



Ce que les Canadiens pensent vraiment de l'agroalimentaire

Ipsos Marketing 1





Sensibilisation. Appréciation. Information.

- Nouveau modèle de leadership représentant des milliers d'agriculteurs et d'entreprises agroalimentaires connexes
- Guichet unique d'informations sur l'agroalimentaire
- Financé par des adhésions, des dons, des commandites, des fonds de projets







Quand on parle au Canadien moyen



- Moins de 2 % des Canadiens travaillent en agriculture
- Ils ne connaissent aucun agriculteur
- 95 % achètent selon le goût, le prix et la valeur nutritive
- Ne se préoccupent pas de la science ni des études
- Aiment ce qui est « libre », « naturel », « comme dans le bon vieux temps »
- **ADORENT** les animaux
- Ne veulent pas se sentir coupables devant le contenu de leur assiette




Ipsos Marketing




Étude de 2012 sur les attitudes des Canadiens à l'égard de l'agroalimentaire

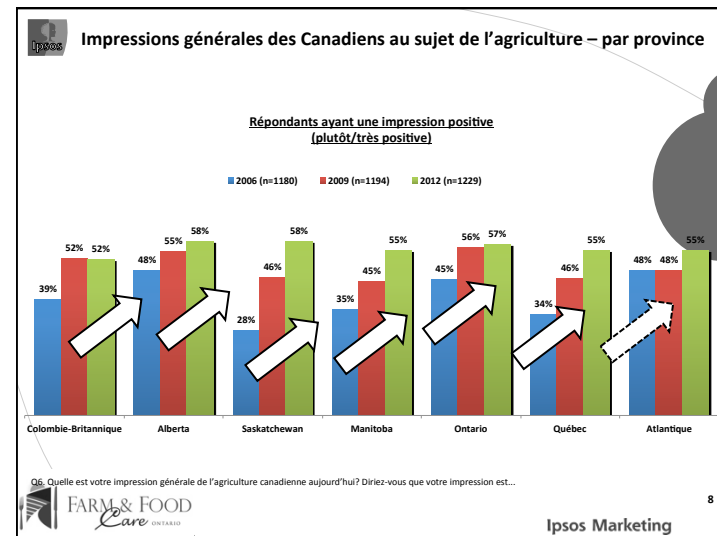
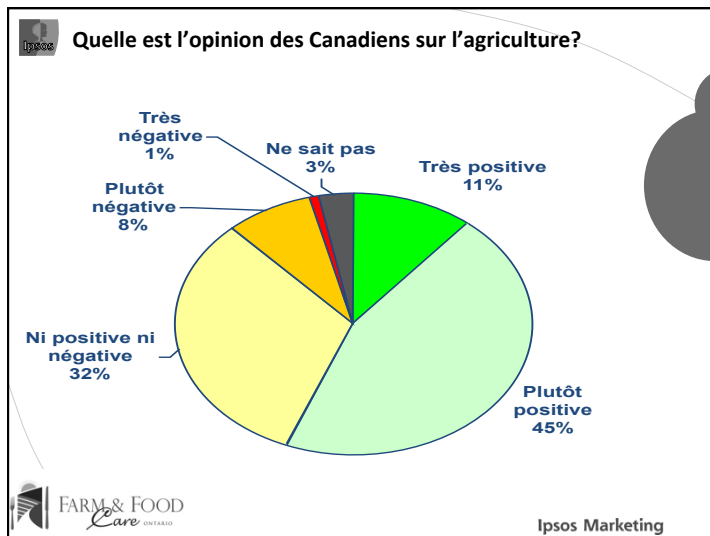
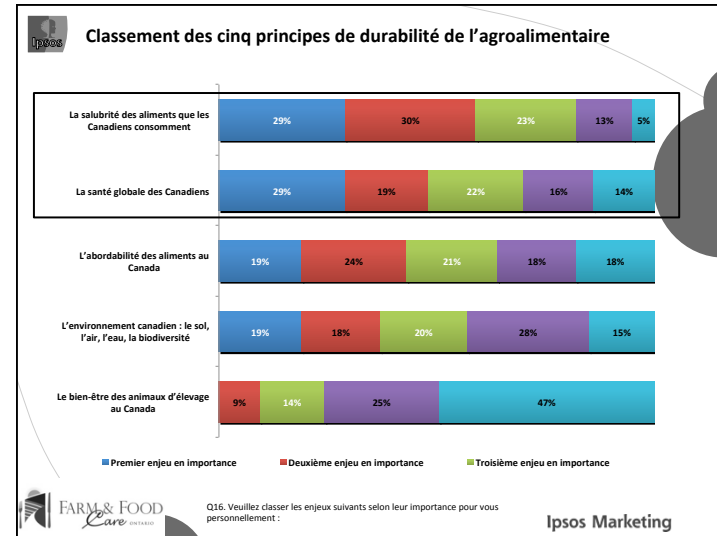
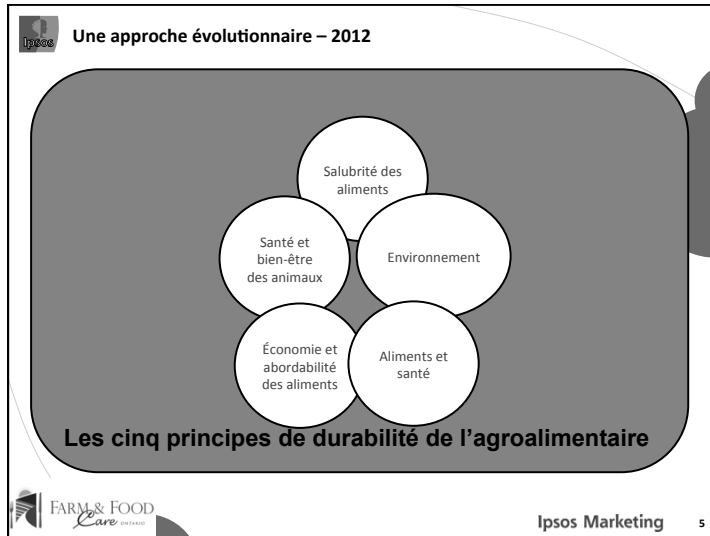
- Repose sur les cycles de 2001, 2006 et 2009 de « l'enquête sur les enjeux agricoles » menée par l'Ontario Farm Animal Council (OFAC)
- Six groupes de discussion dans trois villes canadiennes

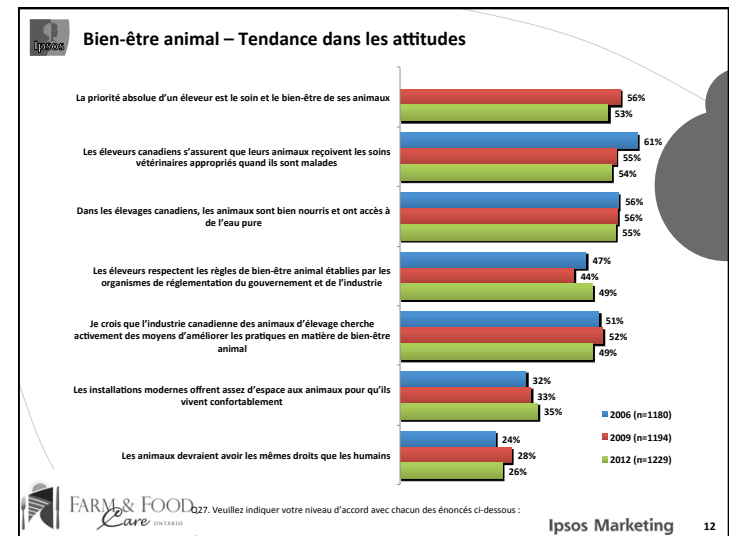
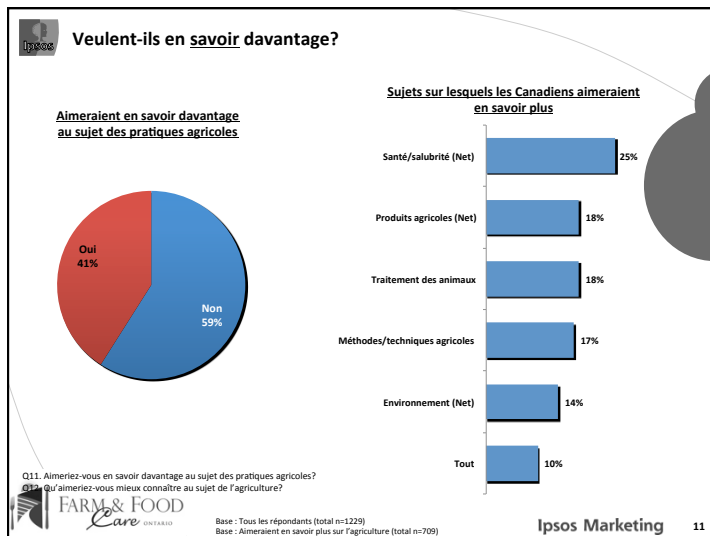
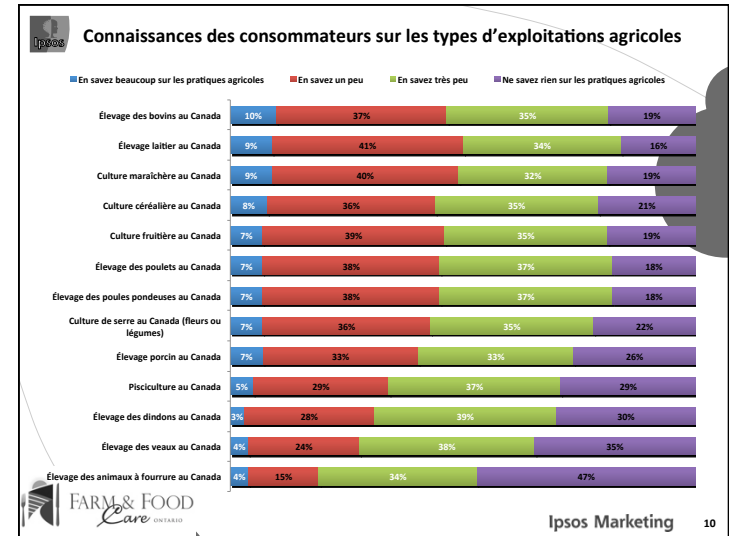
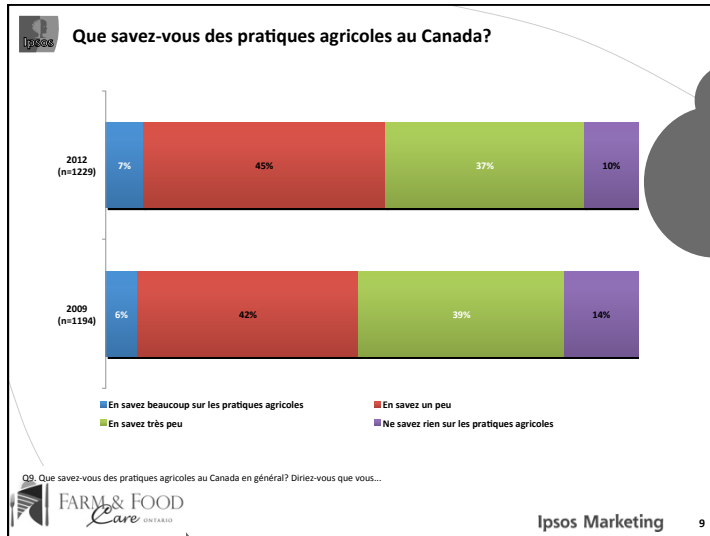


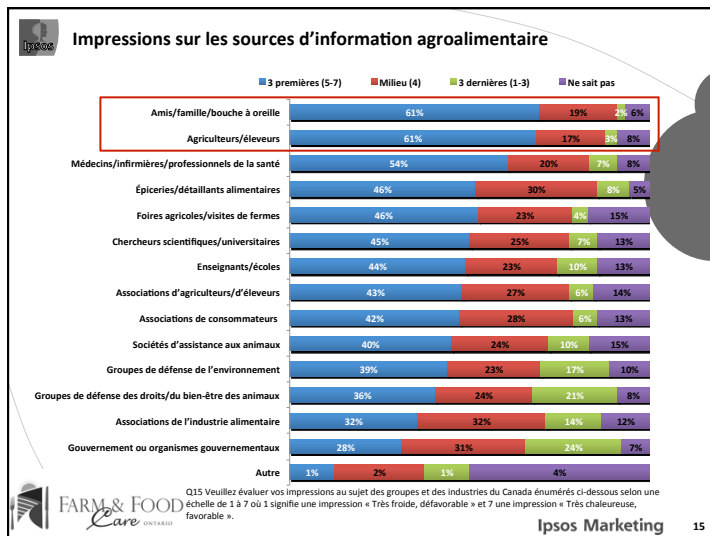
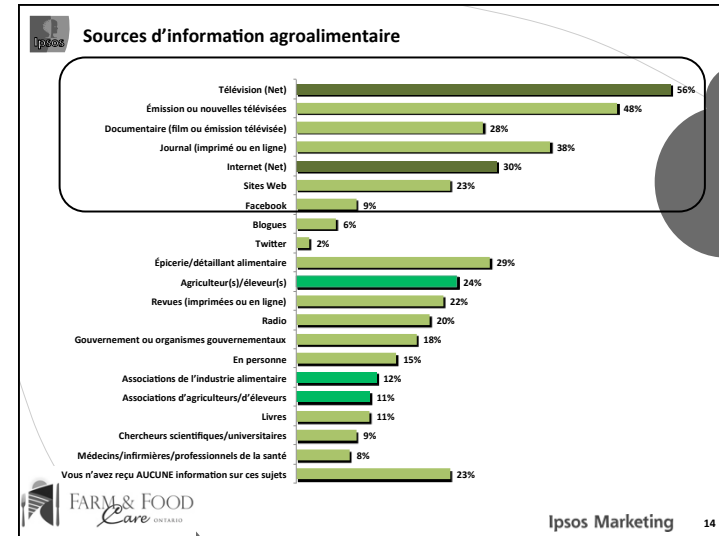
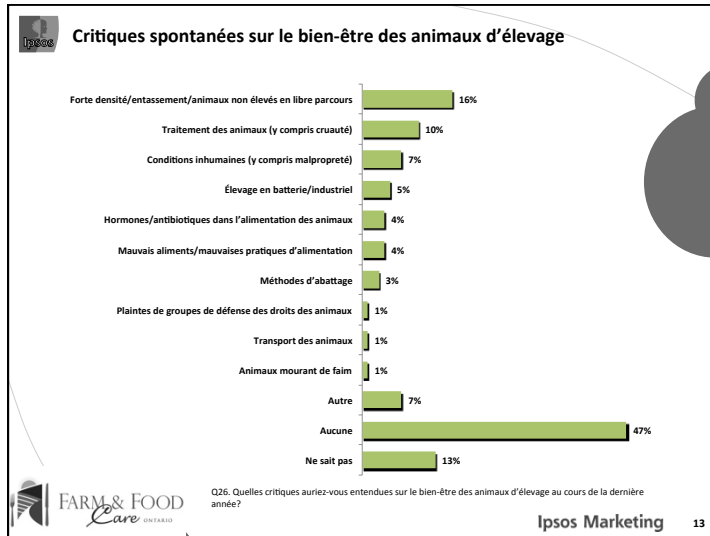
Province	Taille d'échantillon	Marge d'erreur maximale (intervalle de confiance de 95 %)
Atlantique	206	+/- 6.83 %
Québec	308	+/- 5.58 %
Ontario	308	+/- 5.58 %
Manitoba	101	+/- 9.75 %
Saskatchewan	100	+/- 9.80 %
Alberta	101	+/- 9.75 %
Colombie-Britannique	105	+/- 9.56 %
Total	1 229	+/- 2.80 %



Ipsos Marketing 4













Résumé

- L'agroalimentaire n'est pas un enjeu prioritaire qui garde les consommateurs « éveillés la nuit ».
- Cette étude confirme l'importance et l'utilité de communiquer une vision holistique de la durabilité dans le secteur agroalimentaire, une vision qui englobe l'environnement, le bien-être animal, la salubrité des aliments, la santé, et l'économie et l'abordabilité des aliments. Le bien-être doit être situé dans son contexte.
- Globalement, les perceptions de l'agriculture se sont considérablement améliorées depuis 2006, mais il reste beaucoup de gains à faire dans les catégories « neutre » et « ne sait pas ».
- La crédibilité des agriculteurs, des vétérinaires et des chercheurs est élevée.
- Les Canadiens ne savent pas grand-chose sur l'agriculture et ne savent pas à qui s'adresser pour en savoir plus.





FARM & FOOD Care ONTARIO Ipsos Marketing 16









1931	2013
10,3 millions de Canadiens	33,5 millions de Canadiens
3,29 millions d'exploitations agricoles	205 730 exploitations agricoles

Lancé en 2009, le jeu Farmville avait 39 430 177 adeptes en 2013.

Turn up the Volume
Talk is cheep

Que pouvez-vous faire?

