

# BAROMÈTRE

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

**59%** des Québécois ont globalement confiance dans les aliments  
-12 pts par rapport à 2021

### À PROPOS DU BAROMÈTRE

- Outil pour suivre la **confiance des Québécois** dans le cadre de la **Politique Bioalimentaire du Québec 2018-2025**
- **3 éditions déjà réalisées** (2019, 2021 et 2023)
- **Édition 2023** : sondage réalisé en février 2023, auprès d'un échantillon de **1004 répondants**, représentatifs de la population québécoise

### Confiance des Québécois par catégorie

**Aliments** (Niveau de transformation et conditionnement)  
En baisse ou stable par rapport à 2021

**Lieux d'achat**  
En baisse ou stable par rapport à 2021  
sauf hausse pour les détaillants non traditionnels

**Encadrement réglementaire**  
En baisse par rapport à 2021

**Étiquetage alimentaire**  
En baisse par rapport à 2021

**73%** ont plutôt ou tout à fait confiance

**62%** ont plutôt ou tout à fait confiance

**40%** ont plutôt ou tout à fait confiance

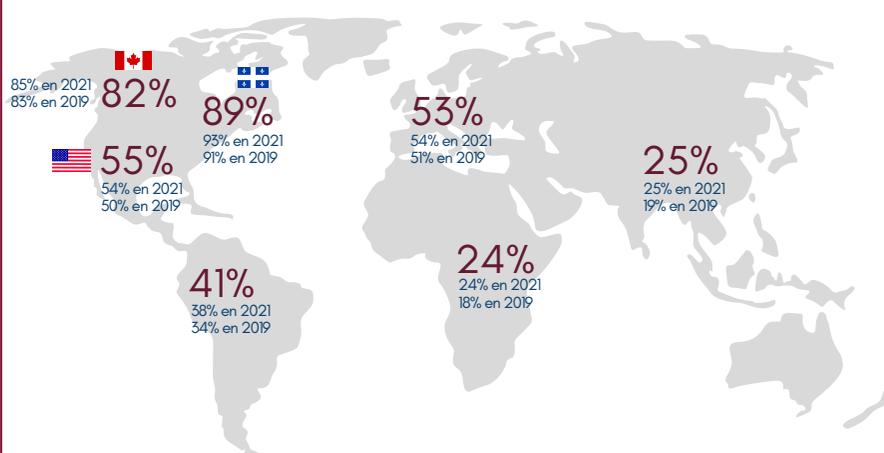
### Un enjeu de compétences et de connaissances alimentaires

**34%** des Québécois ont des **compétences** +7 pts alimentaires moyennes à faibles.

**27%** des Québécois ont des **connaissances** +4 pts alimentaires très faibles.

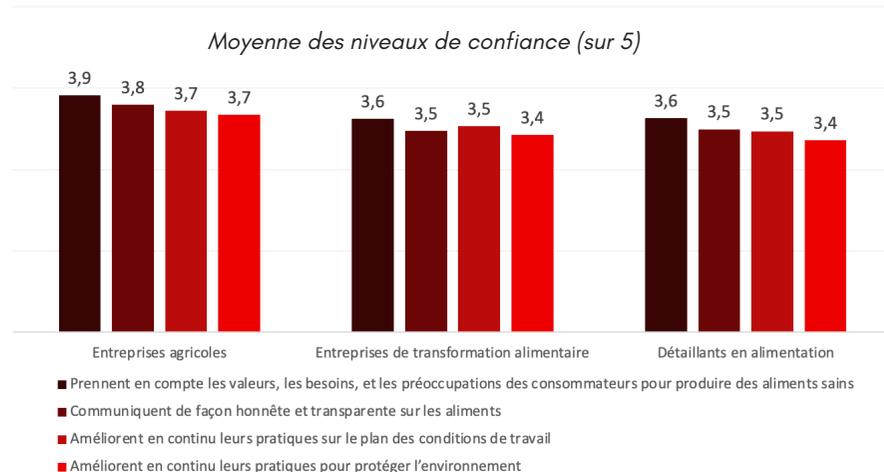
Plus les répondants ont des niveaux de **connaissances élevés et des compétences élevées**, plus leur **niveau de confiance globale augmente**.

**Provenance**  
En baisse au Canada et en hausse ou stable dans le reste du monde par rapport à 2021



Proportion de répondants en 2023 ayant *plutôt ou tout à fait confiance* dans l'aspect sécuritaire de consommer des aliments selon la provenance

**Entreprises du secteur bioalimentaire**  
En baisse ou stable par rapport à 2021



### Ces évolutions sont à mettre en perspective avec le contexte actuel :

- Sortie de la pandémie avec une confiance exceptionnellement élevée durant celle-ci
- Forte inflation alimentaire (+10% sur un an) qui a un impact sur les comportements et les perceptions

# BAROMÈTRE

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

**Une édition 2023 marquée par un contexte inflationniste important avec un impact sur les comportements d'achat**

### À PROPOS DU BAROMÈTRE

- Outil pour suivre la **confiance des Québécois** dans le cadre de la **Politique Bioalimentaire du Québec 2018-2025**
- **3 éditions déjà réalisées** (2019, 2021 et 2023)
- **Édition 2023** : sondage réalisé en février 2023, auprès d'un échantillon de **1004 répondants**, représentatifs de la population québécoise

**91%** des Québécois sont d'accord avec le constat d'une **augmentation du prix des aliments**

**80%** des Québécois sont **préoccupés** au sujet du prix des aliments **1ère préoccupation** sur les 38 à l'étude

**67%** des Québécois sont **plus préoccupés** que l'an dernier par le fait de pouvoir acheter des aliments à un prix abordable

### Détérioration de la sécurité alimentaire

**Le prix des aliments** est un critère important pour **75% des Québécois** au moment de l'achat

- ➔ Plus de Québécois déclarent ne pas avoir assez d'argent pour acheter suffisamment de nourriture (**27 % en 2023 contre 21 % en 2021**).
- ➔ Ils sont moins nombreux à acheter des aliments sans se soucier du prix (**14 % contre 22 % en 2021**).
- ➔ La proportion de personnes prêtes à payer plus cher pour certains aliments a diminué (**15 % contre 23 % en 2021**).

### Pour faire face à l'inflation, les Québécois changent leurs habitudes alimentaires

- 64%** Achètent plus souvent en spécial
- 59%** Mangent moins souvent au restaurant
- 50%** Font leurs courses dans des bannières à escompte
- 49%** Cherchent à limiter le gaspillage alimentaire
- 46%** Achètent plus souvent des marques maison

Plutôt un changement de lieu d'épicerie et des nouvelles manières de consommer qu'une modification du panier d'épicerie

### Perceptions des causes de l'inflation alimentaire

Inflation imputable à plusieurs facteurs, mais très peu à la pandémie

**Les consommateurs attribuent davantage la responsabilité de l'augmentation du coût des aliments aux détaillants et aux transformateurs plutôt qu'à la conjoncture.**

