



# Alimentation

SOMMET 2017

Cahier thématique 1

**À L'ÉCOUTE DES CONSOMMATEURS  
D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN**



# MOT DU MINISTRE

## VERS UNE POLITIQUE BIOALIMENTAIRE À L'IMAGE DES CONSOMMATEURS D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN

L'industrie bioalimentaire est un pilier de notre économie, l'une des principales industries exportatrices du Québec. En plus d'assurer notre sécurité alimentaire, elle procure de l'emploi à près de 500 000 travailleurs et génère des retombées économiques dans toutes les régions.

Peu d'activités économiques ont le privilège d'être aussi près du consommateur, de partager son quotidien, et cela, au moins trois fois par jour. Il s'agit d'une relation unique dont les comportements ont des incidences sur le développement des entreprises agricoles et agroalimentaires.

De concert avec les différents acteurs de cette filière, le gouvernement du Québec souhaite définir une vision sur laquelle reposeront les assises de la future Politique bioalimentaire du Québec. Une politique qui répondra à la fois aux attentes du consommateur, en plus d'assurer la croissance d'une industrie bioalimentaire forte et prospère.

Au cours des prochains mois, trois rencontres thématiques réunissant consommateurs, transformateurs, distributeurs, entrepreneurs agricoles et pêcheurs serviront à préparer le Sommet sur l'alimentation qui se tiendra à l'automne 2017. Ce forum placera les préoccupations du consommateur au centre des débats. C'est d'ailleurs la première fois qu'il est invité à s'exprimer de façon formelle. Mieux informé, plus sensible à sa santé, soucieux de l'environnement, de l'éthique, de la qualité des produits et du bien-être animal, le consommateur est plus que jamais un acteur incontournable.

Voici le premier cahier thématique publié par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. Axé sur le consommateur, ce document vise à ouvrir des espaces de discussion et de réflexion.

Nous vous invitons à prendre part à la discussion afin que nous puissions développer ensemble une vision rassembleuse et prospère pour l'avenir de l'industrie bioalimentaire.

Le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation,



Pierre Paradis





# TABLE DES MATIÈRES

## PRÉAMBULE :

Le consommateur québécois au cœur  
du développement bioalimentaire

7

## DES CONSOMMATEURS AU DIAPASON DE LEUR ÉPOQUE

8

## ENJEUX :

1. Satisfaire des consommateurs  
aux préférences variées
2. Répondre aux demandes des consommateurs  
à l'égard de la santé
3. Maintenir et renforcer la confiance  
des consommateurs

14

20

24

## VERS LE SOMMET SUR L'ALIMENTATION

30



# PRÉAMBULE LE CONSOMMATEUR QUÉBÉCOIS AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT BIOALIMENTAIRE

Le secteur bioalimentaire revêt un caractère stratégique pour le Québec. Il joue un rôle majeur dans l'économie du Québec et de ses régions avec plus de 487 000 emplois, soit près d'un emploi sur huit. Cet apport s'observe également par sa contribution à la qualité de vie des Québécois, que ce soit sur le plan de la saine alimentation, de la préservation de l'environnement, de la vitalité des territoires ou de la diversité des paysages.

Répondre et s'adapter aux demandes et aux attentes des consommateurs demeure un défi continu. Si l'évolution rapide de l'environnement d'affaires stimule l'offre de produits alimentaires, elle exerce aussi une plus grande

pression sur les entreprises du secteur bioalimentaire au Québec, qui doivent demeurer compétitives pour affirmer leur présence sur les marchés et se distinguer par rapport à l'offre de leurs concurrents. Les consommateurs québécois, comme tous ceux qui vivent ailleurs dans le monde, font des choix alimentaires qui s'appuient sur un amalgame de facteurs et de valeurs, dont l'importance varie d'une personne à l'autre. Certains de ces choix sont individuels, alors que d'autres découlent d'un consensus social touchant notamment à des valeurs de santé publique ou de préservation de l'environnement.

Des conditions économiques, sociales, environnementales et réglementaires doivent être réunies pour assurer la pleine participation du secteur bioalimentaire au développement de la société québécoise. Le consommateur fait figure de dénominateur commun pour chacune de ces conditions, en raison de ses exigences à l'égard des différents maillons de la chaîne alimentaire et de ses choix. Sur le plan de l'intérêt public, le gouvernement doit également s'assurer que les retombées de ses interventions dans le secteur bioalimentaire servent les attentes des citoyens du Québec.

La première rencontre préparatoire au Sommet sur l'alimentation vise à permettre de mieux comprendre les demandes et les attentes des consommateurs d'aujourd'hui et de demain. Elle portera plus particulièrement sur celles

des consommateurs québécois, incluant les attentes qu'ils nourrissent à titre de citoyens. Seront ainsi déterminés des enjeux pour le développement du secteur bioalimentaire québécois ainsi que pour les interventions du gouvernement du Québec dans ce secteur.



L'empreinte digitale humaine symbolise à la fois le consommateur, son alimentation et son identité comme citoyen. L'alimentation appartient à cette identité qui nous rend tous uniques. À l'intérieur de l'empreinte qui se métamorphose, les ustensiles nécessaires à la consommation quotidienne des aliments constituent une métaphore du Sommet proprement dit, qui deviendra un outil pour l'élaboration de la politique bioalimentaire québécoise.

**DES  
CONSOmmATEURS  
AU DIAPASON  
DE LEUR ÉPOQUE**

Le comportement des consommateurs évolue au rythme des changements de la société. Les innovations du secteur bioalimentaire contribuent fortement à cette évolution. À l'origine des choix de consommation, des facteurs démographiques et des habitudes de vie se distinguent. D'autres considérations relèvent de valeurs personnelles ou collectives concernant, par exemple, l'environnement, le bien-être animal ou l'achat local.

## UNE SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE EN ÉVOLUTION

En 2015, la population du Québec comptait près de 8,3 millions de personnes, soit 1 million de plus que 15 ans auparavant. Selon les prévisions de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), elle augmentera de 0,9 million pour atteindre 9,2 millions en 2031.

Ainsi, la population québécoise augmentera moins vite, ce qui se traduira par une croissance légèrement plus faible de la demande alimentaire domestique.

Au Québec, le plus grand bassin de population (61 %) se situe à Montréal et dans les régions voisines<sup>1</sup>. Depuis 2011, ces régions ont, comme celle de la Capitale-Nationale, enregistré des croissances plus fortes de leur population, celles-ci ayant varié entre 0,8 et 1,2 % par année. Parmi ces régions, Montréal, la Montérégie, les Laurentides et la Capitale-Nationale présentent un revenu disponible par personne légèrement supérieur à la moyenne provinciale.

<sup>1</sup> Régions administratives de Montréal, de la Montérégie, de Laval, de Lanaudière et des Laurentides.

Le vieillissement de la population marque aussi les profils de consommation. En raison de la hausse de l'âge moyen et de la constante progression de l'espérance de vie, les personnes de 65 ans ou plus formeront plus du quart de la population d'ici 2031 selon l'ISQ. Pendant ce temps, la part relative de la population active (15-64 ans) est appelée à décroître pour passer sous la barre des 60 %, comparativement à 67 % en 2015.

En ce qui a trait à la taille des ménages, sa diminution s'est poursuivie pour s'établir à 2,3 personnes. Le nombre de ménages constitués d'une seule personne connaît une augmentation. La taille des ménages influence les choix de consommation, par exemple la recherche de plus petits formats ou d'aliments prêts-à-consommer, la cuisine d'assemblage, etc.

La conciliation travail-famille influence également les comportements et les habitudes alimentaires. Le partage des rôles au sein des familles modifie la planification des repas tout en écourtant le temps consacré à leur préparation et aux épulettes préalables.

Finalement, plus des deux tiers de la population québécoise âgée de 25 à 64 ans possèdent aujourd'hui un niveau de scolarité supérieur au secondaire, la proportion observée il y a vingt ans étant de 43 %. Les personnes les plus scolarisées s'intéressent davantage à la nutrition et sont particulièrement sensibles à la composition, au processus de production et à l'origine des aliments.

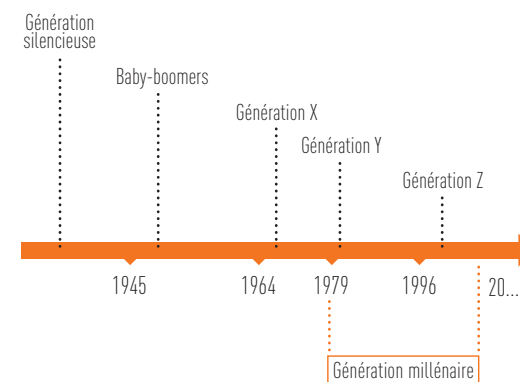
## DES BABY-BOOMERS À LA GÉNÉRATION MILLÉNAIRE

Les préférences des consommateurs évoluent avec les générations. Les baby-boomers, nés au cours de la période s'étendant de la Seconde Guerre mondiale jusqu'au début des années 1960, ont profité d'une croissance économique importante et provoqué plusieurs changements socioéconomiques, dont celui du modèle de société de consommation. Les générations suivantes ont sensiblement adapté ce modèle.

Des spécialistes du marketing ont défini la génération millénaire, constituée des consommateurs nés dans les deux décennies ayant précédé l'an 2000.

Les « milléniaux » redéfinissent le modèle de consommation. Au Québec, ils représentent actuellement le quart de la population et leur nombre dépassera, d'ici vingt ans, celui des baby-boomers.

### Les modèles de consommation selon les générations



Source : *La revue des marques*, n° 64, octobre 2008. Adaptation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

À la conférence *Perspectives agroalimentaires 2016*, José Alvarez de la Harvard Business School a présenté les « milléniaux » comme une source de changements majeurs dans le commerce de détail des aliments. Selon le profil qu'il a décrit, ces consommateurs :

- ◆ sont les enfants de l'ère numérique et veulent tout faire en ligne;
- ◆ vivent dans des conditions économiques moins favorables que celles de la génération qui les a précédés, le coût des marchandises constituant pour eux une grande préoccupation;
- ◆ aiment les plats ethniques et tout ce qui est nouveau et différent;
- ◆ font moins confiance aux entreprises et recherchent activement la transparence et l'innovation;
- ◆ sont, dans bien des cas, prêts à récompenser les entreprises socialement responsables, mais seulement si elles sont conviviales et abordables.

## L'APPORT DE L'IMMIGRATION

Depuis les origines de la société québécoise, plusieurs peuples et cultures y ont contribué. Le patrimoine culinaire québécois s'inspire de traditions amérindiennes, françaises, anglaises et autres.

Au fil du temps, le Québec s'est enrichi d'immigrants de plusieurs régions du monde, ce qui a eu pour effet d'accroître sa diversité ethnoculturelle et d'élargir la demande pour les produits alimentaires.

En 2011, les personnes nées à l'extérieur du Canada représentaient 12,6 % de la population totale du Québec. Dix ans plus tôt, la proportion était de 9,9 %. Statistique Canada estime en outre que les membres de minorités visibles qui vivent dans la région métropolitaine de Montréal pourraient dépasser le cap du 1,5 million et représenter près du tiers de sa population en 2031.

## UNE FAIBLE PROGRESSION DU POUVOIR D'ACHAT ALIMENTAIRE

En 2014, le revenu disponible par personne au Québec s'élevait en moyenne à 26 046 \$. Au cours des dix dernières années, il a évolué à un rythme supérieur à l'inflation (IPC). Cependant, ce rythme de croissance du revenu a été quasi équivalent à l'augmentation du prix des aliments (IPA), ce qui a entraîné une faible progression du pouvoir d'achat alimentaire des Québécois<sup>2</sup>.

## LA PART DE L'ALIMENTATION DANS LE BUDGET DES MÉNAGES

La part de l'alimentation dans les dépenses des Québécois (12 %) est plus grande que la moyenne observée chez les Canadiens (10 %) et les Américains (7 %), mais inférieure à celle des Français (14 %)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Le revenu disponible a augmenté de 3,3 % par année entre 2004 et 2009 et de 2,4 % entre 2009 et 2014. Dans chacune de ces périodes, l'indice des prix à la consommation (IPC) s'est accru de 1,7 % annuellement. Pour sa part, l'indice des prix des aliments (IPA) a augmenté de 3,2 % et de 2,1 %. Source : Statistique Canada, *Indice des prix à la consommation*; ISQ, revenu disponible 2004-2014.

<sup>3</sup> MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2015.

## L'INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Malgré un niveau et une qualité de vie généralement enviables comparativement à d'autres sociétés, il subsiste au Québec des segments de population qui ne parviennent pas à se nourrir convenablement.

Selon l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ), l'insécurité alimentaire est présente, à des degrés variables, dans près de 13 % des ménages.

Ainsi, près d'un million de Québécois n'arrivent pas à manger à leur faim sur le plan de la quantité et de la qualité.

L'insécurité alimentaire touche particulièrement les familles monoparentales, les personnes peu scolarisées, les ménages bénéficiaires de l'aide sociale et les prestataires de l'assurance-emploi comme principale source de revenu.

Toujours selon l'INSPQ, près de 6 % de la population habiterait dans des secteurs pouvant être considérés comme des déserts alimentaires. L'accès à une saine alimentation est une problématique dans les communautés plus éloignées, notamment chez les Autochtones. Dans ces régions, les prix sont souvent plus élevés que dans les grands centres. Le vieillissement de la population amène aussi une diminution de la mobilité qui pourrait avoir un impact sur l'accès alimentaire là où il est nécessaire de disposer d'un véhicule pour se déplacer.

En milieu urbain, les habitants de certains quartiers comptent principalement sur des dépanneurs pour s'approvisionner. Le développement de l'agriculture urbaine et périurbaine fait notamment partie des pistes envisagées pour contribuer à améliorer la sécurité alimentaire. Des initiatives inspirantes sont mises en œuvre à cet égard. Par exemple, l'organisme The Food Trust de Philadelphie soutient les propriétaires de dépanneurs et sensibilisent les communautés locales dans l'objectif d'améliorer l'offre d'aliments sains dans certains quartiers. Des initiatives émergent également au Québec, dont le projet pilote *Dépanneurs santé: une pomme avec ça?* à Montréal.

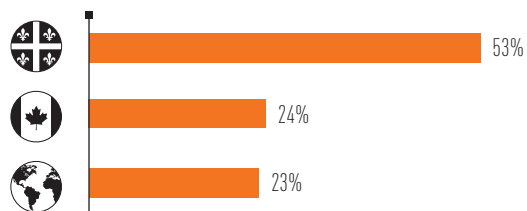
## L'AIDE À CEUX QUI ONT FAIM

Des entreprises et des restaurateurs se mobilisent. Par exemple, la Tablée des chefs organise des activités pour nourrir les personnes dans le besoin et contribuer à l'éducation culinaire des jeunes, notamment dans les écoles.

## UN PANIER DIVERSIFIÉ

Environ la moitié des achats alimentaires des réseaux de la vente au détail de même que des hôtels, des restaurants et des institutions (HRI) proviennent de fournisseurs du Québec, qu'ils soient agriculteurs, pêcheurs ou transformateurs.

### Provenance des achats du Québec en 2013 (17,8 milliards de dollars\*)



Source : MAPAQ, *Activité bioalimentaire au Québec en 2014*.  
\* Calculé à l'entrée des magasins de détail et du réseau HRI.

Cependant, les possibilités de production au Québec ne peuvent pas satisfaire toutes les exigences des Québécois. La volonté de répondre aux besoins de la population explique une partie de l'approvisionnement à l'extérieur du Québec.

En 2014, un ménage québécois consacrait près de 9 000 \$ par année, ou 175 \$ par semaine, à l'achat d'aliments et de boissons.

Les trois quarts des aliments provenaient des magasins et le reste était consommé au restaurant.

### Dépenses des ménages québécois, 2014 (dollars par ménage)

<b>Dépenses alimentaires</b>	<b>7 771</b>	<b>100 %</b>
Au magasin	5 903	76 %
Au restaurant	1 868	24 %
<b>Dépenses en boissons alcoolisées</b>	<b>1 121</b>	<b>100 %</b>
Au magasin	919	82 %
Au restaurant et dans les établissements licenciés	202	18 %
<b>Total des dépenses en aliments et en boissons alcoolisées</b>	<b>8 892</b>	<b>-</b>

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 203-0021.

## RESTAURATION ET TENDANCES

Selon un sondage mené auprès de 500 chefs au Canada en 2016<sup>4</sup>, les 10 tendances de l'heure sont les suivantes :

- ◆ Bières artisanales et de microbrasseries;
- ◆ Charcuteries et viandes fumées maison;
- ◆ Sauces d'origine ethnique;
- ◆ Aliments de source locale;
- ◆ Fumaison;
- ◆ Condiments et sauces maison;
- ◆ Aliments sans gluten et tenant compte des allergies alimentaires;
- ◆ Coupes de viande moins chères ou peu utilisées (ex. : épaule de porc ou bavette);
- ◆ Fruits et légumes biologiques;
- ◆ Légumes feuilles (ex. : chou frisé ou bette à carder).

<sup>4</sup> Restaurants Canada, *Foodservice Facts 2016*.

## PANIER ALIMENTAIRE ET TENDANCES

Le panier alimentaire des ménages québécois est varié. Les viandes et volailles, les produits laitiers, les fruits et légumes ainsi que les produits de boulangerie et de céréales représentent près des trois quarts de tous les achats faits au magasin. Le reste est réparti entre une grande diversité de produits achetés occasionnellement.

À l'échelle canadienne<sup>5</sup>, les tendances constatées dans les quantités consommées par personne entre 1991 et 2014 se résument comme suit :

- ◆ Moins de viandes de bœuf et de porc, mais plus de volaille et de viandes de spécialité;
- ◆ Moins de lait de consommation, mais plus de fromages fins, de yogourt, de crème et d'œufs;
- ◆ Moins de légumes en conserve et de jus, mais plus de légumes frais dans une plus grande variété;
- ◆ Moins de céréales, mais plus de variétés de pains et de produits de boulangerie;
- ◆ Moins de matières grasses et de sucre;
- ◆ Moins de bière, de spiritueux et de boissons gazeuses, mais plus de vin.

La part des dépenses alimentaires faites au restaurant par les ménages québécois (24 %) est inférieure à celle des ménages canadiens (28 %)<sup>6</sup>. Les contraintes de temps et d'argent n'empêchent cependant pas le Québécois de se montrer gourmet. À l'inverse du reste du Canada, la restauration avec service complet (qui consiste à manger sur place et à payer l'addition à la fin du repas) réalise la majorité des ventes (57 %) au Québec. La part des ventes est plus faible (43 %) pour les restaurants rapides (fast food).

<sup>5</sup> Les renseignements portant sur la consommation apparente ne sont compilés qu'à l'échelle canadienne.

<sup>6</sup> MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2015.

ENJEU 1

**SATISFAIRE  
DES CONSOMMATEURS  
AUX PRÉFÉRENCES  
VARIÉES**

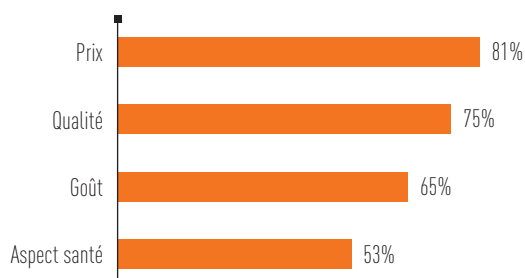
Une abondance d'expériences et de produits alimentaires, en provenance d'ici et d'ailleurs, est offerte au Québec. Semaine après semaine, les ménages québécois dépensent en moyenne 175 \$ pour manger et boire. Par leurs décisions d'achat, ils font des choix et se prononcent sur ce qu'ils préfèrent. Pour se démarquer, l'offre doit donc répondre aux préférences variées des consommateurs québécois.

## LE CHOIX DES ALIMENTS : PAS SEULEMENT UNE QUESTION DE PRIX

Le prix se trouve parmi les premiers critères de sélection d'un produit alimentaire. En 2016, 81 % des Québécois tiennent compte de ce critère, comparativement à 71 % en 2013 et à 76 % en 2009<sup>7</sup>. Des consommateurs peuvent se montrer particulièrement sensibles au prix, par exemple pour les produits de consommation courante ou chez les personnes vulnérables économiquement.

Cependant, le choix des aliments n'est pas seulement une question de prix : la qualité, le goût et l'aspect santé sont aussi parmi les premiers critères pris en considération par la majorité des Québécois.

### Principaux critères de choix des aliments chez les Québécois en 2016



Source : MAPAQ, *Évaluation de la notoriété des logos d'Aliments du Québec*, Sondage 2016.

## L'ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Un rapport produit en 2016 par Ipsos Marketing à partir de l'étude Five, qui a permis d'interroger 20 000 ménages canadiens, présente des observations sur leurs tendances alimentaires. Comme la société est en perpétuelle transformation, ces tendances évoluent rapidement. Il existe beaucoup de similitudes entre les consommateurs canadiens et les consommateurs québécois. Selon ce rapport, les grandes tendances alimentaires observées au Canada en 2016 sont les suivantes :

- ◆ Les consommateurs veulent faire plus en moins de temps dans la préparation des repas, particulièrement du souper. Ils recherchent aussi l'expérimentation et la nouveauté.

- ◆ L'étiquette facile à lire et compréhensible est une tendance lourde. Les consommateurs aiment avoir une idée claire d'un produit lorsqu'ils l'achètent. Ainsi, plus de la moitié lisent systématiquement le tableau de la valeur nutritive et se montrent davantage préoccupés par les calories et le sucre que par le gras.
- ◆ Les certifications ont aussi la cote. Pour le tiers des consommateurs, une bonne alimentation implique de savoir non seulement ce qu'on mange, mais aussi la provenance des aliments.
- ◆ L'alimentation n'est plus nécessairement centrée sur les trois repas quotidiens. On observe une plus grande quantité de collations prises tôt dans la journée et à des intervalles plus fréquents.
- ◆ Il est de plus en plus courant de manger seul, la moitié des repas étant pris en solo au Canada.

## UN ENGOUEMENT POUR LA GASTRONOMIE

Au Québec, on constate un essor dans la publication de nouveaux livres et magazines culinaires, de même que la diffusion d'émissions consacrées à l'alimentation. Plusieurs chefs deviennent d'ailleurs des personnalités publiques. Une gastronomie québécoise s'exprime, portée notamment par les 15 000 étudiants formés à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) depuis sa création en 1968.

<sup>7</sup> MAPAQ, *Évaluation de la notoriété des logos d'Aliments du Québec*, Sondages de 2009, 2014 et 2016.

## UNE HAUSSE D'INTÉRÊT POUR LES PRODUITS D'ICI

L'intérêt manifesté à l'égard de l'achat local prend de l'ampleur. Le regain de popularité des marchés publics, l'apparition de plusieurs identifiants régionaux de même que la diversité des circuits alimentaires de proximité en témoignent bien.

Selon le Baromètre de la consommation responsable (2014 et 2015)<sup>8</sup>, plus des deux tiers des Québécois sont favorables à la consommation locale, et les aliments locaux se démarquent nettement dans leurs achats.

Le tiers des Québécois indiquent la provenance parmi leurs principaux critères de choix des aliments<sup>9</sup>. Les entreprises sont conscientes de cet intérêt.

Le nombre de produits ayant fait l'objet de l'une des quatre certifications d'Aliments du Québec<sup>10</sup> est passé de 4 000 en 2008 à plus de 20 000 en 2016.

Les Québécois se procurent leurs aliments locaux principalement à l'épicerie et au supermarché ainsi que dans les marchés publics. Un sondage effectué par Ipsos Marketing en 2013 montre le consommateur québécois comme étant celui qui fait le plus d'efforts au Canada pour acheter localement<sup>11</sup>.

À l'ère de la mondialisation et dans un contexte où la population est de moins en moins en contact avec l'agriculture, de plus en plus de consommateurs souhaitent tisser des liens avec les artisans qui produisent et transforment les aliments. Les motivations pour la

## L'AGROTOUTISME

L'agrotourisme met en relation des producteurs agricoles avec des touristes ou des excursionnistes, permettant à ces derniers de découvrir le milieu agricole. Ces producteurs offrent des activités d'interprétation, des visites et des animations à la ferme, de l'hébergement de même que de la restauration mettant en valeur les produits de la ferme et de la région. Ils y vendent aussi des produits agroalimentaires. L'agrotourisme compte quelque 840 producteurs agricoles et plus d'une vingtaine de routes et de circuits à travers les régions du Québec.

## LE TOURISME GOURMAND

Le tourisme gourmand correspond à la découverte des régions du Québec par des expériences culinaires distinctives ainsi que des activités mettant en valeur le savoir-faire de ses artisans. Environ 800 entreprises (production, transformation et restauration) s'inscrivent dans ce type de tourisme.

consommation locale sont multiples. La fraîcheur et la variété des produits en incitent plusieurs à s'approvisionner à l'intérieur des circuits alimentaires de proximité. Des consommateurs y voient une façon de dynamiser leur communauté, leur village ou leur région. La possibilité de réduire leur impact environnemental en motive d'autres. Ces choix contribuent également à valoriser les métiers et les savoir-faire bioalimentaires, et à renforcer le sentiment d'appartenance par rapport aux produits achetés, aux entreprises qui les offrent et à leur communauté.

De plus, ce mouvement se traduit par des distributeurs et des détaillants plus sensibles à la provenance des produits. Ils aspirent de plus en plus à être une vitrine pour les aliments locaux ainsi que pour les produits portant l'un ou l'autre des certifications de l'organisme Aliments du Québec.

8 Observatoire de la consommation responsable, École des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal.

9 MAPAQ, *Évaluation de la notoriété des logos d'Aliments du Québec*, 2016.

10 *Aliments du Québec, Aliments préparés au Québec, Aliments du Québec Bio et Aliments préparés au Québec Bio*.

11 Sondage de IPSOS Marketing, *Omnibus Web*, Grandes tendances de consommation, 2013.

## LA POPULARITÉ DU BIO

La valeur du marché des aliments biologiques au Québec avoisine maintenant le demi-milliard de dollars; elle connaît une croissance annuelle moyenne de 10 %. Les aliments issus de ce mode de production sont bien perçus dans la société. Ainsi, selon un sondage mené en 2013 par la Filière biologique du Québec, les effets bénéfiques sur la santé représentent le plus important incitatif en faveur de l'achat de ces produits, devant l'économie locale et le goût. En outre, une vaste majorité de personnes considèrent que ce mode de production exerce un effet positif sur l'environnement.\*

Toutefois, même si leur production prend de l'ampleur, la majorité des aliments biologiques offerts sur le marché québécois proviennent encore de l'extérieur de la province. C'est dans cette perspective que la Stratégie de croissance du secteur biologique a été lancée en 2015 avec, parmi ses objectifs, celui d'augmenter l'offre québécoise de produits biologiques afin de mieux répondre à la demande du marché et aux attentes des consommateurs en matière de santé, de protection de l'environnement et de bien-être animal.

Par ailleurs, les consommateurs peuvent reconnaître plus facilement les aliments biologiques du Québec lors de leurs achats. Depuis 2013, l'organisme Aliments du Québec a lancé deux nouvelles déclinaisons de ses logos : *Aliments du Québec Bio* et *Aliments préparés au Québec Bio*.

\*Filière biologique du Québec, *Faits saillants du sondage auprès de la population québécoise sur la consommation des produits biologiques*, 2013.

## LE SOUCI DE L'ENVIRONNEMENT

Les trente dernières années témoignent d'une montée de la sensibilité à l'égard de l'environnement et de la lutte contre les changements climatiques.

En plus des enjeux relatifs à la qualité de l'eau et aux risques associés à l'usage des pesticides, les préoccupations à l'égard de l'agriculture touchent à la conservation de la biodiversité, à la santé des sols et à la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES).

Les secteurs de la transformation et de la distribution alimentaires doivent aussi faire face à des défis environnementaux, notamment en matière de conception et de réduction des emballages, de gestion des matières résiduelles, de gestion de l'eau, d'efficacité énergétique et d'émissions de GES.

Des consommateurs recherchent des produits certifiés attestant l'adoption de bonnes pratiques, par exemple les aliments issus de la filière biologique ou l'écocertification du Marine Stewardship Council dans le secteur des pêches.

## L'ÉTHIQUE JUSQUE DANS L'ASSIETTE

Le fait de se procurer un produit alimentaire peut constituer un sceau d'approbation à l'égard d'une entreprise et de ses façons de faire, d'une filière de production ou même de tout un secteur. Ainsi, au fil des ans, certaines considérations éthiques sont soulevées par les consommateurs dans le domaine alimentaire.

### A - Le bien-être animal

La protection et le bien-être des animaux sont l'objet d'une attente grandissante de la société, qui demande que leurs conditions d'élevage, de transport et d'abattage soient appropriées.

Les filières de production animale, plusieurs entreprises ainsi que les pouvoirs publics sont interpellés sur ce plan et agissent afin de garantir de meilleures conditions de vie pour les animaux. L'Assemblée nationale du Québec a d'ailleurs récemment adopté la Loi visant l'amélioration de la situation juridique de l'animal<sup>12</sup>.

### B - Le gaspillage alimentaire<sup>13</sup>

Depuis une dizaine d'années, la problématique mondiale du gaspillage alimentaire interpelle les autorités publiques, le secteur bioalimentaire et l'ensemble des populations. Les enjeux qu'elle soulève sont de différents ordres :

- ◆ économique, à cause des coûts engendrés par les pertes alimentaires;
- ◆ environnemental, en raison des ressources naturelles inutilement utilisées et des émissions de GES, qui induisent une empreinte carbone importante;
- ◆ social et éthique, étant donné la nourriture qui est jetée, alors qu'une partie de la population ne parvient pas à se nourrir convenablement.

Quelques chiffres illustrent l'ampleur du défi qui se pose à cet égard. En 2014, le Value Chain Management Centre évaluait le coût du gaspillage alimentaire à au moins 31 milliards de dollars pour le Canada.

La part des consommateurs correspondait à 47 % de ce gaspillage alimentaire, soit à l'équivalent d'un peu plus de 1 000 \$ d'aliments jetés par ménage pour une année.

Il est permis de supposer que la performance du Québec à ce chapitre se compare à celle du Canada.

### C - Le commerce équitable

C'est notamment en recherchant de meilleures conditions commerciales et le respect des droits des producteurs et des travailleurs que le commerce équitable s'est développé.

L'idée que les choix des consommateurs et les comportements individuels peuvent changer les choses s'est imposée. Cela a fait en sorte que des entreprises multinationales ont pris des engagements pour que leurs approvisionnements proviennent du commerce équitable ou ont élaboré des standards privés dans le but de répondre à cette attente.

<sup>12</sup> Le projet de loi n° 54 a été adopté et sanctionné le 4 décembre 2015.

<sup>13</sup> L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) définit le gaspillage alimentaire comme étant les produits comestibles directement destinés à l'alimentation humaine qui sont perdus ou jetés tout au long de la chaîne alimentaire, de la production à la consommation.



ENJEU 2

**RÉPONDRE AUX DEMANDES  
DES CONSOMMATEURS  
À L'ÉGARD DE LA SANTÉ**

Les consommateurs sont particulièrement sensibles à l'impact de leur alimentation sur leur santé. Ils veulent non seulement des aliments qui permettent de combler leurs besoins de base, mais aussi qui contribuent à leur qualité de vie et à leur longévité en bonne santé. Les conséquences de l'alimentation et des habitudes de vie sur la santé de la population sont aussi des enjeux de santé publique.

## LA QUÊTE D'ALIMENTS BONS POUR LA SANTÉ

Pour mieux manger, les Québécois ont des demandes et des attentes précises à l'endroit de l'industrie, comme le révèle un sondage de 2015<sup>14</sup>. Près des deux tiers croient que la qualité nutritive des produits offerts en épicerie mérite d'être améliorée. Les trois quarts partagent cet avis pour ce qui est des produits offerts dans les restaurants du Québec.

Au moins la moitié des Québécois considèrent que les entreprises devraient privilégier les mesures qui, dans l'ordre, permettront de réduire les quantités de sel, de gras et de sucre.

En outre, ils souhaitent obtenir plus d'information des entreprises, notamment pour leur inspirer des trucs ou des recettes.

La disponibilité et le coût d'un large éventail d'aliments de bonne qualité sur le plan nutritif, de même que le pouvoir d'achat des personnes, sont des facteurs déterminants d'une saine alimentation. À cet égard, les différents milieux de vie sont appelés à améliorer la diversité et la qualité nutritive des aliments qu'ils offrent, par exemple les garderies de même que les établissements d'hébergement pour personnes âgées, de soins de santé et d'enseignement.

## DES EXEMPLES D'INITIATIVES PORTEUSES

L'initiative Pousse-Pousse de la Ville de New Richmond en Gaspésie permet d'approvisionner une centaine d'enfants chaque jour en produits locaux. Par ce projet, mis en œuvre dans le cadre de la Stratégie de positionnement des aliments du Québec sur le marché institutionnel, les enfants ont accès à des repas composés majoritairement de produits gaspésiens. Par ailleurs, le projet Croqu'Plaisir d'Équiterre, soutenu par le MAPAQ, permet d'augmenter la part d'aliments locaux et biologiques dans le menu d'une cinquantaine de services de garde de la Montérégie ainsi que de sensibiliser petits et grands au plaisir de bien manger.

## LE PARADOXE DE LA SAINTE ALIMENTATION

Quelque 90 % des Québécois estiment bien manger et s'alimenter. En outre, les trois quarts des répondants ont dit avoir amélioré leurs habitudes alimentaires au cours des trois dernières années<sup>15</sup>.

Si les Québécois considèrent qu'ils mangent bien, les données en matière de santé publique montrent un autre pan de la réalité. Depuis plusieurs années, la progression des cas d'obésité et de diabète, même chez les plus jeunes, constitue un problème de santé publique, auquel s'ajoutent certaines formes de cancer, les maladies cardiovasculaires et l'hypertension. Les produits alimentaires riches en gras, en sucre et en sel de même que ceux contenant un nombre élevé d'ingrédients sont ainsi devenus une cible pour les scientifiques et les spécialistes du domaine de la santé publique.

Au Québec, près de neuf personnes sur dix affichent une consommation supérieure à l'apport maximal tolérable de sodium. Pour le quart de la population adulte, la consommation d'aliments excède la limite de 35 % établie pour l'apport calorique sous forme de gras.

De plus, presque la moitié des adultes et les deux tiers des adolescents ne consomment pas le nombre minimal de portions recommandé de fruits et de légumes.

Depuis les années 1990, la consommation de boissons aux fruits a doublé, tandis que le quart des jeunes consomment des boissons sucrées au moins une fois par jour<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Conseil des initiatives pour le progrès en alimentation (CIPA), *Les Québécois et l'alimentation*, Sondage CROP, 2015.

<sup>15</sup> *Ibid.*, note 13.

<sup>16</sup> INSPQ (2009) et ISQ (2011).

## LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES ALIMENTS TRANSFORMÉS

Il existe peu de façons d'évaluer la qualité nutritionnelle de l'offre globale d'aliments transformés au Québec. Une étude effectuée à l'Université de Montréal en 2016 a permis de faire une première estimation du niveau de consommation des aliments chez les Québécois au regard de leur qualité nutritionnelle<sup>17</sup>.

Les auteurs de cette étude ont fait appel à un nouvel indicateur de transformation alimentaire (Nova), développé en collaboration avec des chercheurs de l'Université de Sao Paulo au Brésil et maintenant utilisé par la FAO, pour catégoriser les aliments consommés selon quatre groupes, allant des aliments frais ou minimalement transformés jusqu'aux aliments les plus transformés, qui découlent souvent de recettes industrielles incorporant des substances comme des protéines hydrolysées, des amidons modifiés et des huiles hydrogénées, de même que des additifs comme des colorants, des saveurs et des émulsifiants.

Les résultats de l'étude indiquent qu'en 2004<sup>18</sup>, les calories consommées quotidiennement par les Québécois provenaient, à hauteur de 38 %, des aliments frais ou peu transformés et, dans une proportion de 47 %, des aliments les plus transformés. L'apport quotidien en calories

provenant des aliments les plus transformés est particulièrement élevé chez les enfants et les adolescents. Ces derniers sont reconnus pour avoir une faible qualité nutritionnelle. Ils sont souvent plus riches en sucres libres, en sodium et en gras et présentent une densité énergétique nettement plus élevée que la plupart des autres aliments. Ils contiennent également moins de fibres alimentaires, de protéines, de vitamines et de minéraux.

## LA PRÉVENTION DES TOXI-INFECTIONS ALIMENTAIRES

Malgré tous les systèmes et mesures de prévention en place ainsi que la réglementation en vigueur, une personne sur huit serait touchée par une toxi-infection alimentaire chaque année au Canada. Au Québec, les cas rapportés sont en hausse. Au cours de l'année 2014-2015, le nombre de déclarations enregistrées a atteint plus de 1 700, soit près de 20 % de plus que la moyenne des cinq années précédentes. La plupart des risques surviennent au cours des dernières étapes de préparation de la nourriture.

Au Québec, dans 61 % des cas, les toxi-infections ont été signalées après l'ingestion d'aliments au restaurant et, dans 32 % des cas, au domicile.

Les aliments en cause sont fréquemment les viandes et volailles. Les agents pathogènes le plus souvent à l'origine des signalements sont des virus non identifiés ou des salmonelles, suivis de la bactérie *Campylobacter*. En outre, les animaux peuvent être porteurs d'agents pathogènes risquant de transmettre des maladies à l'humain, ce qu'on appelle les zoonoses.

Une réduction du nombre d'agents pathogènes de la ferme à la table, engageant tous les maillons de la chaîne alimentaire, et une bonne sensibilisation des manipulateurs d'aliments et des consommateurs permettent de limiter les risques pour la santé. La réduction du nombre de cas de maladie du hamburger représente un exemple de réussite des stratégies de prévention mises en place au cours des dernières années.

<sup>17</sup> Groupe de recherche sur la transition nutritionnelle et le développement, Département de nutrition, Faculté de médecine, Université de Montréal, *La consommation d'aliments transformés et la qualité de l'alimentation au Québec*, 2016.

<sup>18</sup> Ces résultats s'appuient sur des observations relatives à l'année 2004, les plus récentes disponibles pour le Québec et le Canada. Selon l'étude, l'achat des aliments les plus transformés serait resté relativement stable depuis, de sorte que leur niveau de consommation pourrait s'apparenter à celui qu'il serait possible d'observer encore aujourd'hui.

## LES RÉSIDUS DE PESTICIDES ET D'ANTIBIOTIQUES

Bon nombre de consommateurs estiment que les aliments peuvent contenir des résidus de pesticides et d'antibiotiques.

En 2016, 86 % des Québécois se disent très (68 %) ou modérément (18 %) préoccupés par la présence de résidus de pesticides et d'antibiotiques dans les aliments<sup>19</sup>.

Au Canada et au Québec, l'utilisation des pesticides est encadrée. Les programmes de surveillance en vigueur au Québec permettent d'exercer un suivi des résidus de pesticides présents dans les aliments. Les dépassements des limites permises sont rares pour les fruits et légumes en vente au Québec. En effet, les normes sont respectées pour 96 % des fruits et légumes, soit 99 % de ceux produits au Québec et 93 % de ceux importés<sup>20</sup>. Dans la majorité des cas, aucun résidu de pesticides n'est détecté (57 %) ou la quantité décelée est inférieure à la limite établie (39 %). Les efforts se poursuivent en vue de favoriser l'utilisation de solutions de remplacement aux pesticides et de valoriser les produits phytosanitaires qui possèdent les plus faibles indices de risque pour la santé.

Par ailleurs, la résistance des bactéries aux traitements antibiotiques s'avère une préoccupation mondiale à l'égard non seulement de la santé animale, mais aussi de la santé humaine. Au Québec comme au Canada, des efforts sont déployés pour prévenir l'usage inapproprié d'antibiotiques. Les gouvernements ont instauré des programmes de surveillance dans ce

<sup>19</sup> MAPAQ, *Demandes et attentes des consommateurs québécois*, Sondage Léger, 2016.

<sup>20</sup> MAPAQ, *Rapport sur les résidus de pesticides dans les fruits et légumes frais vendus au Québec entre 2007 et 2011*.

domaine. Des efforts sont aussi consentis pour améliorer les pratiques d'élevage, prévenir l'éclosion de maladies infectieuses et assurer un usage prudent des antibiotiques.

## UNE HAUSSE DES ALLERGIES ET DES INTOLÉRANCES ALIMENTAIRES

De plus en plus de gens sont touchés par des allergies ou des intolérances alimentaires.

Selon Santé Canada, les allergies alimentaires affecteraient de 5 à 6 % des enfants et environ de 3 à 4 % des adultes.

Moins d'une dizaine d'aliments seraient, à eux seuls, responsables de 90 % des réactions allergiques. Aux cas d'allergies, il faut ajouter les intolérances alimentaires pour lesquelles le pourcentage de la population touchée n'est pas connu.

Les conséquences de cette situation sur les habitudes alimentaires peuvent être considérables : restrictions alimentaires à l'égard de certains produits ou restaurants, remplacement d'aliments par des produits plus difficiles à trouver et plus coûteux, etc.

De plus en plus d'entreprises offrent des produits alimentaires destinés aux personnes sensibles à certains aliments ou ingrédients. En outre, les restaurants sont maintenant plus nombreux à offrir des menus spécifiques. Toutefois, malgré les précautions et les attentions de l'industrie, différents problèmes liés à ce genre de pratiques sont toujours répertoriés. Certains milieux de vie, comme des services de garde et des écoles, vont jusqu'à proscrire tout produit pouvant contenir certains allergènes pour éviter les ennuis.

ENJEU 3  
**MAINTENIR  
ET RENFORCER  
LA CONFIANCE DES  
CONSOMMATEURS**

Pour faire des choix éclairés, les consommateurs interpellent le secteur bioalimentaire et les gouvernements afin d'obtenir plus d'information. De plus, ils exigent que celle-ci soit complète et véridique. Leur confiance dépend en partie de la réaction du marché et des établissements alimentaires à leurs demandes et à leurs attentes. Cette confiance résulte aussi de la qualité de l'information disponible sur les aliments qui leur sont offerts.

La confiance des consommateurs dépend aussi de la façon dont ils conçoivent le risque. Pour certains, en l'absence de preuves scientifiques d'effets préjudiciables sur la santé et l'environnement, le risque est acceptable. Cependant, de plus en plus de consommateurs demandent que d'autres types de risques soient également considérés, par exemple les risques éthiques et sociaux ou encore les risques difficiles à mesurer ou ceux qui peuvent survenir à long terme. Le cas de l'étiquetage des aliments contenant des OGM illustre bien cette conception du risque chez les consommateurs.

## L'ÉTIQUETAGE ET LES OGM

Si les produits issus du génie génétique présentent des avantages, tant sur le plan économique ou agronomique que sur celui de la sécurité alimentaire, ils soulèvent aussi des craintes.

Depuis plusieurs années, la plupart des sondages québécois vont dans le même sens : les OGM et leurs produits dérivés suscitent de l'inquiétude parmi la population. Interrogés récemment, 59 % des Québécois ont indiqué que les OGM représentent un risque pour la santé.

## À LA RECHERCHE D'UNE INFORMATION FIABLE

Lors d'un sondage mené au Québec en 2015, 45 % des répondants considéraient ne pas avoir accès à une information juste et transparente leur permettant de faire des achats éclairés d'aliments<sup>21</sup>.

Paradoxalement, les consommateurs ont accès à une infinité de renseignements par l'entremise des différents médias et d'Internet. La mobilité des appareils et les multiples applications disponibles font en sorte qu'il est possible de se connecter pratiquement partout, de communiquer et d'échanger de l'information aisément.

S'il n'existe plus de limites relativement à la quantité d'information qui circule, sa qualité est cependant inégale en raison de ses sources variées et parfois contradictoires. Dans un contexte où l'information recherchée est inadéquate, les données manquantes sont comblées par la perception qu'ont les consommateurs des différentes sources consultées. Cette perception diffère d'une personne à l'autre.

En outre, 82 % des Québécois considèrent comme très ou assez important l'étiquetage des aliments contenant des OGM<sup>22</sup>.

Ainsi, plusieurs réclament le droit de savoir si les aliments qu'ils consomment sont issus du génie génétique. En 2004, une commission parlementaire dont le mandat portait sur la sécurité alimentaire recommandait au gouvernement du Québec, dans un rapport consensuel non partisan, d'opter pour l'étiquetage obligatoire des aliments contenant des OGM<sup>23</sup>. Rappelons qu'au Québec, comme dans l'ensemble du Canada, seul un étiquetage volontaire permet de distinguer les aliments issus du génie génétique.

D'autres États et régions du monde ont commencé à prendre des mesures en matière d'étiquetage des aliments contenant des OGM. À ce jour, plus de 60 pays ont adopté un cadre légal rendant obligatoire l'étiquetage des aliments issus du génie génétique, notamment l'Union européenne en 1997 ainsi que l'Australie et la Nouvelle-Zélande en 2001.

<sup>21</sup> MAPAQ, *Sondage sur l'étiquetage des OGM*, mené par la firme SOM, 2015.

<sup>22</sup> *Ibid.*, note 20.

<sup>23</sup> Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation, *La sécurité alimentaire : un enjeu de société, une responsabilité de tous les intervenants de la chaîne alimentaire*, 11 juin 2004.

Aux États-Unis, la loi fédérale S 764, entrée en vigueur le 29 juillet 2016, oblige le département de l'Agriculture des États-Unis (USDA) à mettre en place un processus de divulgation obligatoire et d'étiquetage des aliments qui comportent des ingrédients issus des produits contenant des OGM. Le USDA a l'obligation de mettre en œuvre cette loi au plus tard deux ans après sa date d'entrée en vigueur (29 juillet 2018), avec une année de sursis pour les petites entreprises. Cette loi a immédiatement préséance sur les initiatives d'étiquetage adoptées ou en voie de l'être par différents États américains (Vermont, Maine, Connecticut).

Soulignons par ailleurs qu'au cours de la dernière année, plusieurs entreprises multinationales, par exemple Kellogg's, Mars, Campbell Soup et ConAgra Foods, ont amorcé un virage en décidant d'indiquer la présence d'OGM sur leurs produits vendus en sol américain. Cet étiquetage concerne, pour le moment<sup>24</sup>, les produits vendus aux États-Unis et non au Canada.

## LA COMPRÉHENSION DE L'ÉTIQUETTE

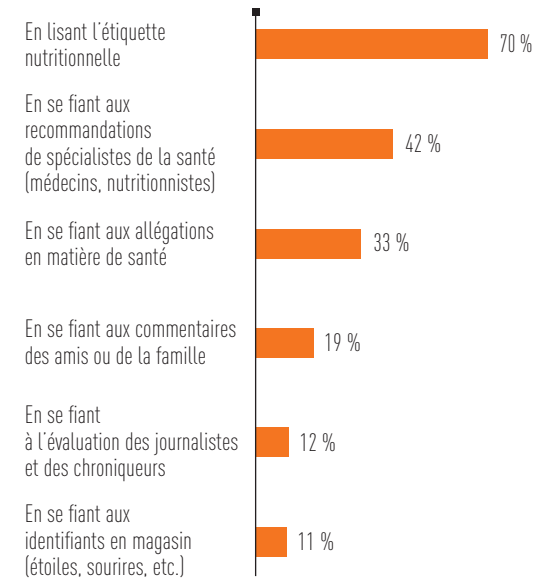
La lecture de l'étiquette constitue l'une des principales façons de comparer des aliments au moment de l'achat.

Un enjeu demeure toutefois pour le consommateur en ce qui a trait à la compréhension des multiples renseignements que l'étiquette contient.

Certains de ces renseignements sont à la discrétion des entreprises et visent à mettre les produits en valeur et à attirer l'attention des consommateurs. Ils incluent généralement la marque de commerce ainsi que souvent une image et un slogan. Les entreprises utilisent également, dans leurs stratégies de différenciation, des allégations sur une base volontaire (ex. : naturel, frais, végétalien). L'information ainsi transmise aux consommateurs n'est pas l'objet d'un encadrement légal particulier, mais doit être véridique et non trompeuse.

Au regard de l'aspect santé, l'étiquetage nutritionnel est ce qui retient le plus l'attention des consommateurs, principalement lorsqu'ils veulent connaître les valeurs en calories, en sel et en sucre de l'aliment. Il figure sur la plupart des aliments et des produits alimentaires préemballés, en fonction des exigences réglementaires en vigueur. Il comprend le tableau de la valeur nutritive, la liste des ingrédients ainsi que les allégations nutritionnelles (ex. : source de fibres ou une alimentation saine pauvre en graisses saturées et en gras trans peut réduire le risque de maladies du cœur). Pour plusieurs, le tableau de la valeur nutritive et la liste des ingrédients pourraient être plus faciles à comprendre et se référer à des portions normalisées.

## Éléments d'information qui, pour les Québécois, permettent de déterminer si un produit est réellement bon pour la santé



Source : Conseil des initiatives pour le progrès en alimentation (CIPA), *Les Québécois et l'alimentation*, Sondage CROP, 2015.

<sup>24</sup> Dans une lettre adressée au ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec en avril 2016, Campbell Soup a mentionné qu'elle envisage, après consultation des autorités et des consommateurs canadiens, d'indiquer également la présence d'OGM sur ses produits vendus au Canada.

Au Canada, certains allergènes et sources de gluten doivent obligatoirement être inscrits sur l'étiquette des aliments préemballés.

Ils doivent être facilement repérables dans la liste des ingrédients ou, s'ils n'en font pas partie, faire l'objet de la mention « Contient... ». Le nombre de rappels concernant des allergènes non déclarés sur l'étiquette de produits alimentaires est passé de 43 en 2011 à 96 en 2015, ce qui représente respectivement 52 % (2011) et 67 % (2015) du total des rappels<sup>25</sup>.

Malgré la surveillance qui découle de la législation à laquelle est assujettie l'industrie alimentaire, il arrive que l'étiquetage soit inexact. À titre indicatif, mentionnons que le nombre de plaintes liées à l'étiquetage au Québec est passé de 404 en 2011 à 643 en 2015, soit respectivement 8 % (2011) et 10 % (2015) du total des plaintes sur les aliments<sup>26</sup>.

Les conséquences d'un mauvais étiquetage peuvent parfois être graves, par exemple chez les personnes qui souffrent d'allergies ou d'intolérances alimentaires. Si certaines situations sont essentiellement attribuables à des erreurs ou à des omissions de bonne foi, d'autres peuvent résulter d'une négligence : par exemple, ne pas indiquer la présence de certains ingrédients ou ne pas respecter les règles relatives aux deux langues officielles.

<sup>25</sup> Ces données proviennent des services d'inspection du MAPAQ et de la Ville de Montréal.

<sup>26</sup> *Ibid.*, note 24.

<sup>27</sup> *Ibid.*, note 24.

<sup>28</sup> Un projet de règlement modifiant le Règlement sur les aliments a été publié le 29 juin 2016 à la *Gazette officielle du Québec*. Après la consultation publique de 45 jours, d'autres étapes doivent être franchies avant que ce projet de règlement puisse voir le jour.

## LES APPELLATIONS RÉSERVÉES ET LES TERMES VALORISANTS

Le Québec bénéficie d'une législation en ce qui concerne l'utilisation d'appellations réservées et de termes valorisants par les entreprises. Elle vise à protéger l'authenticité des produits et des désignations qui les mettent en valeur au moyen de certifications, notamment la certification biologique, l'appellation de spécificité (Fromage de vache de race canadienne) et l'indication géographique protégée (Agneau de Charlevoix, Cidre de glace du Québec et Vin de glace du Québec).

De plus, des situations s'apparentent à de la fraude, c'est-à-dire à des agissements visant délibérément à ce qu'un aliment soit vendu ou fabriqué avec l'intention de tromper. Selon un échantillonnage aléatoire de produits fait de 2011 à 2015, environ le quart des étiquetages non conformes relevés par les inspecteurs chaque année peuvent être liés à de la fraude<sup>27</sup>. Ce sont notamment des cas de substitution d'espèce ou d'ingrédient, de date d'emballage erronée, d'allégation fautive ou de quantité nette déclarée qui ne correspond pas à la quantité nette réelle. Soulignons que le gouvernement du Québec a soumis un projet de règlement<sup>28</sup> exigeant l'inscription d'une date d'emballage et d'une date limite de conservation (« meilleur avant ») sur la plupart des produits d'une durée de conservation de 90 jours ou moins et préemballés par un détaillant ou un restaurateur.

Dans un autre ordre d'idées, un produit alimentaire peut comporter de l'information relative à une certification. Une telle indication peut porter sur différents aspects : éthique (commerce équitable, bien-être animal), environnement (biologique, pêche durable), provenance (Aliments du Québec, identifiants régionaux), culturel ou religieux (halal, casher), salubrité (Global Food Safety Initiative [GFSI], Analyse des risques et maîtrise des points critiques [HACCP]), etc.

## LA CONFIANCE À L'ÉGARD DE LA SALUBRITÉ DES ALIMENTS

Peu importe le lieu qu'ils choisissent pour faire leur marché, les consommateurs s'attendent d'abord à ce que les produits qui leur sont offerts soient salubres. Interrogés en 2016, 90 % des Québécois se sont dits totalement d'accord (22 %) ou plutôt d'accord (69 %) avec l'affirmation selon laquelle les aliments en vente au Québec sont sécuritaires<sup>29</sup>.

À ce chapitre, les systèmes de surveillance de la salubrité des aliments en vigueur au Québec et au Canada sont parmi les plus réputés au monde.

Une récente étude plaçait le Canada en tête d'un classement des meilleurs systèmes de ce type parmi 17 pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)<sup>30</sup>.

Au Québec, le respect des normes de salubrité des aliments est une juridiction partagée entre les gouvernements fédéral et provincial. L'objectif général est de minimiser les risques de contamination à toutes les étapes de la chaîne alimentaire. Tous les établissements alimentaires sont assujettis au respect des normes édictées et à l'inspection.

Les garanties en matière de salubrité représentent aussi une responsabilité de premier plan pour l'industrie alimentaire. Dans la transformation alimentaire par exemple, plusieurs mesures et systèmes servent à vérifier les différents aspects de la qualité des produits et à réduire l'incidence des microorganismes pathogènes et des contaminants. De plus, depuis les années 1990 particulièrement, les systèmes de gestion

## LA RÉCIPROCITÉ DES NORMES

Les règles sanitaires, phytosanitaires, d'étiquetage, environnementales et sociales ainsi que celles en matière de santé et de bien-être des animaux diffèrent d'un pays à l'autre; elles peuvent être plus ou moins contraignantes qu'au Canada. Étant donné qu'une bonne proportion des aliments qu'ils achètent provient d'ailleurs, les consommateurs québécois sont préoccupés par les différences réglementaires entre le Canada et les autres pays ainsi que par le contrôle exercé aux frontières pour les aliments importés.

Les différences de normes et de règles entre les pays sont acceptées dans le cadre des accords commerciaux, dans la mesure où elles ne sont pas plus restrictives que nécessaire pour l'atteinte des objectifs légitimes du pays, par exemple la protection de la santé humaine. Le contrôle aux frontières et l'équivalence réglementaire sont sous l'autorité du gouvernement fédéral. D'ailleurs, les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux de l'Agriculture ont insisté, lors de leur rencontre tenue à Calgary en juillet 2016, sur l'importance de la qualité des produits canadiens et importés (réciprocité des normes), de même que sur celle des contrôles stricts auxquels tous les aliments sont assujettis.

de la qualité sont présents dans l'industrie. La plupart du temps, les systèmes basés sur la méthode HACCP et les référentiels reconnus par le GFSI constituent un prérequis pour que les produits soient acceptés par les grands distributeurs.

<sup>29</sup> MAPAQ, *Demandes et attentes des consommateurs québécois*, Sondage Léger, 2016.

<sup>30</sup> J.-C. Le Vallée et S. Charlebois, *2014 World Ranking: Food Safety Performance*, Le Conference Board du Canada, 2014.

## LES COMPÉTENCES GOUVERNEMENTALES

Les compétences législatives en matière d'aliments se partagent entre les gouvernements de la façon suivante :

- ◆ Le gouvernement fédéral a la compétence exclusive de la réglementation des activités du commerce international et interprovincial. De plus, en vertu de sa compétence en matière de droit criminel, il peut adopter des normes en ce qui a trait à la salubrité des produits et à l'étiquetage trompeur.
- ◆ Les gouvernements provinciaux ont la compétence exclusive de la réglementation des activités du commerce intraprovincial. Leur compétence couvre aussi l'aspect sanitaire des produits et l'exactitude en matière d'étiquetage.
- ◆ Dans le cas où tant le palier fédéral que le palier provincial légifèrent dans une même sphère d'activité, le gouvernement fédéral a la prépondérance sur le gouvernement provincial dans une situation de conflit.
- ◆ L'administration et l'application de la législation et de la réglementation fédérales peuvent être déléguées aux provinces, et vice-versa.

## LA TRAÇABILITÉ

Des entreprises et des secteurs se dotent de systèmes de traçabilité qui permettent de cerner rapidement la source d'un problème et d'éviter sa propagation.

Le Québec est d'ailleurs un leader sur le plan canadien et mondial en matière de traçabilité.

Celle-ci est réglementée dans certains secteurs, par exemple pour les œufs (de la production à la consommation) ou les bovins, les ovins, les cervidés et les porcs (de la production à l'abattoir). Des entreprises ou certains secteurs se dotent aussi de systèmes volontaires ou commerciaux de traçabilité. C'est le cas notamment en horticulture et pour le homard.

**VERS LE  
SOMMET SUR  
L'ALIMENTATION**

Ce cahier donne un aperçu des demandes et des attentes des consommateurs québécois d'aujourd'hui et de demain. Il pose les bases d'une réflexion que poursuivront les participants à la première rencontre préparatoire au Sommet sur l'alimentation. L'objectif est ainsi d'en développer une compréhension commune.

Lors de la rencontre préparatoire prévue pour octobre 2016, les participants seront invités à réfléchir sur la façon dont le secteur bioalimentaire québécois et les gouvernements peuvent mieux satisfaire les demandes et les attentes des Québécois et renforcer leur confiance. Ainsi, ils contribueront à déterminer des pistes d'action porteuses pour que le secteur bioalimentaire se démarque, contribue encore davantage à l'économie et réponde toujours mieux aux attentes de la société québécoise.


L'objectif ultime de cette réflexion est de dégager une vision commune de l'avenir du secteur bioalimentaire québécois qui servira de base à la définition d'une véritable politique bioalimentaire, dont la publication est prévue pour le printemps 2018.

## EN BREF

- ◆ Le consommateur, par ses décisions d'achat, détermine le futur du secteur bioalimentaire.
- ◆ Plus de 45 % des Québécois considèrent ne pas avoir accès à une information juste et transparente leur permettant de faire des achats d'aliments éclairés.
- ◆ Plus de 80 % des Québécois considèrent comme très ou assez important l'étiquetage des aliments contenant des OGM. Ailleurs dans le monde, des gouvernements mettent en place des mesures d'étiquetage en la matière.
- ◆ Les Québécois ont généralement plus confiance dans les produits québécois que dans les produits importés.
- ◆ Les différences réglementaires entre le Canada et les autres pays ainsi que le contrôle exercé aux frontières pour les aliments importés soulèvent la question de la réciprocité des normes.
- ◆ Plus de 85 % des Québécois estiment bien manger. De façon paradoxale, des problèmes de santé publique comme l'obésité progressent au Québec, même chez les plus jeunes.
- ◆ Près des deux tiers des Québécois aimeraient que les aliments offerts en épicerie soient plus nutritifs. Les trois quarts partagent cet avis pour ce qui est des restaurants. Leurs milieux de vie (ex. : garderies, écoles, hôpitaux) doivent également offrir des aliments diversifiés et meilleurs pour la santé.
- ◆ La présence de résidus de pesticides et d'antibiotiques dans les aliments préoccupe 86 % des Québécois.
- ◆ Les consommateurs québécois font des choix alimentaires tous les jours. Chaque ménage dépense annuellement, en moyenne, 9 000 \$ en aliments et en boissons.
- ◆ Plus de 50 % des aliments que les Québécois achètent proviennent de fournisseurs du Québec.
- ◆ La population québécoise et, par conséquent, la quantité d'aliments qu'elle consomme continueront de croître, mais à un rythme plus faible qu'auparavant.
- ◆ Les Québécois font des choix alimentaires variés qui sont influencés par leur revenu, leur âge, leur génération, leur culture, leur milieu de vie, leurs valeurs ainsi que leurs conditions et habitudes de vie.
- ◆ L'intérêt des Québécois pour les aliments locaux, régionaux et certifiés Aliments du Québec augmente.
- ◆ Près d'un million de Québécois ne parviennent pas à manger à leur faim sur le plan de la quantité et de la qualité. Certains territoires, mal desservis en aliments sains, sont qualifiés de déserts alimentaires.
- ◆ Le marché des aliments biologiques au Québec connaît une croissance annuelle moyenne de 10 %.
- ◆ La sensibilité des Québécois à l'égard de l'environnement, du bien-être animal et de l'éthique est grandissante.







La présente publication a été rédigée par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.

Le genre masculin utilisé dans le document désigne aussi bien les femmes que les hommes.

Le présent document a été publié en version papier en quantité limitée. Seule la version électronique, qui se trouve dans le site Web du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, est maintenant accessible : [www.mapaq.gouv.qc.ca](http://www.mapaq.gouv.qc.ca)

Dépôt légal 2016  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada  
ISBN 978-2-550-76436-6 (imprimé)  
ISBN 978-2-550-76437-3 (PDF)

© **Gouvernement du Québec, 2016**

La reproduction totale ou partielle de ce document est autorisée à la condition que la source soit mentionnée.





[www.mapaq.gouv.qc.ca/sommetalimqc](http://www.mapaq.gouv.qc.ca/sommetalimqc)

#SommetAlimQc

Agriculture, Pêcheries  
et Alimentation

Québec 