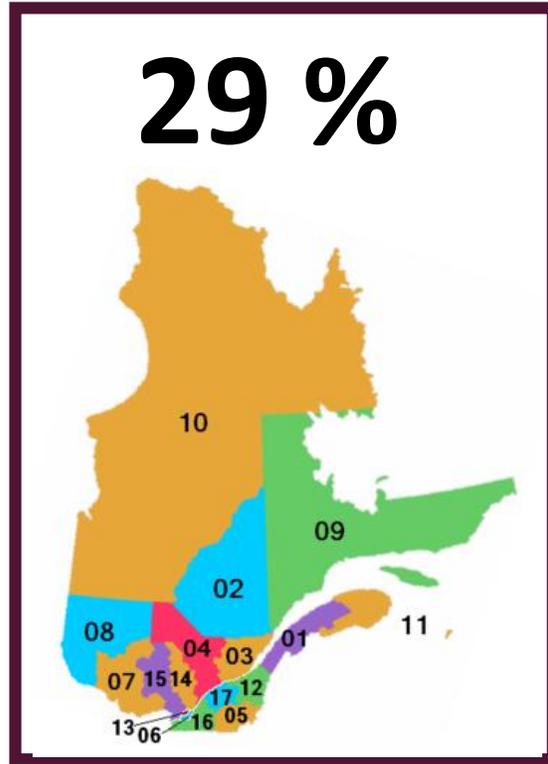
Appuyer / Valoriser

Repérage



Soutenir

Développement des entreprises en régions



Aliments 1^{ère} nécessité



Encadrer