

Les familles canadiennes font de meilleurs choix

Étude réalisée par H+K Perspectives
pour le compte des Normes canadiennes
de la publicité



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Méthodologie

Le groupe de recherche de Hill+Knowlton Stratégies, H+K Perspectives, a réalisé le présent sondage national à l'aide de son panel en ligne, du 3 au 8 juillet 2014. Au total, 1021 Canadiens ont été sondés, avec une marge d'erreur associée de +/- 3,06 % 19 fois sur 20.

H+K Perspectives est un panel composé d'environ 20 000 membres provenant de tout le pays. La méthodologie utilisée pour recruter et pour maintenir ce panel a été développée par des experts reconnus en la matière du groupe Relations avec la communauté et recherche de H+K.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

But de l'étude

Mieux comprendre les points de vue des Canadiens sur les choix alimentaires qu'ils font pour leurs enfants et pour leur famille.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Principales constatations

D'hier à aujourd'hui – les choses s'améliorent

- ❑ Des personnes sondées, la plupart ont affirmé qu'elles étaient les principaux décideurs quant aux aliments et aux boissons qui sont consommés dans leur foyer (76 %). Ce pourcentage est nettement plus élevé chez les femmes (86 %) que chez les hommes (66 %).
- ❑ 8 Canadiens sur 10 ont affirmé qu'ils font désormais des choix d'aliments et de boissons plus sains qu'il y a cinq ans.
- ❑ Ceux qui optent pour des aliments plus sains ont tendance à être plus conscients de l'augmentation des options qui s'offrent à eux. Globalement, la majorité (72 %) pensent que le nombre d'options plus saines a augmenté au cours des 5 dernières années.
- ❑ La majorité des Canadiens sont de plus en plus conscients des besoins nutritionnels des enfants (81 %). Ce nombre passe à près de 9 Canadiens sur 10 chez ceux qui recherchent activement des options plus saines pour leur famille.
- ❑ Les familles avec enfants sont beaucoup plus susceptibles de choisir des produits alimentaires plus sains.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Principales constatations

Quels sont les facteurs responsables de l'obésité chez les enfants?

- ❑ Les Canadiens ne croient pas que l'obésité chez les enfants soit imputable à un seul facteur. Ils sont plutôt d'accord pour dire que certains facteurs y contribuent plus que d'autres.
- ❑ Environ 1 Canadien sur 3 (32 %) est d'avis que trop de temps passé devant la télé ou les jeux vidéo est le facteur qui contribue le plus à l'obésité chez les enfants. Près d'un autre tiers (31 %) de Canadiens croient que les parents et les gardiens n'inculquent pas suffisamment aux enfants de saines habitudes alimentaires ou d'activité physique.
- ❑ De tous les énoncés, l'énoncé « les parents ont l'ultime responsabilité de faire les bons choix nutritionnels pour leurs enfants » a recueilli le plus grand nombre de réponses positives (88 %). Cela a été renforcé lorsque la vaste majorité des répondants (9 Canadiens sur 10) ont identifié les parents et les gardiens comme étant ceux qui doivent ultimement orienter les habitudes alimentaires des enfants.
- ❑ Globalement, les Canadiens croient qu'il leur incombe, en tant que parents et que gardiens, d'amener les enfants à choisir des aliments sains.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Principales constatations

Quels sont les facteurs responsables de l'obésité chez les enfants? (suite)

- ❑ L'une des tendances qui est ressortie tout au long du sondage est la divergence d'opinions entre ceux qui se sont identifiés comme ayant déjà fait des efforts pour choisir des aliments et des boissons plus sains qu'il y a cinq ans et ceux qui ne l'ont pas fait.
- ❑ Généralement, les répondants qui ont choisi de faire des choix plus sains montrent une plus grande propension à prendre en main les habitudes alimentaires de leurs enfants. Ils considèrent les parents et les gardiens comme les responsables ultimes plutôt que le gouvernement, l'industrie des aliments et des boissons ou les écoles.
- ❑ Ces répondants ont également tendance à trouver plus facile de faire des choix plus sains pour leur famille.
- ❑ De plus, ceux qui ne s'efforcent pas de choisir des aliments plus sains identifient essentiellement les parents et les gardiens comme responsables; cependant, ils ont davantage tendance à identifier comme responsables le gouvernement, l'industrie des aliments et des boissons et les écoles.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Principales constatations

L'avenir de la lutte contre l'obésité – tous peuvent y contribuer

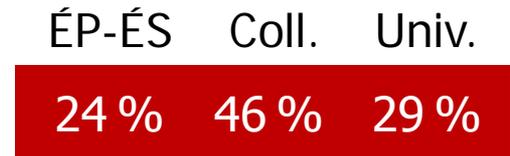
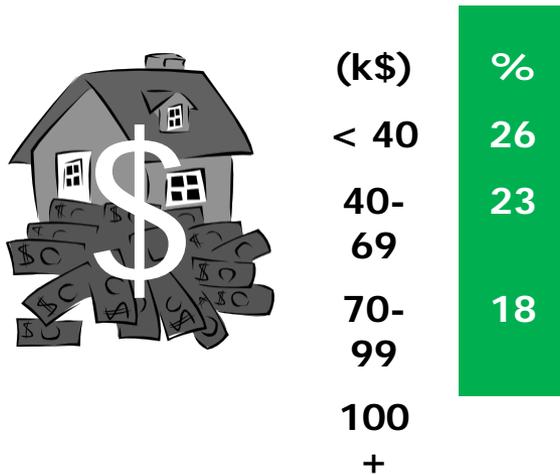
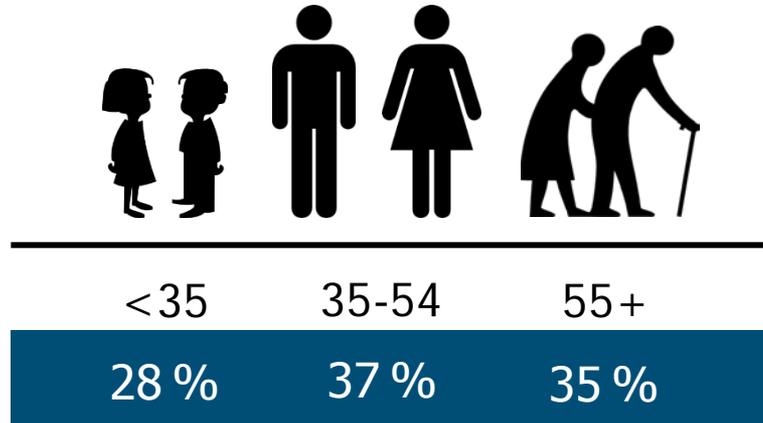
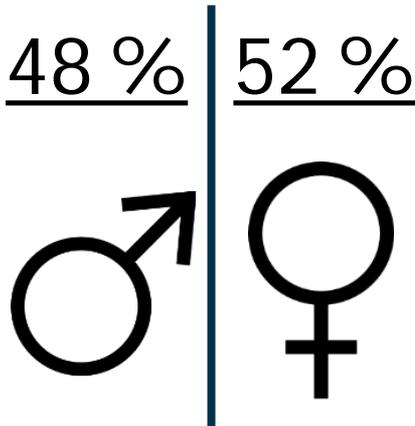
- ❑ Plus de la moitié des Canadiens (60 %) sont d'accord pour dire que le gouvernement devrait faire davantage pour aider à lutter contre l'obésité chez les enfants.
- ❑ Près de 9 Canadiens sur 10 (85 %) sont d'accord pour dire que l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer dans la lutte contre l'obésité. Cela est d'autant plus vrai chez ceux qui ont déjà fait des efforts pour choisir des aliments plus sains (88 %).
- ❑ Lorsqu'on leur a demandé comment l'industrie des aliments et des boissons pouvait aider à « faciliter des choix plus sains », les répondants se sont montrés réceptifs à toutes les options proposées. Cela vient davantage renforcer le fait que les Canadiens sont conscients du besoin de faire des choix plus sains pour les enfants.
- ❑ Globalement, la mesure qui vise à aider les parents à mieux comprendre l'information nutritionnelle des aliments a été jugée la plus efficace pour « faciliter les choix plus sains ». Un peu plus de la moitié des répondants (52 %) considèrent le fait d'annoncer des produits plus sains auprès des enfants comme une mesure « très efficace ».



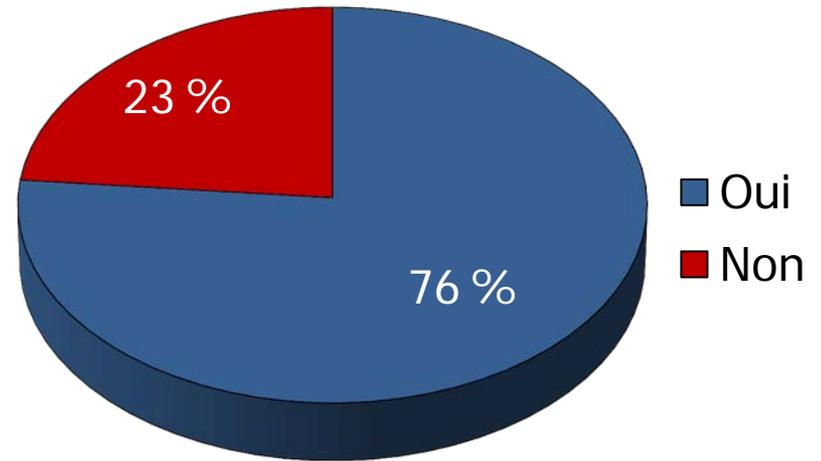
Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité

Analyse

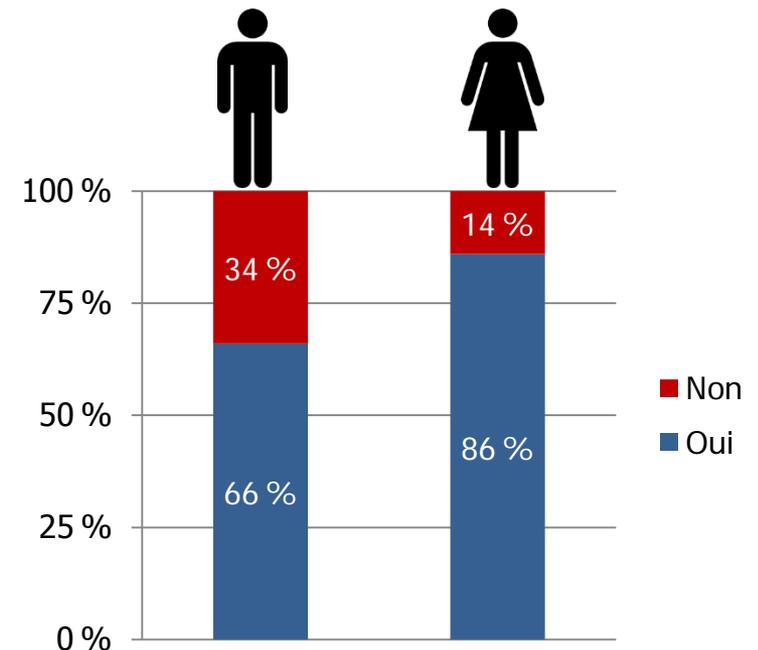
Profil des répondants



Êtes-vous le principal décideur en ce qui concerne les aliments et les boissons qu'achète votre famille?



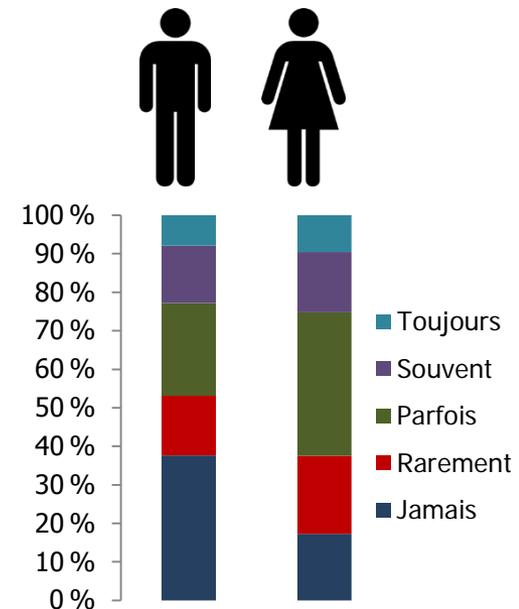
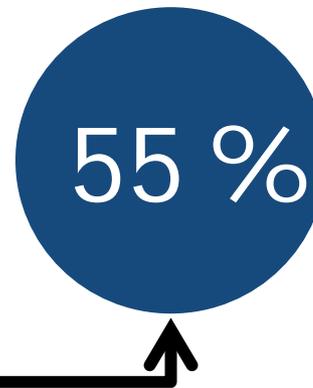
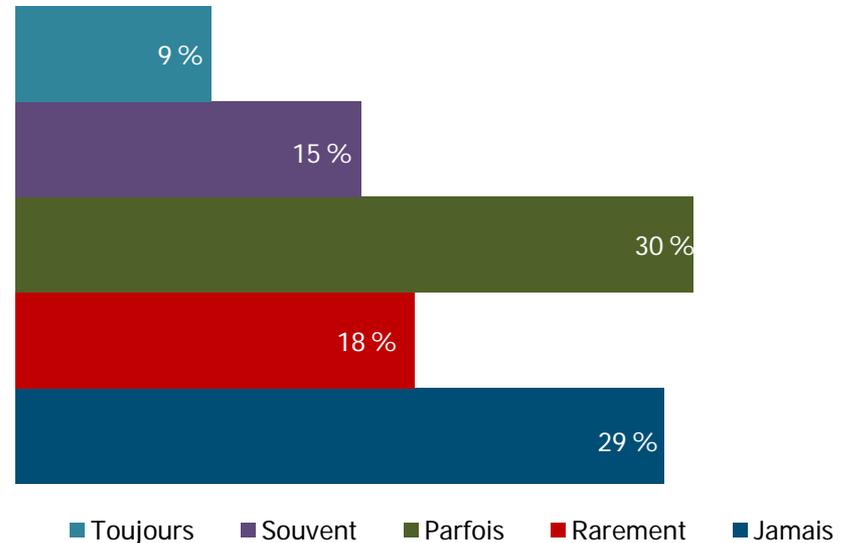
- Plus des trois quarts des répondants ont affirmé être les principaux décideurs en ce qui concerne les aliments et les boissons qui sont consommés à la maison.
- Les femmes sont nettement plus susceptibles d'être les principaux décideurs.



À quelle fréquence vos enfants vous accompagnent-ils lorsque vous faites l'épicerie?

- ❑ Parmi les répondants qui ont des enfants, la plupart seront accompagnés de leurs enfants au moins une partie du temps lorsqu'ils font l'épicerie.
- ❑ La fréquence est plus élevée chez les femmes que chez les hommes.
- ❑ Les jeunes familles (<35) sont celles qui répondent le plus souvent qu'elles sont « souvent » ou « toujours » accompagnées de leurs enfants.

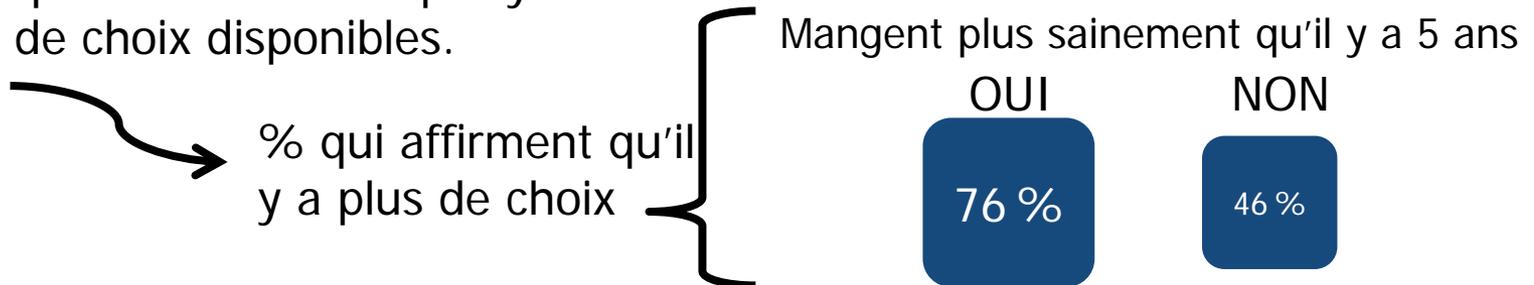
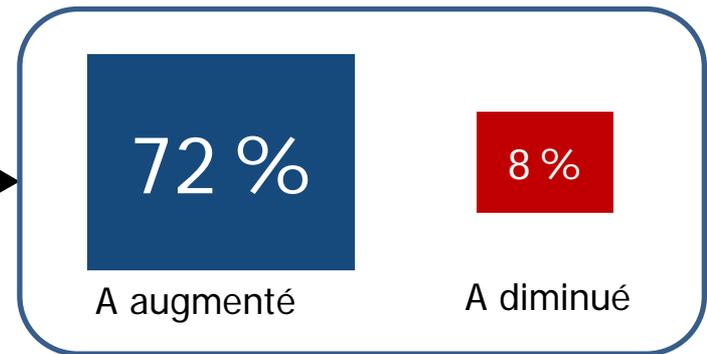
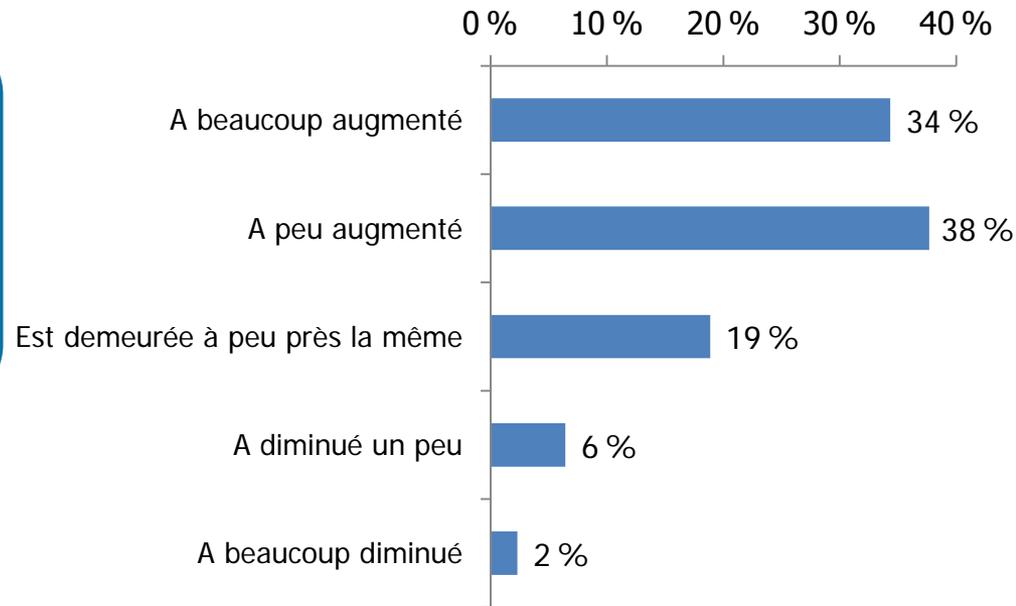
Fréquence parmi les familles avec enfants



*Les données affichées excluent les familles sans enfants.

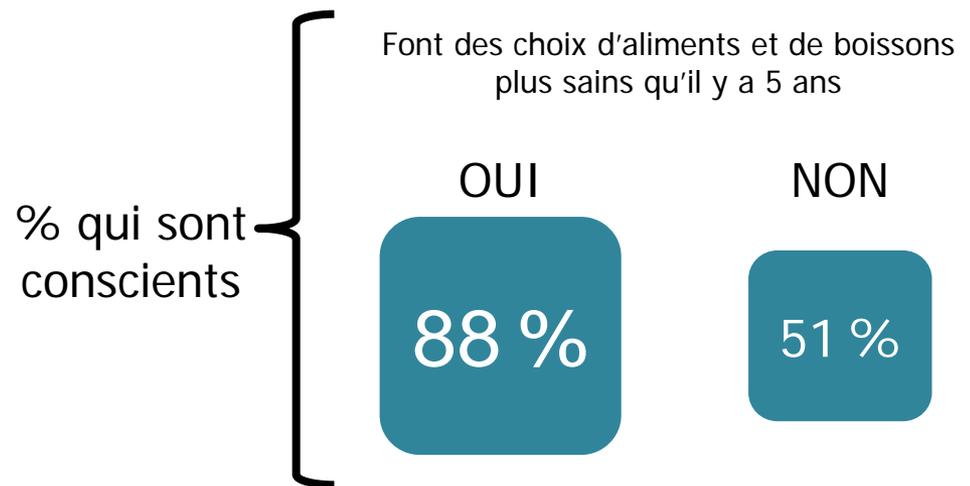
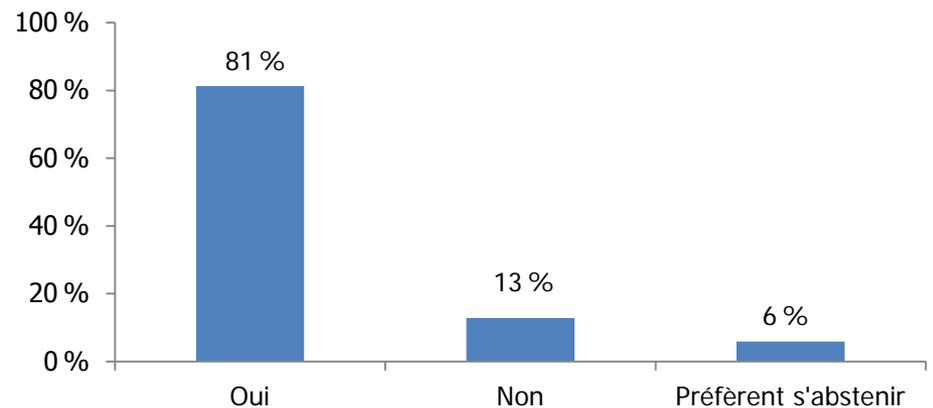
Au cours des 5 dernières années, diriez-vous que la quantité de choix alimentaires sains qui vous sont offerts en tant que consommateur a augmenté ou diminué?

- Un peu moins des trois quarts des répondants sont d'avis que la quantité de choix alimentaires sains a augmenté au cours des 5 dernières années.
- Ceux qui affirment faire de meilleurs choix alimentaires qu'il y a 5 ans sont beaucoup plus susceptibles d'affirmer qu'il y a plus de choix disponibles.



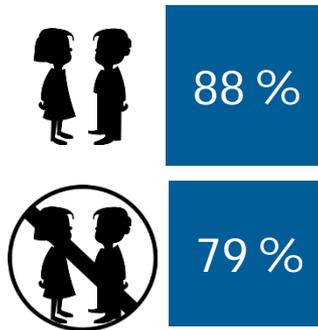
Au cours des 5 dernières années, diriez-vous que vous êtes plus conscient du besoin de faire des choix alimentaires plus sains pour vos enfants?

- Plus des trois quarts des répondants sont plus conscients du besoin de faire des choix plus sains pour leurs enfants.
- Une fois de plus, ceux qui font déjà de meilleurs choix alimentaires pour leur famille sont beaucoup plus susceptibles d'affirmer qu'ils sont plus conscients du besoin de faire des choix alimentaires plus sains pour leurs enfants.
- Les répondants plus jeunes (<35) ont tendance à être plus d'accord avec cet énoncé.

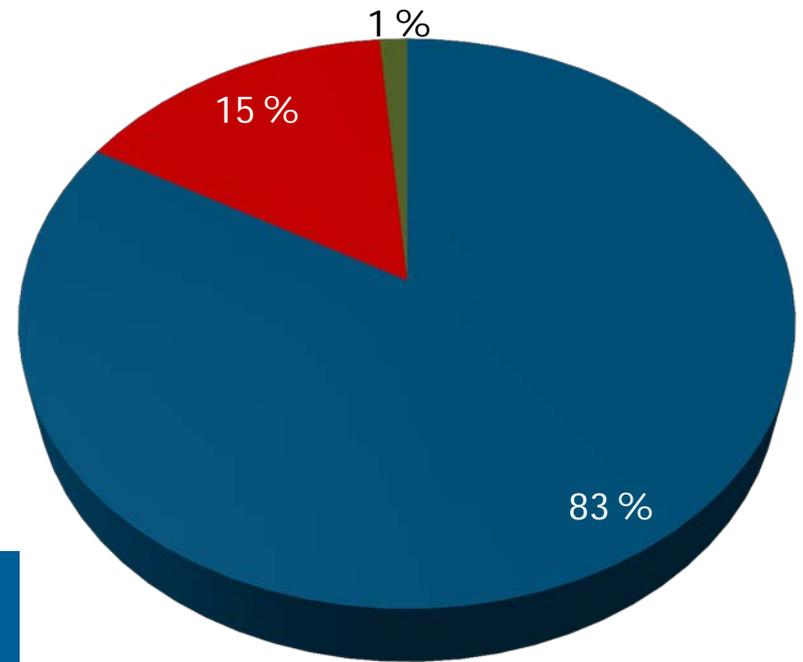


Aujourd'hui, choisissez-vous pour votre famille des aliments et des boissons plus sains qu'il y a 5 ans?

- ❑ Quatre répondants sur cinq affirment qu'ils font pour leur famille des choix alimentaires plus sains qu'il y a 5 ans.
- ❑ Les familles avec enfants sont plus susceptibles de répondre par l'affirmative à cette question que celles sans enfants.
- ❑ Comme le démontrent les diapositives suivantes, ceux qui croient que l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer dans la lutte contre l'obésité chez les enfants sont beaucoup plus susceptibles de répondre par l'affirmative à cette question.



% qui font de meilleurs choix



■ Oui ■ Non ■ Préfèrent s'abstenir

L'industrie a un rôle à jouer

Oui

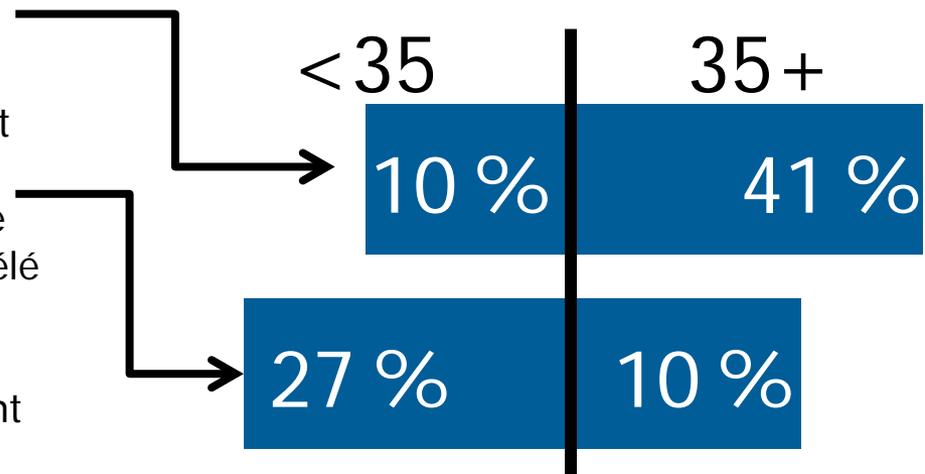
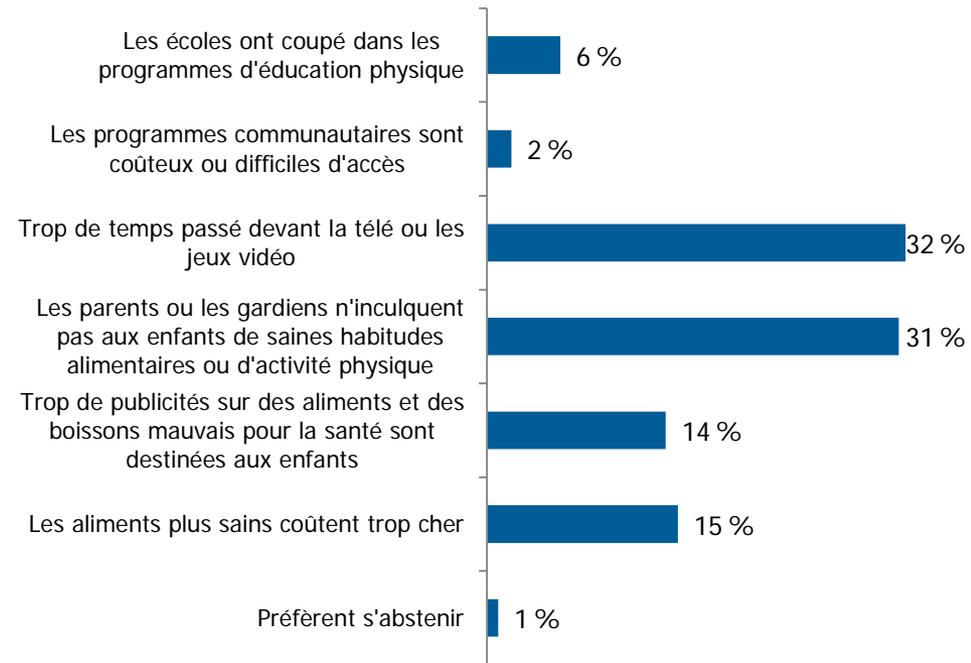
86 %

Non

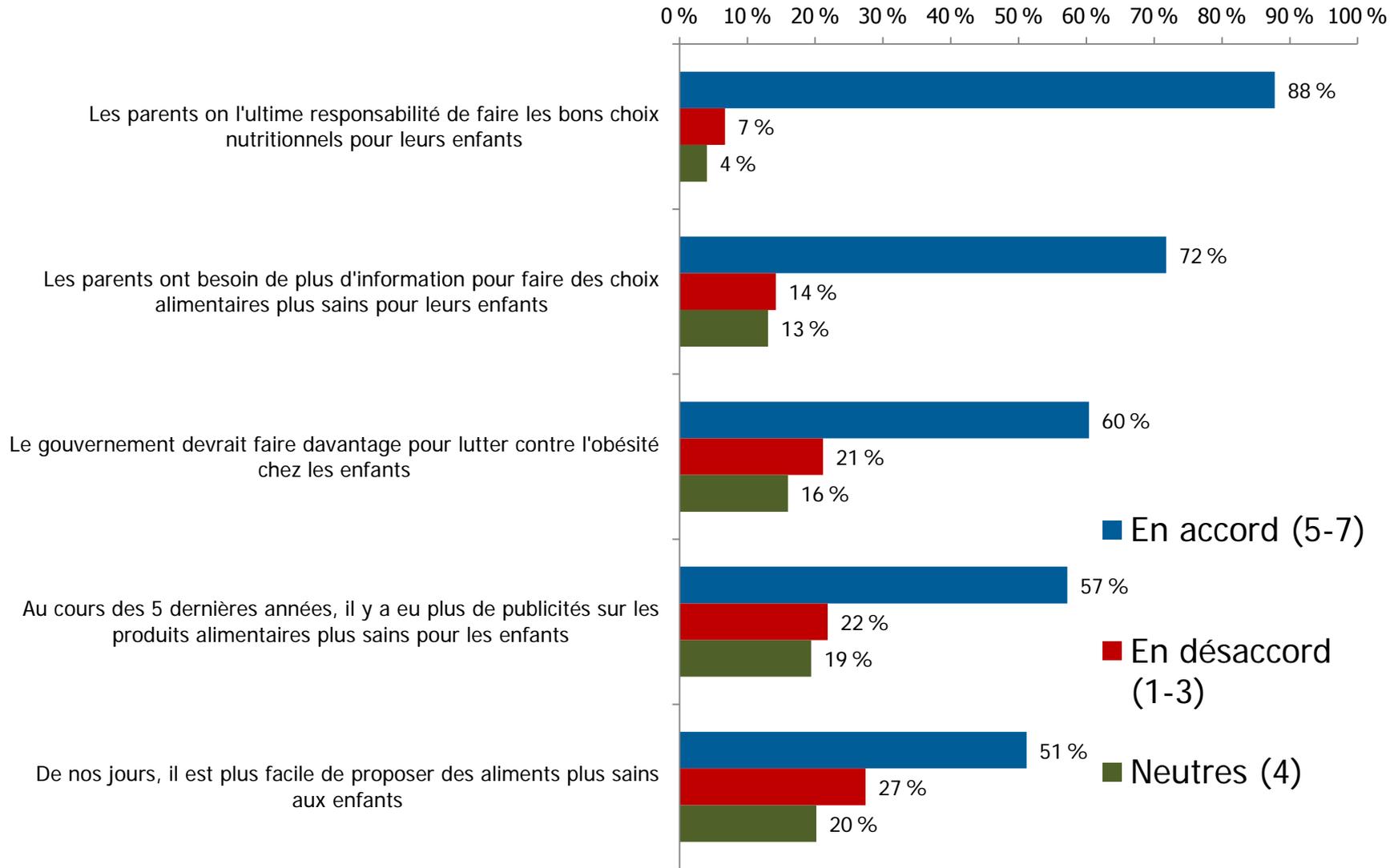
69 %

À votre avis, quelle est la principale cause de l'obésité chez les enfants?

- ❑ Près du tiers des répondants croient que trop de temps passé devant la télé ou les jeux vidéo est la principale cause de l'obésité chez les enfants.
- ❑ À peu près le même nombre croit que ce problème est attribuable au fait que les parents et les gardiens n'ont pas inculqué aux enfants de saines habitudes alimentaires et d'activité physique.
- ❑ Les répondants de 35 ans et plus sont beaucoup plus susceptibles que les répondants plus jeunes d'affirmer que c'est trop de temps passé devant la télé et les jeux vidéo.
- ❑ Les répondants plus jeunes (<35) sont plus susceptibles de répondre que les aliments plus sains coûtent trop cher.



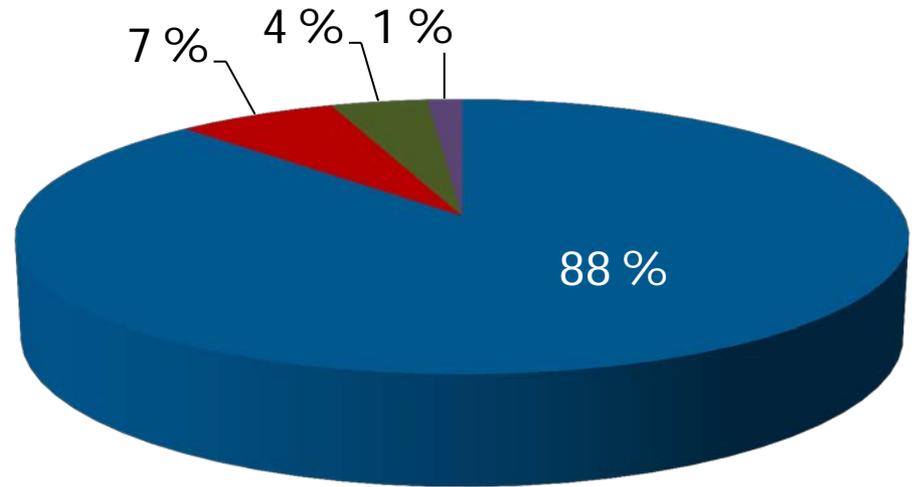
Êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?



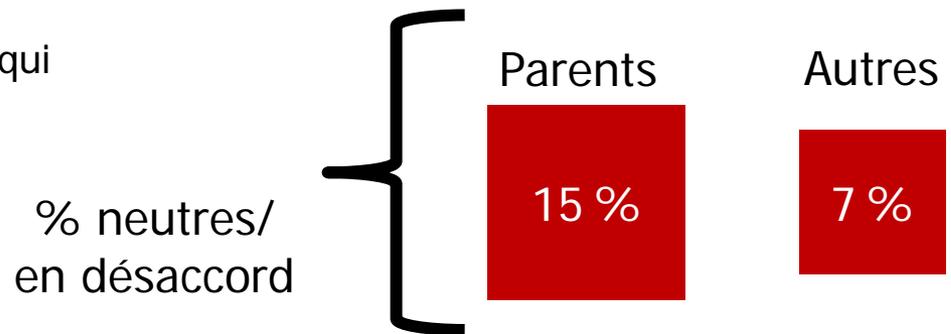
En accord ou en désaccord avec :

Les parents ont l'ultime responsabilité de faire les bons choix nutritionnels pour leurs enfants

- ❑ Cette question a recueilli le plus grand nombre de réponses positives de la part de tous les répondants.
- ❑ La vaste majorité des répondants sont d'accord pour dire qu'il incombe ultimement aux parents de faire les bons choix alimentaires pour leurs enfants.
- ❑ Fait intéressant : ce sont les parents qui ont des enfants qui sont les plus susceptibles d'être soit en désaccord, soit neutres face à cette question.



■ En accord (5-7) ■ En désaccord (1-3)
■ Neutres (4) ■ Préfèrent s'abstenir



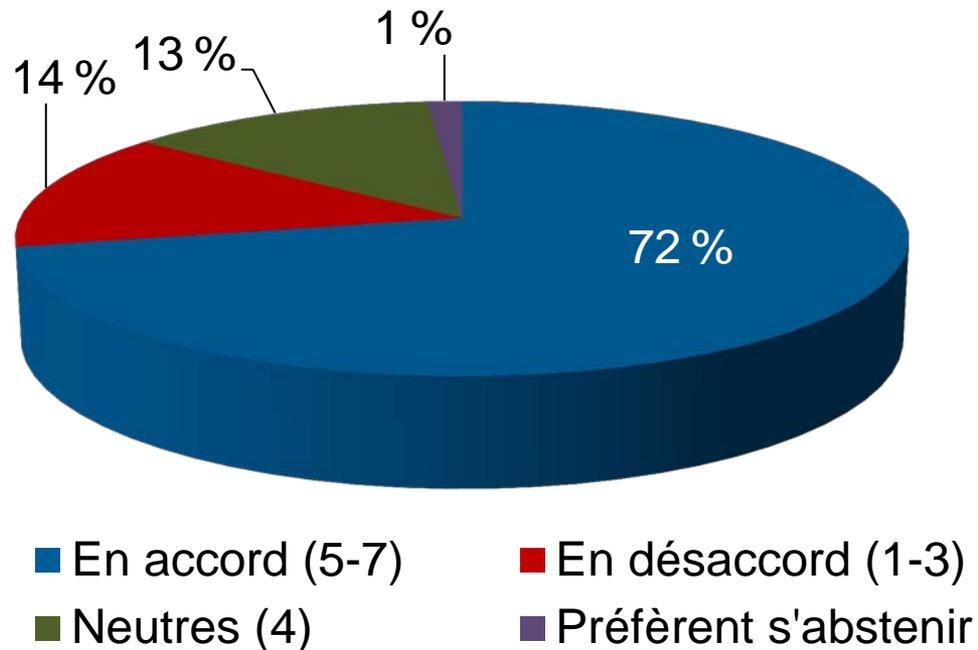
En accord ou en désaccord avec :

avec :

Les parents ont besoin de plus d'information pour faire des choix alimentaires plus sains pour leurs enfants

- Il s'agit de la question qui a recueilli le plus de réponses positives après la question précédente, près des trois quarts des répondants étant d'accord pour dire que les parents ont besoin de plus d'information pour faire des choix alimentaires plus sains pour leurs enfants.

- Ceux qui **ne croient pas** que l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer dans l'obésité chez les enfants sont le plus en désaccord.



% en désaccord/
neutres

L'industrie a un rôle à jouer

Oui

24 %

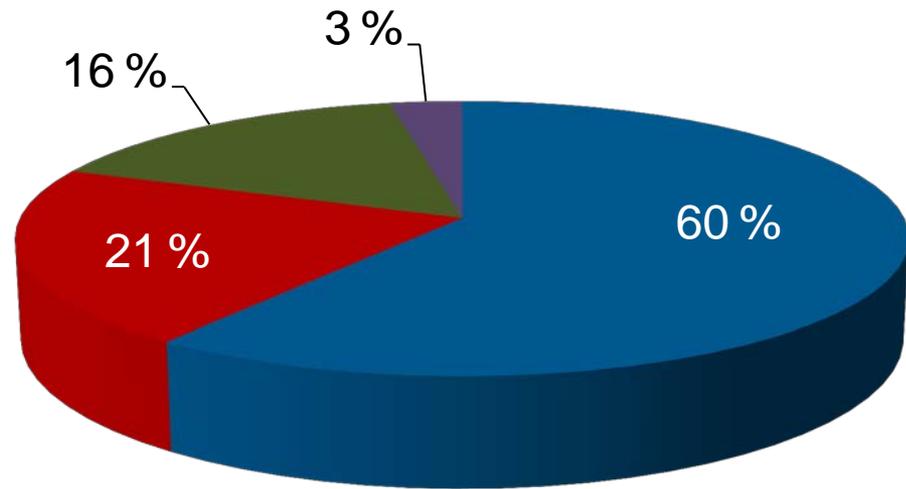
Non

48 %

En accord ou en désaccord avec :

Le gouvernement devrait faire davantage pour lutter contre l'obésité chez les enfants

- ❑ La plupart des répondants sont d'accord pour dire que le gouvernement devrait faire davantage pour aider à lutter contre l'obésité.
- ❑ Une fois de plus, ceux qui ne croient pas que l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer dans la lutte contre l'obésité chez les enfants sont également ceux qui sont le plus en désaccord avec le fait que le gouvernement devrait faire plus pour lutter contre l'obésité.



■ En accord (5-7) ■ En désaccord (1-3)
■ Neutres (4) ■ Préfèrent s'abstenir

% en désaccord/
neutres

L'industrie a un rôle à jouer

Oui

31 %

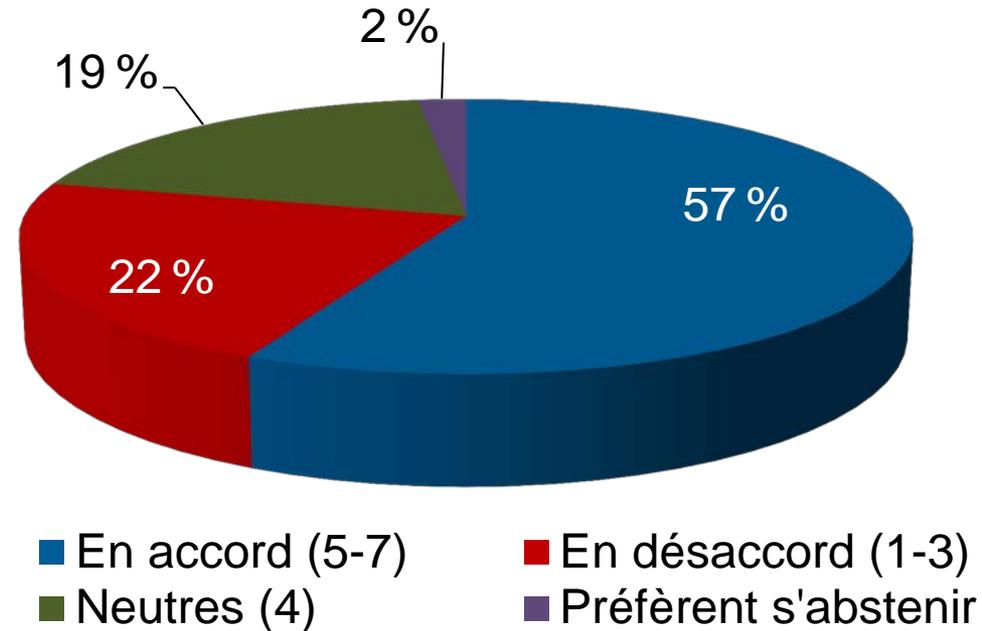
Non

61 %

En accord ou en désaccord avec :

Au cours des 5 dernières années, il y a eu plus de publicités sur les produits alimentaires plus sains pour les enfants

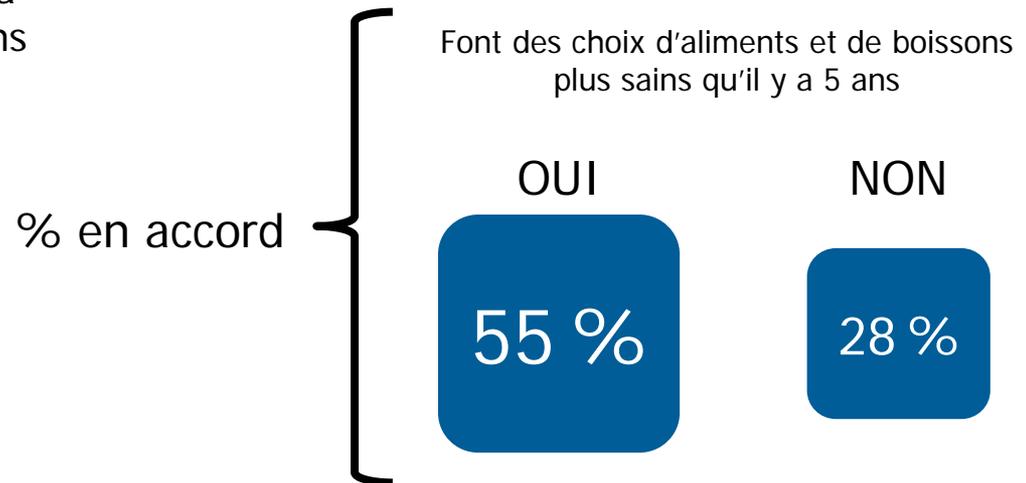
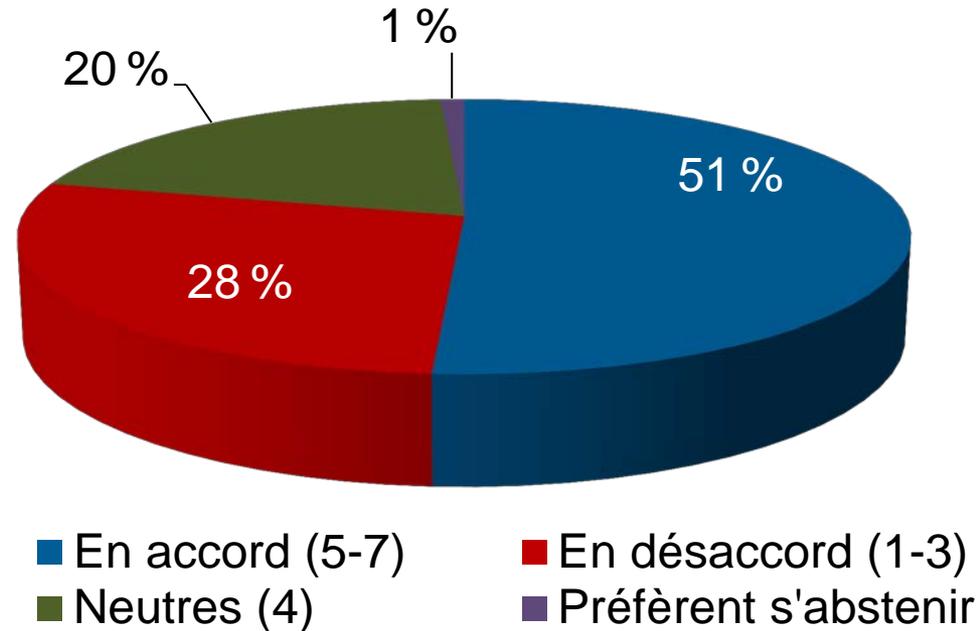
- ☐ Un peu plus de la moitié des répondants sont d'accord pour dire qu'il y a eu plus de publicités sur les produits alimentaires plus sains qu'il y a 5 ans.
- ☐ Ces perceptions sont à peu près les mêmes pour tous les indicateurs démographiques et attitudinaux.



En accord ou en désaccord avec :

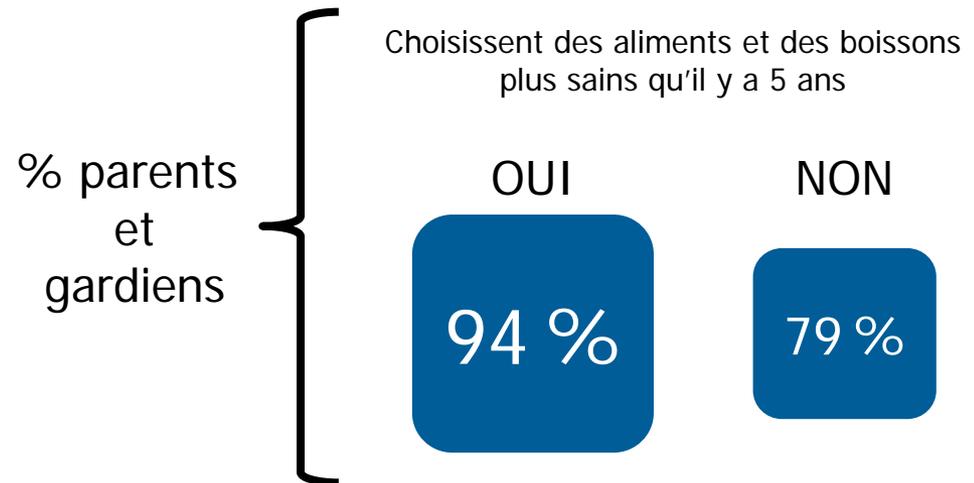
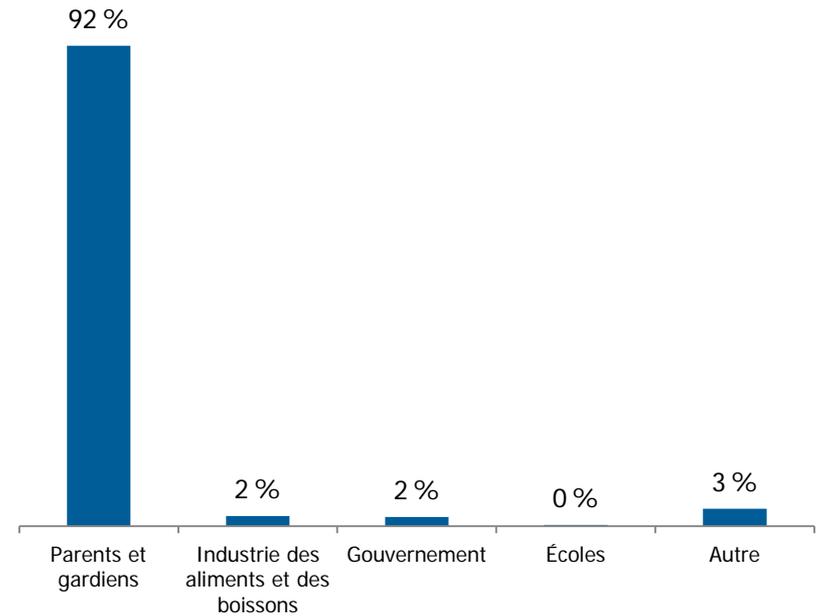
De nos jours, il est plus facile de proposer des aliments plus sains aux enfants

- ❑ Il s'agit de l'énoncé qui a suscité le plus d'opinions partagées, seulement un peu plus de la moitié de tous les répondants étant d'accord pour dire que de nos jours, il est plus facile de proposer des aliments plus sains aux enfants.
- ❑ Ceux qui se sont efforcés de proposer à leur famille des aliments et des boissons plus sains sont davantage en accord avec cet énoncé que ceux qui ne l'ont pas fait.



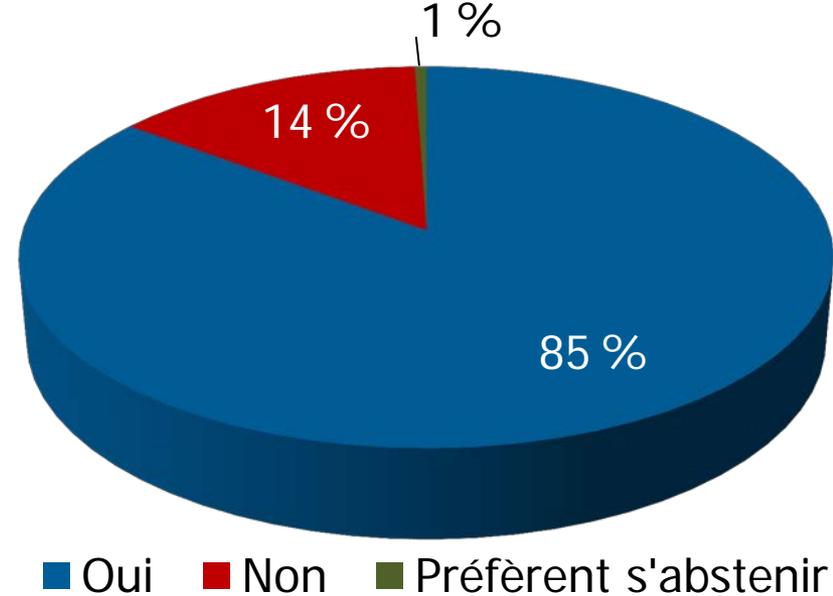
En bout de ligne, qui est ultimement responsable d'orienter les choix alimentaires de vos enfants?

- ❑ Neuf répondants sur dix sont d'accord pour dire que la responsabilité ultime d'orienter les choix alimentaires des enfants incombe aux parents et aux gardiens.
- ❑ Ceux qui s'efforcent de choisir des aliments et des boissons plus sains pour leur famille sont beaucoup plus susceptibles de choisir les parents et les gardiens que ceux qui n'ont pas opté pour des choix plus sains.



Croyez-vous que l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer dans la lutte contre l'obésité chez les enfants?

- Malgré le petit nombre de répondants qui croient qu'il incombe à l'industrie des aliments et des boissons d'orienter les choix alimentaires des enfants, on croit fermement que l'industrie a un rôle à jouer.
- Une fois de plus, ceux qui choisissent des aliments plus sains sont plus souvent d'accord avec cet énoncé.
- Il existe une divergence d'opinions intéressante et importante selon le niveau de scolarité.



■ Oui ■ Non ■ Préfèrent s'abstenir

Choisissent des aliments et des boissons plus sains qu'il y a 5 ans

% Oui

OUI

NON

88 %

71 %



% Oui

88 %

77 %

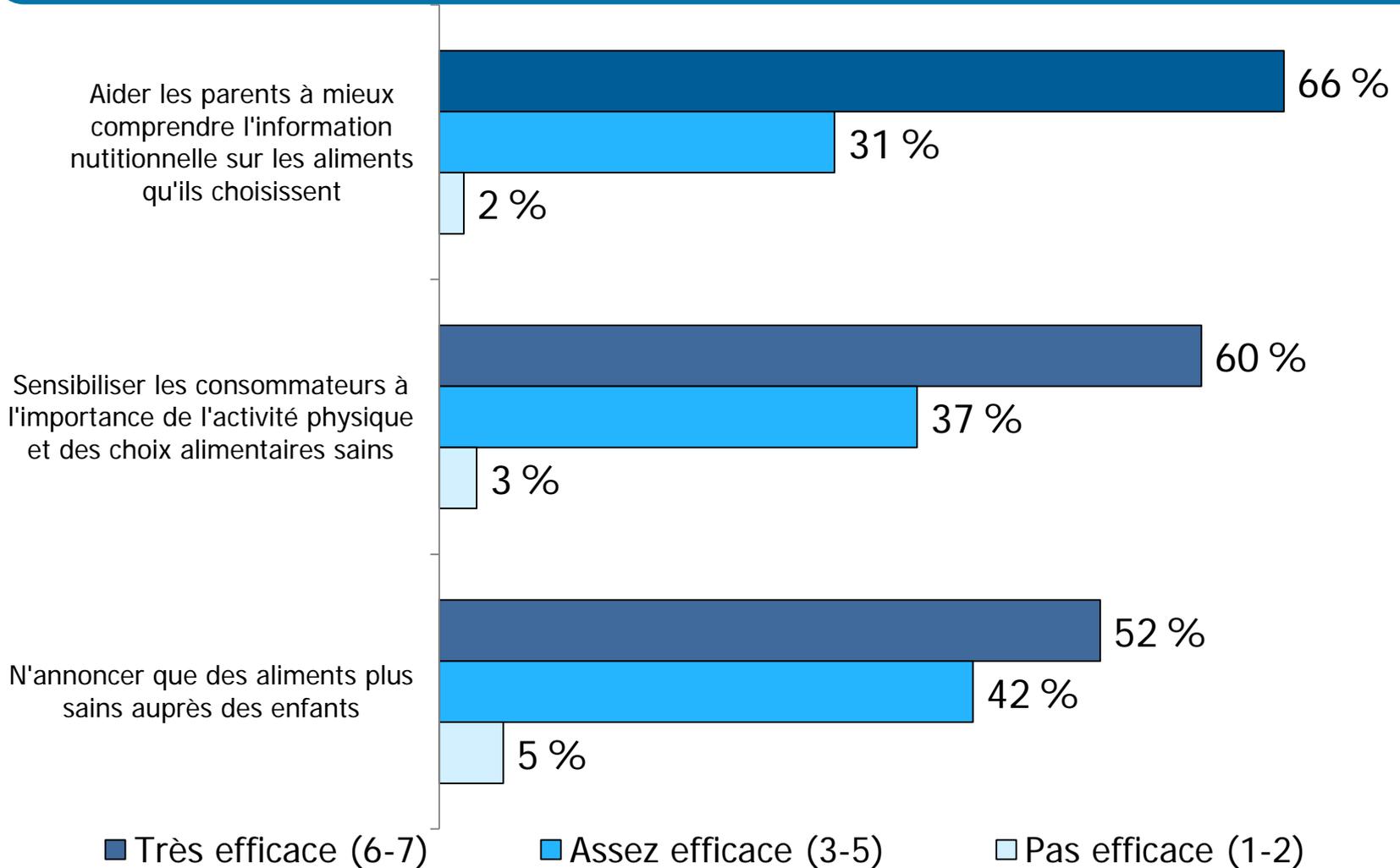
85 %

ÉS ou moins

Coll.

Univ.

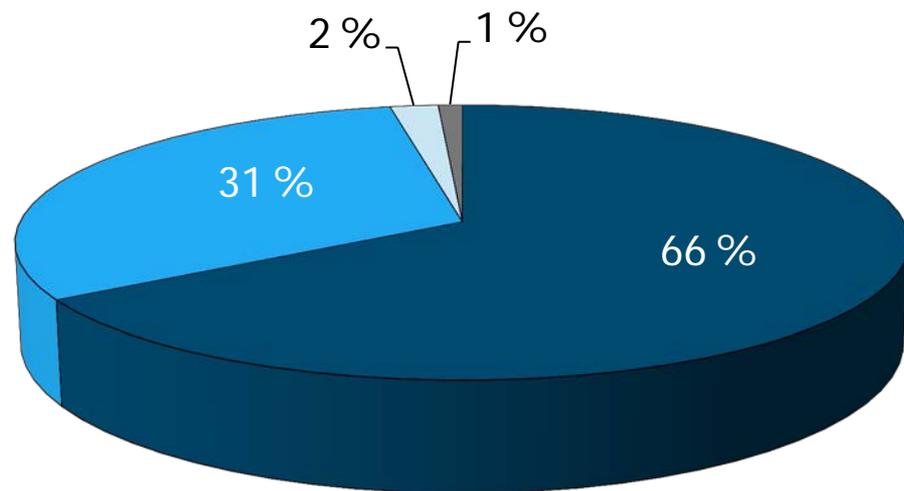
Quelle est l'efficacité de chacune des mesures suivantes que peut prendre l'industrie des aliments et des boissons pour faciliter les choix plus sains?



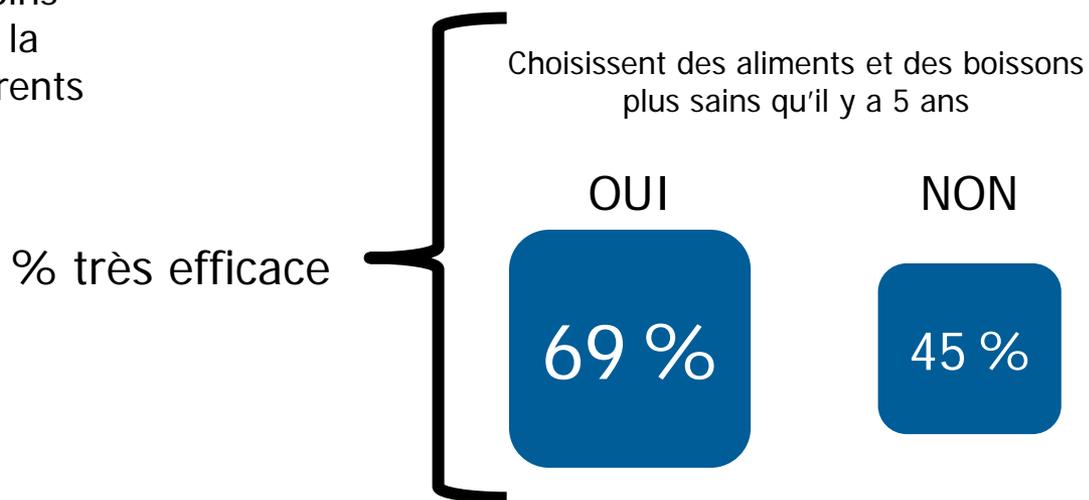
À quel point la mesure suivante est-elle efficace?

Aider les parents à mieux comprendre l'information nutritionnelle sur les aliments qu'ils choisissent.

- ❑ Est considérée comme la mesure la plus efficace par les deux tiers des répondants.
- ❑ Ceux qui ne font pas de choix alimentaires plus sains sont les moins enthousiastes face à l'efficacité de la mesure qui consiste à aider les parents à mieux comprendre l'information nutritionnelle.



■ Très efficace (6-7) ■ Assez efficace (3-5)
□ Pas efficace (1-2) ■ Préfèrent s'abstenir

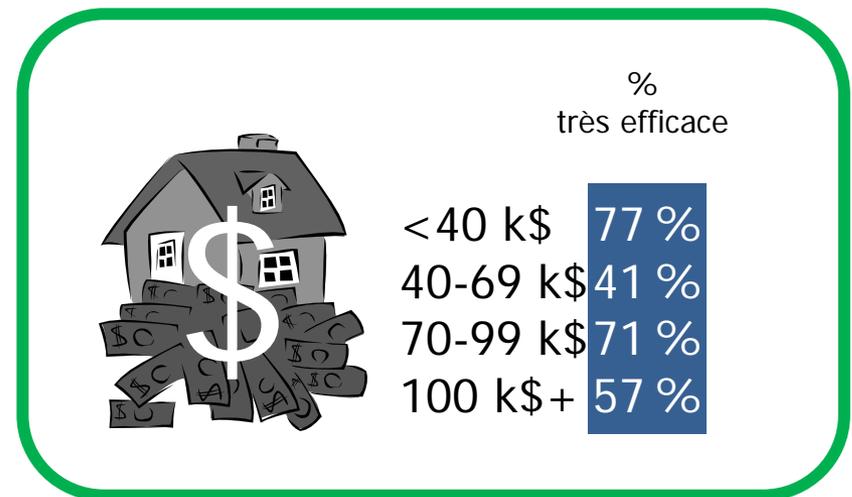
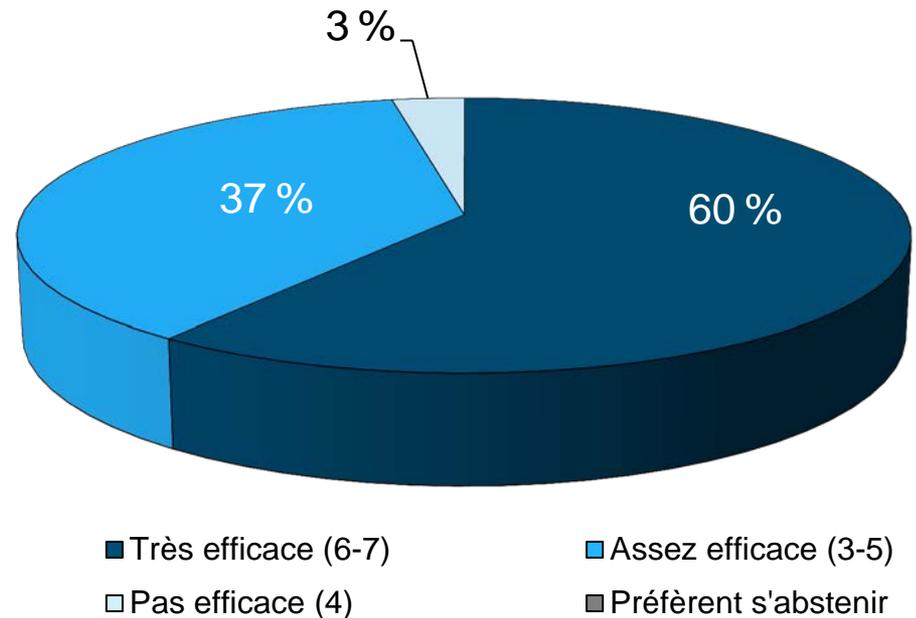


*Seuls ceux qui ont répondu « oui, l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer »

À quel point la mesure suivante est-elle efficace?

Sensibiliser les consommateurs à l'importance de l'activité physique et des choix alimentaires sains

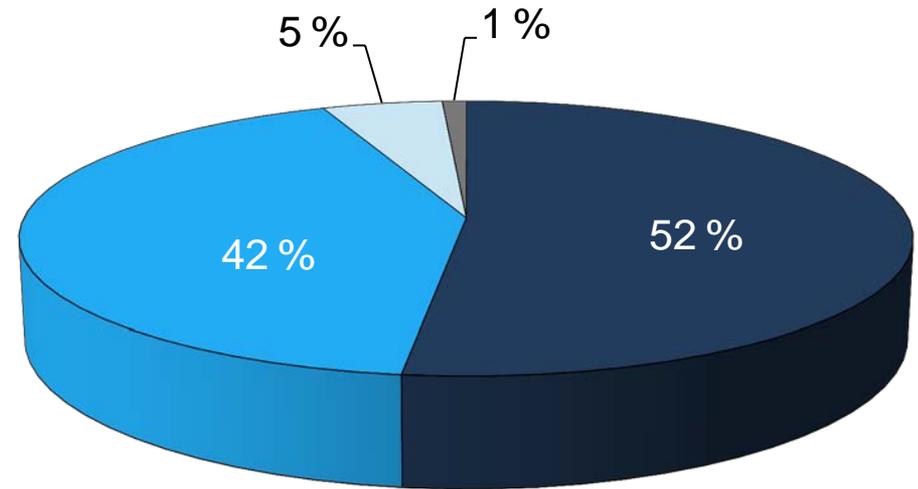
- ❑ Six répondants sur 10 croient qu'il s'agit là d'une mesure très efficace.
- ❑ Les répondants dont le revenu familial est faible (< 40 k\$) soutiennent le plus cette initiative.



*Seuls ceux qui ont répondu « oui, l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer »

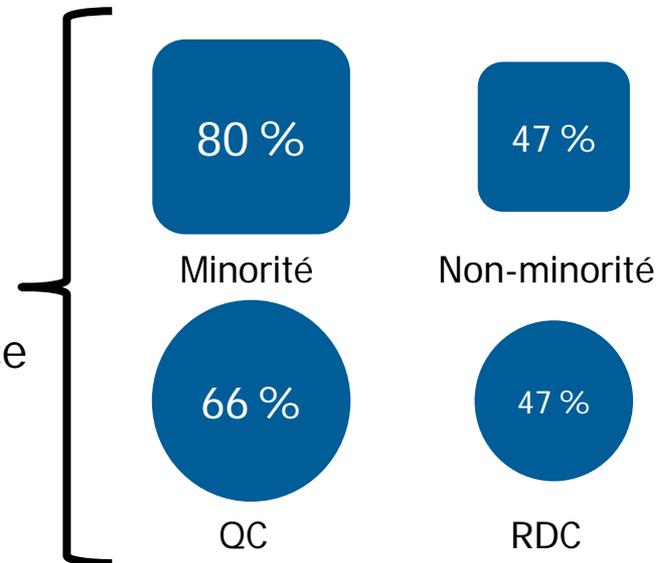
À quel point la mesure suivante est-elle efficace? N'annoncer que des aliments plus sains auprès des enfants.

- ❑ Bien que cette option ait été la moins populaire auprès des répondants, il est à noter que plus de la moitié ont désigné cette mesure comme très efficace.
- ❑ Ceux qui se sont identifiés comme membre d'un groupe minoritaire croient plus fortement que cette mesure serait très efficace.
- ❑ Les répondants du Québec croient beaucoup plus à l'efficacité de cette mesure que ceux du reste du Canada (RDC).



■ Très efficace (6-7) ■ Assez efficace (3-5)
 □ Pas efficace (4) ■ Préfèrent s'abstenir

% très efficace



*Seuls ceux qui ont répondu « oui, l'industrie des aliments et des boissons a un rôle à jouer »

Conclusions

- ❑ Au fil des ans, les Canadiens deviennent de plus en plus conscients du besoin d'acheter des aliments et des boissons plus sains pour leur famille.
- ❑ Ceux qui font déjà des efforts trouvent plus facile de manger plus sainement.
- ❑ Les Canadiens croient qu'il incombe d'abord et avant tout aux parents et aux gardiens de choisir des aliments sains pour les enfants; cependant, presque tous s'entendent sur le fait que de nombreux facteurs ont un rôle à jouer.
- ❑ L'information est reine. Les Canadiens croient que plus ils seront informés en matière de nutrition, plus il leur sera facile de faire des choix plus sains.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité