



CIRANO

Allier savoir et décision

MISE EN PLACE DES PRATIQUES AGROENVIRONNEMENTALES : CARACTERISATION DES EFFORTS DEPLOYES PAR LES PRODUCTEURS QUEBECOIS ET PERCEPTIONS DES CONSOMMATEURS

BERNARD KORAI
RÉMY LAMBERT

Avec la collaboration de
Wajdi Hellali
Stéphanie Sany Kong



RP

2025RP-21
RAPPORT DE PROJET

Les rapports de projet sont destinés plus spécifiquement aux partenaires et à un public informé. Ils ne sont ni écrits à des fins de publication dans des revues scientifiques ni destinés à un public spécialisé, mais constituent un médium d'échange entre le monde de la recherche et le monde de la pratique.

Project Reports are specifically targeted to our partners and an informed readership. They are not destined for publication in academic journals nor aimed at a specialized readership, but are rather conceived as a medium of exchange between the research and practice worlds.

Le **CIRANO** est un organisme sans but lucratif constitué en vertu de la Loi des compagnies du Québec. Le financement de son infrastructure et de ses activités de recherche provient des cotisations de ses organisations-membres, d'une subvention d'infrastructure du gouvernement du Québec, de même que des subventions et mandats obtenus par ses équipes de recherche.

CIRANO is a private non-profit organization incorporated under the Quebec Companies Act. Its infrastructure and research activities are funded through fees paid by member organizations, an infrastructure grant from the government of Quebec, and grants and research mandates obtained by its research teams.

Les partenaires du CIRANO – CIRANO Partners

Partenaires Corporatifs - Corporate Partners

Autorité des marchés financiers
Banque de développement du Canada
Banque du Canada
Banque Nationale du Canada
Bell Canada
BMO Groupe financier
Caisse de dépôt et placement du Québec
Énergir
Hydro-Québec
Intact Corporation Financière
Investissements PSP
Manuvie
Mouvement Desjardins
Power Corporation du Canada
VIA Rail Canada

Partenaires gouvernementaux - Governmental partners

Ministère des Finances du Québec
Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
Innovation, Sciences et Développement Économique Canada
Ville de Montréal

Partenaires universitaires - University Partners

École de technologie supérieure
École nationale d'administration publique de Montréal
HEC Montreal
Institut national de la recherche scientifique
Polytechnique Montréal
Université Concordia
Université de Montréal
Université de Sherbrooke
Université du Québec
Université du Québec à Montréal
Université Laval
Université McGill

Le CIRANO collabore avec de nombreux centres et chaires de recherche universitaires dont on peut consulter la liste sur son site web. CIRANO collaborates with many centers and university research chairs; list available on its website.

© Avril 2025. Bernard Korai et Rémy Lambert avec la collaboration de Wajdi Hellali et Stéphanie Sany Kong. Tous droits réservés. *All rights reserved.* Reproduction partielle permise avec citation du document source, incluant la notice ©. *Short sections may be quoted without explicit permission, if full credit, including © notice, is given to the source.*

Les idées et les opinions émises dans cette publication sont sous l'unique responsabilité des auteurs et ne représentent pas les positions du CIRANO ou de ses partenaires. *The observations and viewpoints expressed in this publication are the sole responsibility of the authors; they do not represent the positions of CIRANO or its partners.*

Mise en place des pratiques agroenvironnementales : caractérisation des efforts déployés par les producteurs québécois et perceptions des consommateurs

Bernard Korai¹, Rémy Lambert²

Avec la collaboration de Wajdi Hellali³ et Stéphanie Sany Kong⁴

Résumé/Abstract

Cette étude se propose d'investiguer les facteurs qui entrent en ligne de compte dans la perception que se font les Québécois de la durabilité de leur agriculture et la façon dont ils se représentent la responsabilité des différents acteurs du secteur agricole dans la gestion des enjeux de durabilité jugés prioritaires. Sur la base des résultats des enquêtes qualitative et quantitative menées, certaines pistes de réflexion sont suggérées afin de mieux concilier les pratiques des acteurs agricoles avec les attentes sociétales des citoyens en termes de durabilité.

This study aims to investigate the factors that influence Quebecers' perceptions of the sustainability of their agriculture and how they view the responsibility of the various stakeholders in the agricultural sector in managing sustainability issues designated as high priority. Based on the results of qualitative and quantitative surveys, certain avenues for reflection are suggested in order to better reconcile the practices of agricultural stakeholders with citizens' societal expectations in terms of sustainability.

Mots-clés/Keywords : Pratiques agroenvironnementales; durabilité de l'agriculture, perceptions et représentations, acteurs du secteur agricole, communication agricole / Agri-environmental practices; agricultural sustainability; citizens' perceptions and representations; agricultural sector stakeholders; agri-communication

Pour citer ce document / To quote this document

Korai, B., Lambert, R., Hellali, W., & Sany Kong, S. (2025). Mise en place des pratiques agroenvironnementales : caractérisation des efforts déployés par les producteurs québécois et perceptions des consommateurs (2025RP-21, Rapports de projets, CIRANO.) <https://doi.org/10.54932/KALZ5828>

¹ Université Laval, Centre de recherche en économie de l'environnement, de l'agroalimentaire, des transports et de l'énergie (CREATE) et CIRANO

² Université Laval, Centre de recherche en économie de l'environnement, de l'agroalimentaire, des transports et de l'énergie (CREATE) et Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation (DEAC)

³ Université Laval, DEAC

⁴ Université Laval, DEAC

Table des matières

Présentation des objectifs du mandat.....	7
Introduction.....	14
Justification de la pertinence de l'étude.....	20
Opinions et perceptions de la durabilité de l'agriculture et des agriculteurs.....	22
Responsabilité des efforts de durabilité à l'échelle des acteurs de la chaîne de valeur.....	23
Littératie agricole et appréciation des efforts agroenvironnementaux des producteurs.....	23
Évaluation de la pertinence des canaux et des émetteurs d'informations portant sur la valorisation des pratiques agroenvironnementales des producteurs.....	23
Attentes relatives au design des informations permettant de faciliter la (re)connaissance des efforts agroenvironnementaux.....	24
Méthodologie de travail.....	26
1. Revue documentaire des initiatives et stratégies éducationnelles de valorisation des efforts des producteurs agricoles.....	27
2. Démarche qualitative auprès des producteurs et citoyens / consommateurs.....	29
2.1. Enquête qualitative auprès des producteurs.....	29
2.2. Enquête qualitative auprès des citoyens/consommateurs.....	31
3. Sondage auprès des consommateurs.....	32
3.1. Ébauche du questionnaire d'enquête.....	33
3.2. Prétest du questionnaire.....	34
3.3. Collecte des données.....	34
Présentation des principaux résultats du projet.....	37
Présentation des résultats de l'enquête.....	38
1. Profil sociodémographique des répondants.....	38
2. Analyse et principaux résultats.....	41
2.1. Perception globale envers l'alimentation.....	42
2.2. Opinions et perceptions de la durabilité de l'agriculture québécoise.....	44
2.2.1. Perceptions de l'agriculture québécoise.....	44
2.2.1.1. L'agriculture et ses représentations chez les répondants.....	44
2.2.1.2. Principales différences entre les perceptions des répondants.....	45
2.2.2. Perceptions des agriculteurs québécois.....	47
2.2.2.1. Les agriculteurs et leurs représentations chez les répondants.....	47
2.2.2.2. Principales différences entre les perceptions des répondants.....	49
2.3. Enjeux de durabilité et préoccupations des répondants.....	51
2.3.1. Niveau de préoccupation associé aux enjeux de durabilité.....	51

2.3.2.	Principales différences entre les niveaux de préoccupation des répondants.....	52
2.4.	Responsabilité et attribution des efforts de durabilité	54
2.4.1.	Perceptions des efforts de durabilité des acteurs agricoles	54
2.4.2.	Perception de la responsabilité des acteurs agricoles quant aux efforts sur les enjeux	56
2.4.3.	Perception de la responsabilité des acteurs agricoles quant à l'éducation du public ..	58
2.5.	Littératie agricole	60
2.5.1.	Niveau de connaissances des enjeux de durabilité.....	60
2.5.2.	Niveau de connaissances des pratiques agroenvironnementales	62
2.5.3.	Niveau de connaissances des efforts agroenvironnementaux des producteurs	63
2.5.4.	Perception de la durabilité des efforts agroenvironnementaux des producteurs....	66
2.6.	Valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs	70
2.6.1.1.	Perception des actions de valorisation les plus efficaces	70
2.6.2.	Évaluation du potentiel de la création d'une certification environnementale	73
2.7.	Pratiques de promotion et de vulgarisation des pratiques agricoles.....	75
2.7.1.	Sources d'informations consultées.....	75
2.7.2.	Fréquentation des différentes sources d'informations	77
2.7.3.	Structure et design des informations	77
	Pistes de réflexion.....	83
1.	Représentations de la profession agricole.....	83
2.	Formation des producteurs agricoles.....	85
3.	Mutualisation des efforts de communication	86
4.	Mise en place d'outils politiques de promotion des pratiques agricoles durables.....	87
5.	Remodelage de l'architecture informelle des canaux gouvernementaux	90
	Conclusion	92
	Bibliographie.....	95
	Annexe.....	100

Liste des figures

Figure 1: Perception de l'agriculture québécoise	45
Figure 2: Perceptions à l'égard des agriculteurs québécois	49
Figure 3 : Niveau de préoccupation pour chacun des enjeux de durabilité du secteur agricole québécois	52
Figure 4 : Perception des efforts des acteurs agricoles sur les différents enjeux de durabilité	55
Figure 5 : Pourcentage de répondants indiquant les acteurs agricoles comme principaux responsables de l'amélioration des enjeux de durabilité	57
Figure 6 : Niveau de connaissances des enjeux de durabilité du secteur agricole québécois	61
Figure 7 : Niveau de connaissances des pratiques agroenvironnementales des producteurs québécois	63
Figure 8 : Niveau de pertinence des actions de valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois.....	72
Figure 9 : Niveau de pertinence des initiatives de promotion des pratiques et efforts des producteurs agricoles québécois.....	79

Liste des tableaux

Tableau 1 : Caractéristiques sociodémographiques des répondants à l'étude	41
Tableau 2 : Niveau de connaissances des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois	65
Tableau 3 : Perception du niveau de durabilité des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois.....	69

Présentation des objectifs du mandat

La (re)connaissance et la valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs agricoles constituent un enjeu important ces dernières années si l'on se fie, par exemple, au matraquage médiatique récent qu'ont connu les vives mobilisations sociales du monde paysan à travers l'Europe (France, Belgique, Allemagne, Roumanie, Pologne, etc.).

Au Québec, même si cet enjeu ne s'exprime pas avec la même virulence, force est d'admettre qu'il occupe tout de même l'espace public dans un contexte où les attentes sociétales et l'exigence d'exemplarité vis-à-vis des producteurs québécois sont de plus en plus élevées. La littérature encore embryonnaire qui traite de la problématique de la valorisation de la profession agricole au Québec laisse transparaître de nombreux défis économiques, sociaux et psychologiques. À cela s'ajoutent les récriminations incessantes des producteurs à propos du fait qu'ils doivent porter seuls sur leurs épaules la responsabilité des externalités négatives d'une production agricole qu'ils déploient pourtant pour le bien de tous.

C'est justement pour contrer cette perception d'abandon collectif que le Plan d'agriculture durable (PAD) a misé sur la création d'un programme de rétribution visant, par l'octroi de subventions d'urgence, à dédommager les producteurs agricoles pour les efforts agroenvironnementaux qu'ils consentent sur leurs fermes. En plus d'être perçue comme salubre, cette initiative a aussi permis de comprendre qu'au-delà de l'incitatif économique, la quête de reconnaissance des producteurs auprès du public s'inscrit dans une complexité qui invite à tenir compte de trajectoires d'analyse multiples (professionnelle, sociale, familiale, etc.). Celles qui sont examinées dans la présente étude tiennent compte en particulier des perceptions, des imaginaires et des représentations des citoyens/consommateurs à l'égard des producteurs québécois, des conditions d'exercice de leur profession, des pratiques agricoles qu'ils adoptent, des efforts agroenvironnementaux qu'ils consentent, de la littérature associée à ces efforts et pratiques ainsi que des conditions sous-jacentes à leur valorisation auprès du grand public.

Afin d'élucider ces dynamiques d'analyse, cette étude vise à comprendre les déterminants psychosociaux qui président à la construction, à l'interprétation et à la promotion des informations produites autour des efforts agroenvironnementaux des producteurs. Plus spécifiquement, elle permettra :

- **Identifier et caractériser, à partir d'une étude documentaire et qualitative, les pratiques agroenvironnementales** mises en place par les producteurs québécois ainsi que les efforts sous-jacents;
- **Analyser, à partir d'un échantillon représentatif de la population québécoise, les perceptions et représentations des consommateurs/citoyens** à l'égard, d'une part, de la

durabilité de ces pratiques et, d'autre part, des enjeux autour desquels elles se construisent. Plus spécifiquement, il s'agira d'évaluer le niveau de littératie agricole du public vis-à-vis de ces pratiques et enjeux ainsi que d'analyser les itinéraires informationnels, les initiatives et les stratégies de valorisation à partir desquels le public pourrait s'approprier plus efficacement les efforts de durabilité découlant de l'adoption de ces pratiques par les producteurs québécois.

Compte tenu de l'importance stratégique que pourrait revêtir ce projet pour l'action gouvernementale, notamment pour l'identification des axes et leviers susceptibles de favoriser une meilleure reconnaissance des efforts des producteurs, la réalisation de l'objectif global du mandat a été déclinée en livrables d'étapes permettant de structurer la démarche méthodologique de travail et de mesurer l'avancement progressif des réflexions sur la question.

Ainsi, trois livrables principaux, correspondant aux deux objectifs spécifiques du mandat, ont été définis pour le projet :

- **Une revue documentaire** servant à repérer, dans la littérature existante, des exemples d'initiatives et de stratégies déployées ailleurs dans le monde pour valoriser les efforts des producteurs agricoles. Cet inventaire a permis de recenser un certain nombre d'approches de communication susceptibles d'être utilisées dans le contexte du Québec pour la promotion et la vulgarisation des efforts des producteurs agricoles. La finalité de cela était de sonder le public sur la pertinence de chacune de ces initiatives afin de déterminer celles qui seraient potentiellement les plus à même de répondre aux attentes informationnelles des Québécois (objectif spécifique 1);
- **Une étude qualitative en deux phases distinctes.** La première visait à documenter, par le biais d'une enquête à questions ouvertes auprès des producteurs agricoles du Québec, les efforts que ceux-ci déploient à la ferme afin de soutenir la mise en œuvre des pratiques agroenvironnementales, et la seconde a permis d'affiner davantage la compréhension des efforts identifiés au moyen d'entrevues qualitatives avec quelques producteurs (entretiens individuels) et consommateurs (entretiens de groupe) (objectif spécifique 1);
- **Une étude quantitative (par sondage)** réalisée auprès d'un échantillon représentatif de consommateurs québécois avait pour but de sonder leurs perceptions, représentations, connaissances et attentes informationnelles à l'égard de ces pratiques et efforts agroenvironnementaux et des modalités de leur valorisation (objectif spécifique 2).

La revue documentaire, l'enquête et les entrevues qualitatives ainsi que le sondage quantitatif auprès des consommateurs ont permis de faire des constatations pertinentes sur la manière dont les citoyens/consommateurs perçoivent les pratiques et efforts de durabilité déployés par les producteurs québécois, leurs attentes par rapport à ceux-ci et la façon dont ils souhaitent que ces pratiques et efforts soient publiquement promus.

Les principaux résultats de nos analyses montrent ce qui suit :

- L'agriculture québécoise et ses acteurs, les agriculteurs, jouissent d'une bonne réputation auprès des Québécois.
 Toutefois, cette perception pourrait s'améliorer si les efforts de durabilité déployés ces dernières années, en particulier sur le plan environnemental, étaient davantage promus auprès du public. En effet, les critiques les plus dures des répondants proviennent principalement des associations relativement fortes qu'ils font entre l'agriculture québécoise (et des agriculteurs) et les sources des problèmes environnementaux et sanitaires importants de la province.
- Les Québécois sont très sensibles aux principaux enjeux de durabilité qui caractérisent le secteur agricole (salubrité des aliments, achat local, contamination des sols et des eaux, qualité et valeur nutritive des aliments, etc.). En revanche, le fait que cette sensibilité soit nettement plus importante pour les enjeux situés en amont de la chaîne de valeur (salubrité des aliments, contamination des sols et des eaux, santé et bien-être des animaux, etc.) laisse supposer que, dans leur imaginaire, les Québécois conçoivent la durabilité comme une préoccupation relevant essentiellement de la production, bien qu'elle puisse se décliner également aux autres maillons de la chaîne de valeur. Il apparaît donc nécessaire de travailler à développer une vision plus holistique (et non en silo) du concept en indiquant au grand public la manière dont les différents enjeux de durabilité pourraient se décliner et s'opérationnaliser concrètement aux stades de la transformation, de la distribution et de la consommation afin d'améliorer l'appropriation de ces enjeux par le public et l'ensemble des acteurs du secteur agricole.
- Pour plusieurs des enjeux considérés comme d'intérêt (la relève agricole, le prix des intrants, l'inflation, la contamination des sols et des eaux, etc.), les Québécois ne perçoivent pas réellement que les efforts de durabilité importants entrepris par les acteurs du secteur agricole. Cela implique de mieux visibiliser les accomplissements des différents acteurs sur chacun des enjeux afin d'aider le grand public à mieux jauger l'ampleur des actions entreprises pour rendre l'agriculture québécoise plus soutenable.
- Les producteurs et le gouvernement sont perçus par les Québécois comme les principaux responsables des actions à mettre en œuvre pour améliorer la durabilité de l'agriculture québécoise. Le fait que, pour la plupart des enjeux de durabilité, la responsabilité des autres acteurs de la chaîne de valeur soit perçue comme minime ou secondaire met en évidence la difficulté qu'éprouve le grand public à appréhender la participation des autres acteurs intermédiaires et finaux aux différents enjeux de durabilité. En prenant le cas de la relève agricole, on observe que cet enjeu est davantage perçu comme relevant prioritairement des producteurs. Or, il pourrait aussi concerner les citoyens eux-mêmes en leur montrant (notamment les jeunes), par exemple, de quelle manière leurs choix de carrières pour des métiers orientés vers le secteur agricole permettraient de pérenniser la relève agricole au Québec. Ainsi, pour chacun des enjeux de durabilité, il serait important de montrer que la responsabilité des actions est susceptible de se décliner aux différents maillons de la chaîne de valeur (y compris la responsabilité des citoyens eux-mêmes) afin de permettre au public de mieux percevoir la complexité et le caractère systémique inhérents à la mise en œuvre du concept de durabilité dans le secteur agricole (p. ex. la salubrité des aliments dépend non seulement des producteurs, mais également, à divers degrés, des transformateurs, des détaillants et des consommateurs).
- Les Québécois ont un niveau de littératie agricole relativement faible, qui se traduit par un déficit de connaissances, notamment sur les enjeux de durabilité, les pratiques agricoles

adoptées par les producteurs et les efforts agroenvironnementaux sous-jacents à ces pratiques. Il apparaît plus que nécessaire de mettre en œuvre des interventions communicationnelles favorisant une meilleure vulgarisation des réalités agricoles auprès du grand public.

- Celles-ci devront employer des approches informationnelles moins techniques et abstraites qui permettront surtout aux citoyens de traduire les avancées en matière de durabilité en retombées et bénéfiques tangibles sur leur quotidien (p. ex. l'adoption par les producteurs de pratiques de conservation des sols améliore la fertilité et le rendement de ceux-ci, ce qui pourrait contribuer à faire baisser le prix des aliments et à réduire, dans certains cas, l'usage d'engrais chimiques).
- Les jeunes Québécois (18-34 ans) et les résidents des régions métropolitaines sont les cibles prioritaires que devront viser les interventions éducationnelles en raison de leur littératie agricole plus faible que la moyenne de la population et de leur niveau de scepticisme élevé quant aux efforts environnementaux déployés par l'agriculture et les agriculteurs québécois. Cela passe non seulement par de la communication traditionnelle à travers la vulgarisation de connaissances théoriques sur la réalité de l'adoption des pratiques agricoles à la ferme, mais surtout par le recours à un design de l'information plus innovant et mieux adapté aux besoins et caractéristiques de ces cibles. Celui-ci devra être plus engageant, interactif et expérientiel, et recourir à des indicateurs concrets permettant un rapprochement entre le citoyen et la campagne.
- En raison de leur éloignement et de leur méconnaissance des réalités de la ferme, les Québécois ont de la difficulté à apprécier objectivement l'importance des sacrifices supplémentaires que les producteurs agricoles consentent réellement (par rapport à leurs efforts habituels sur la ferme) pour adopter des pratiques agroenvironnementales. Ce manque de repères contribue à la croyance erronée que ces efforts agroenvironnementaux, malgré leur ampleur, sont minimaux. Il serait donc important de fournir aux citoyens des bases de comparaison objectives qui leur permettraient de mieux apprécier le surplus d'efforts requis des producteurs pour mettre en œuvre des pratiques durables. Par exemple, on pourrait montrer la charge administrative supplémentaire induite par l'adoption de pratiques durables à la ferme par comparaison avec la charge de travail perçue comme habituelle pour le producteur.
- Les Québécois trouvent qu'il serait pertinent d'instaurer un label environnemental afin de mettre en lumière les producteurs qui déploient des pratiques et des efforts vertueux pour l'environnement. Toutefois, pour que cette approche de valorisation soit efficace, ils jugent indispensable qu'elle soit soutenue par le MAPAQ, que les audits des producteurs certifiés soient systématiques, réguliers et conduits par des évaluateurs indépendants, et que les consommateurs aient accès aux cahiers de charge de la certification ainsi qu'à des indicateurs de durabilité clairs (seuil d'utilisation de pesticides, quantité d'eau, d'énergie, etc.), compréhensibles et facilement vérifiables.
- L'attention des Québécois est très fragmentée entre les multiples sources d'informations qu'ils consultent pour se renseigner sur les pratiques agricoles des producteurs. Les émissions de télé, le bouche-à-oreille, la presse écrite, les marchés locaux de proximité, les producteurs agricoles du Québec et les réseaux sociaux constituent les plateformes dominantes.

Le taux de fréquentation (moins de 20 %) relativement faible de ces sources met en évidence certains enjeux importants, notamment la difficulté d'y trouver une information

complète, crédible, utilisable et adaptée à ses besoins. Pour répondre à ces contraintes, il faudra repenser le design des canaux d'informations afin de mieux les adapter aux attentes des citoyens désireux d'obtenir des communications directes et engageantes, qui privilégient des approches plus interactives, visuelles et synthétiques (p. ex. les activités de partage d'expériences à la ferme, les rapports d'enquête synthétiques sur l'état annuel de l'agriculture ou les émissions de télé sur l'agriculture) pour promouvoir les pratiques et efforts agroenvironnementaux des producteurs.

Ces constatations font émerger un ensemble de pistes de réflexion, qui sont présentées succinctement ci-dessous et détaillées davantage dans la section « Pistes de réflexion » du présent rapport :

REPRÉSENTATIONS DE LA PROFESSION AGRICOLE

- **La mise en perspective d'un discours promouvant le caractère hautement altruiste du choix de la carrière agricole.** Celui-ci se focaliserait sur un spectre de représentations associées au rôle de l'agriculteur dans la société québécoise : nourrir les populations; être le garant de leur santé, de leur bien-être (physique, psychologique et spirituel) et de leur productivité; être le dépositaire des savoirs et traditions culinaires ainsi que de leur transmission intergénérationnelle; et être l'ambassadeur de pratiques agricoles vertueuses qui font rayonner le Québec agricole à travers le monde.
- **Le recours à des indicateurs concrets permettant aux citoyens/consommateurs de jauger les retombées tangibles et directes** de l'agriculture et des agriculteurs pour la société québécoise (nombre d'emplois créés dans les régions; incidence sur l'attractivité touristique des régions; nombre de vocations entrepreneuriales suscitées par le secteur; part de l'agriculture dans les autres secteurs économiques; nombre de personnes dont le revenu dépend directement ou indirectement de l'agriculture; nombre de nouveaux métiers créés par l'agriculture; apport de l'agriculture à la création de richesses dans d'autres secteurs, comme ceux des banques, de l'assurance et du transport; contribution de l'agriculture à l'inclusivité de la société québécoise, etc.).
- **Le recours à une communication positive mettant en avant la « normalité » de la vie des agriculteurs.** Cette communication devra rappeler au public que les agriculteurs demeurent des citoyens, qui ont les mêmes trajectoires de vie que les autres. Leur quotidien n'est pas que jalonné d'épreuves et de défis continuels, comme cela est couramment véhiculé dans l'imaginaire médiatique. Il peut s'agir de témoignages d'agriculteurs et de leurs familles s'exprimant sur leurs loisirs, leurs expériences de vie ainsi que les plaisirs associés aux routines à la ferme. C'est aussi l'occasion de montrer qu'ils sont en phase avec l'évolution de la société québécoise moderne : ils sont plus connectés, ouverts à l'innovation et aux technologies, plus jeunes, plus scolarisés et mieux sensibilisés aux enjeux de durabilité et à la conciliation famille-travail.

FORMATION DES PRODUCTEURS AGRICOLES

- **La formation des agriculteurs aux rudiments de la communication agricole** afin de leur permettre de vulgariser eux-mêmes auprès du public leur réalité (sur leurs fermes et en dehors) et l'éventail de fonctions rattachées à leur métier (producteur, gestionnaire, mécanicien, conseiller, commercial, technicien, paysagiste, etc.).
- **La mise en place d'un programme Agri-communication** permettant d'accorder des subventions de formation aux producteurs qui adoptent des pratiques durables et désireux de vulgariser leurs acquis environnementaux auprès de la population (au moyen, par exemple, d'activités d'échanges directs à la ferme).

MUTUALISATION DES EFFORTS DE COMMUNICATION

- **L'adoption d'une logique de communication plus prospective** (et moins réactive) permettant aux associations de producteurs de répondre de manière plus anticipée aux débats sociaux et d'être mieux outillées pour répondre aux inquiétudes, doutes et autres questionnements du public.
- **La création d'une agence exclusivement consacrée à la conception, à la production et à l'exécution du contenu communicationnel des agriculteurs.** Celle-ci parlerait d'une seule voix au grand public et aux autres intervenants du secteur agricole concernant des controverses qui présentent un risque élevé de mésinformation, de malinformation et de désinformation pour les producteurs. Cette entité se chargerait aussi de la réalisation d'outils promotionnels et didactiques destinés aux producteurs et favorisant la vulgarisation de leurs pratiques et efforts auprès des visiteurs de leurs fermes.

OUTILS POLITIQUES DE PROMOTION DES PRATIQUES AGRICOLES

- **L'élaboration d'une stratégie québécoise qui favoriserait des choix alimentaires durables.** Celle-ci serait, par exemple, bâtie autour de la valorisation des productions agricoles orientées sur l'adoption de pratiques environnementalement vertueuses, le but étant de leur donner de la visibilité et d'accroître leur notoriété dans l'espace public. Les pratiques agroenvironnementales à prioriser au départ pourraient être celles définies dans le Plan d'agriculture durable. Une primauté d'approvisionnement dans les établissements publics assortie de mesures d'écoconditionnalité pourrait être accordée pour favoriser ces exploitations agricoles discriminantes.
- **La création d'une sous-signature destinée aux productions présentant une valeur ajoutée environnementale.** Celle-ci pourrait éventuellement s'arrimer au statut bien établi de la certification « Aliments du Québec » ou encore à « Produit du Québec » en créant une catégorie alimentaire spécifique qui ciblerait uniquement les produits alimentaires issus d'exploitations agricoles durables. Toutefois, des démarches plus approfondies devraient être entreprises avec les responsables du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) afin d'évaluer la faisabilité de cette avenue en regard de la loi sur les Appellations réservées et les termes valorisants du Québec.

ARCHITECTURE INFORMATIONNELLE DES CANAUX GOUVERNEMENTAUX

- **La déclinaison des enjeux de durabilité en thématiques principales d'actions associées à des objectifs gouvernementaux (principaux et secondaires)** afin de faciliter leur compréhension et leur appropriation par les citoyens. Cette déclinaison pourrait être une approche de présentation commune à toutes les plateformes de communication gouvernementale produisant de l'information destinée au public. Les actions mises en œuvre pour chaque enjeu pourraient être catégorisées selon trois niveaux d'accomplissement (Réalisé/finalisé, Avancé et Démarré) qui permettraient au public de jauger objectivement les points réalisés pour chacun des enjeux et de mieux apprécier les acquis environnementaux du secteur agricole.
- **La déclinaison des mêmes thématiques, objectifs et indicateurs de progression en fonction des différents acteurs du secteur agricole** afin, d'une part, de permettre au public d'avoir une vision systémique de la durabilité dans la chaîne de valeur et, d'autre part, de se faire une idée plus précise de la chaîne de responsabilités entre les acteurs (producteurs, transformateurs, détaillants, consommateurs) pour chacun des enjeux.

Introduction

Le Québec, à l'instar de nombreux autres pays développés (France, Allemagne, Australie, etc.), fait face à d'importants changements de son paysage bioalimentaire qui sont induits, entre autres, par la montée des exigences des citoyens et consommateurs à l'égard de la responsabilité environnementale et sociale de la chaîne de valeur bioalimentaire. Cette volonté de transformation se traduit notamment par le déferlement récent de critiques à l'encontre de pratiques telles que l'utilisation des pesticides, les OGM, la surconsommation de produits carnés ou la maltraitance animale.

De nombreuses études récurrentes et concordantes font justement état d'une disposition des consommateurs à payer un prix plus élevé pour des produits et expériences bioalimentaires cristallisant des valeurs pro-environnementales et/ou sociales (Ferretti, Petkeviciute & Zolin, 2023; Fuller *et al.*, 2022 ; Petrontino *et al.*, 2024; Traoré, Tamini & Korai, 2023). Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) s'est même fait le porte-voix des récriminations et attentes sociétales des citoyens québécois en instaurant, par souci d'exemplarité, un guide des « bonnes pratiques environnementales » afin de faciliter une cohabitation harmonieuse entre les communautés rurales (et périurbaines) et les agriculteurs (Brisson, Richardson & Gagné, 2010).

Dans la même veine, une littérature scientifique et grise relativement abondante s'est constituée, ces dernières années, autour des bénéfices économiques, sociaux et environnementaux associés au passage à une agriculture durable (Akanmu *et al.*, 2023; Brevault et Clouvel, 2019; Garrett *et al.*, 2022; Nyanga *et al.*, 2020). Il est, par exemple, rapporté que l'adoption de pratiques responsables en agriculture contribue à assurer la compétitivité et la longévité des entreprises agricoles tout en favorisant la protection de la santé et de la sécurité des populations ainsi que la conservation de la biodiversité (PAD; gouvernement du Québec, 2022).

Il n'est donc pas surprenant que, depuis quelques années, le gouvernement du Québec, par le biais de ses institutions faitières (MAPAQ, MELCCFP, etc.), se soit investi dans une série d'actions et d'initiatives publiques visant à mieux « verdier » son agriculture et à répondre, par la même occasion, aux défis mondiaux que pose aujourd'hui le développement durable.

Aux yeux de nombreux experts, l'adoption et la mise en œuvre récentes du Plan d'agriculture durable (PAD 2020-2030) constituent l'un des points culminants de ces efforts institutionnels au regard notamment des objectifs et de l'ampleur de l'enveloppe budgétaire consacrée à la réalisation des différents axes stratégiques. Bien qu'il soit de portée inclusive, le PAD fait tout de même la part belle aux producteurs agricoles. En effet, le plan prévoit 70 millions de dollars pour la rétribution de leurs efforts agroenvironnementaux, sans compter d'autres montants

additionnels consacrés au développement des connaissances, à la formation, à l'accompagnement et au transfert des compétences. Ces appuis financiers et techniques s'inscrivent dans le sillage d'initiatives, de programmes, d'outils et de ressources déjà mis à leur disposition, par le passé, en vue de soutenir leur élan agroenvironnemental (Lévesque *et al.*, 2021; Zaga-Mendez *et al.*, 2020).

Toutes ces aides sont conséquentes à la vision selon laquelle les producteurs agricoles constituent le véritable fer de lance d'un déploiement réussi des ambitions agroenvironnementales au cœur de l'agriculture québécoise. Après plusieurs années d'accompagnement et de soutien de la part des pouvoirs publics, on note qu'il existe encore, malgré des taux d'adoption actuels satisfaisants (MAPAQ, 2015), une marge de progression possible pour assurer une pénétration optimale et naturelle des pratiques agricoles durables à l'échelle des filières bioalimentaires québécoises. En effet, selon l'enquête menée par le MAPAQ en 2015, près de 47 % des producteurs adoptants de pratiques agroenvironnementales (PA) ont affirmé les avoir appliquées uniquement par obligation réglementaire (p. ex. des incitatifs financiers). Par ailleurs, seulement le tiers de ces adoptants ont manifesté une intention d'adopter de nouvelles PA à l'avenir. Ces statistiques semblent symptomatiques en partie de l'apathie qu'éprouve (ou commence à éprouver) une partie des agriculteurs vis-à-vis des vertus génératives (sociales et environnementales) traditionnellement associées à l'adoption de ces pratiques durables.

Plusieurs facteurs freinent l'adoption volontaire de PA (ex. manque de connaissances, temps, risques perçus, etc.). Bien que les coûts semblent constituer l'un des facteurs importants⁵, selon certaines études, cette distanciation pourrait aussi trouver son origine dans le faible niveau de reconnaissance, par le public, des efforts agroenvironnementaux consentis par les producteurs (Lafleur, 2021; Marchand, 2009; Mundler et Laughrea, 2015; Rousseau, 2010). Bien qu'empiriquement il n'existe pas d'études ayant véritablement quantifié l'importance de ce problème de reconnaissance par rapport aux autres facteurs, son évocation récurrente dans le discours public des producteurs et de leurs associations respectives ces dernières années semble donner une force prescriptive à sa primauté comme enjeu d'intérêt⁶. Soulignons que, déjà il y a quelques années, Lafleur et Allard (2006) observaient que 53,7 % des producteurs de volailles, 61,4 % des producteurs de lait, 73,5 % des producteurs de porcs et plusieurs producteurs de grandes cultures rencontrés lors d'échanges déploraient le manque de reconnaissance de leur profession.

⁵ Tamini *et al.* (2012) montrent effectivement un lien entre les performances techniques et environnementales.

⁶ <https://www.latribune.ca/2022/01/22/le-manque-de-reconnaissance-un-poids-pour-les-agriculteurs-942d38ff0ca5fd17543d662ebb0dd771/> (consulté le 13 janvier 2025)

Dans un mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries, de l'énergie et des ressources naturelles (2019), l'Union des producteurs agricoles (UPA) faisait aussi état de ce même enjeu, qui freine considérablement l'élan volontariste des agriculteurs à adopter les PA. On y apprend, par exemple, que plusieurs producteurs agricoles font l'achat d'équipements spécialisés en vue de réduire l'utilisation des pesticides au champ, installent des filets d'exclusion pour protéger leurs cultures des insectes et des aléas climatiques ou encore s'assurent que leurs parcelles sont couvertes par des cultures de couvertures pour enrichir la biodiversité du sol et réduire l'érosion hydrique et éolienne.

Toutes ces pratiques engendrent très souvent des coûts financiers, biologiques, physiques, logistiques, psychologiques et émotionnels, qui sont généralement supportés par les producteurs et pas nécessairement connus ou valorisés par les consommateurs/citoyens. À titre d'exemple, une étude canadienne réalisée en 2020 montrait justement que la majorité de ces efforts déployés à la ferme étaient réalisés dans un contexte de fort stress émotionnel, de pressions économiques, administratives et médiatiques et d'isolement social (Jones-Bitton *et al.*, 2020) entraînant un taux de suicide plus élevé chez les exploitants agricoles que dans la population générale (Doutreligne, 2023; Lévesque *et al.*, 2021). Au Québec, Lafleur et Allard (2006) interpellaient déjà l'opinion publique sur le niveau élevé de détresse psychologique des agriculteurs et leur tendance chronique aux idéations suicidaires du fait qu'ils s'auto-identifient aux difficultés que vivent leurs fermes (« ma ferme, c'est moi »).

De leur côté, les consommateurs/citoyens semblent renvoyer la responsabilité de ce manque de valorisation aux producteurs eux-mêmes. En effet, une étude d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (2022) met justement en évidence le faible niveau de littératie agricole des consommateurs/citoyens. Une grande majorité des répondants interrogés ont été, d'ailleurs, incapables de nommer (sans aide) les pratiques agricoles qui sont environnementalement durables. Selon ces consommateurs/citoyens, ce déficit de connaissances est directement attribuable aux producteurs agricoles, qu'ils considèrent comme le principal canal de diffusion censé leur fournir de l'information claire et objective sur les processus et pratiques agricoles durables déployés à la ferme (CCIA, 2019).

À défaut de certitudes probantes, plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour répondre au problème de la valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs. D'une part, il est probable que le problème réside dans l'inexistence ou l'insuffisance d'informations disponibles à la ferme et portant sur l'adoption des différentes PA par les producteurs. Dans ce cas, il serait pertinent, par exemple, d'identifier les pratiques mises en place, de caractériser les efforts (financiers, logistiques, agronomiques, environnementaux, sociaux, etc.) consentis par les producteurs adoptants de PA qui vont au-delà des exigences réglementaires et qui permettent des gains importants en matière de durabilité. D'autre part, il est aussi probable que les informations portant sur la vulgarisation de ces efforts ne conviennent pas aux attentes/besoins informationnels (p. ex. qu'est-ce que les consommateurs considèrent

réellement comme des efforts agroenvironnementaux?), aux signaux attentionnels (p. ex. les certifications valorisant ces efforts), aux croyances et aux autres représentations psychosociales que les consommateurs/citoyens se font de ces PA. Selon cette perspective, il serait opportun de connaître leurs perceptions et biais et la manière dont ceux-ci affectent le traitement cognitif des informations portant sur les PA et sur les efforts agroenvironnementaux qui en découlent. Finalement, il se peut que les consommateurs soient insatisfaits de la performance environnementale de l'agriculture québécoise et qu'ils considèrent (à tort ou à raison) que les agriculteurs n'ont pas consenti suffisamment d'efforts pour rendre l'agriculture québécoise beaucoup moins polluante que par le passé. Dans ce cas, il s'agira de comprendre les raisons de cette insatisfaction, d'en évaluer la légitimité au regard, d'une part, des réalités objectives qui conditionnent l'adoption des pratiques agroenvironnementales à la ferme et, d'autre part, de la complexité d'établir précisément la responsabilité des divers acteurs (gouvernement, producteurs, détaillants, transformateurs, etc.) impliqués dans la mise en œuvre de la durabilité dans la chaîne de valeur.

À l'heure de la relance économique, où les citoyens et consommateurs sont perçus comme un pilier essentiel de la politique bioalimentaire du Québec, il est impératif de sonder l'ensemble des déterminants psychosociaux qui président à la construction, à l'interprétation et à la promotion des informations produites autour des efforts agroenvironnementaux des producteurs. Cela permettra d'en accroître l'acceptabilité et la valorisation économique (disposition à payer supérieure) et sociale (amélioration de l'image perçue des producteurs et de leurs pratiques) auprès des consommateurs/citoyens (Larbi-Youcef, 2017).

Le but de la présente étude est justement de conduire une réflexion globale qui permettrait de mettre en lumière le niveau de connaissances réel des consommateurs/citoyens par rapport à l'application de certaines PA et de dégager, par la même occasion, les conditions sous lesquelles ces pratiques pourraient être mieux vulgarisées et valorisées. Pour atteindre cette finalité, deux sous-objectifs distincts ont été établis.

D'une part, identifier et caractériser les différentes PA mises en place par les producteurs agricoles (sous-objectif 1) et, d'autre part, comprendre, par le biais d'une enquête, les perceptions et croyances des consommateurs/citoyens à l'égard de ces pratiques (sous-objectif 2). Plus précisément, l'exercice d'identification et de caractérisation des PA devrait permettre de recenser les principales pratiques adoptées par les producteurs à la ferme, qui sont également congruentes aux priorités du PAD 2020-2030 (i). Aussi, pour chacune des PA identifiées, il s'agira de documenter l'ensemble des efforts déployés par les producteurs pour leur mise en œuvre tant au niveau parcellaire (à la ferme) que supra-parcellaire (hors ferme) (ii).

En ce qui concerne l'étude des perceptions, elle devrait permettre de sonder le niveau de littératie agricole des consommateurs/citoyens à l'égard des PA et de la durabilité du secteur

agricole québécois en général (c.-à-d. jauger leurs connaissances en la matière et leur capacité à pouvoir opérationnaliser celles-ci concrètement dans leur prise de décision) (i), leurs besoins et attentes informationnels sur ces enjeux (ii), leurs préférences en matière de canaux de vulgarisation et de promotion des informations produites autour de ces PA (iii) ainsi que les conditions (p. ex. des critères) sous lesquelles ils seraient prêts à valoriser ces pratiques et les efforts qui les sous-tendent (iv).

Le présent rapport, structuré en quatre parties principales, vise à documenter la démarche globale de réflexion ayant prévalu à la réalisation de ces différents objectifs.

Concrètement, la première partie sera consacrée à situer la pertinence de l'enjeu de promotion et de valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs en établissant, par la même occasion, des axes clés de réflexion autour desquels pourra se construire l'intervention gouvernementale.

La présentation de la méthodologie globale de travail fait l'objet de la deuxième partie du rapport. Celle-ci se décline à travers la réalisation : (i) d'une étude documentaire ayant permis de repérer, dans la littérature existante, des exemples d'initiatives et de stratégies mobilisées pour la valorisation des efforts des producteurs agricoles; (ii) d'un sondage auprès des producteurs agricoles du Québec afin de documenter les efforts qu'ils déploient à la ferme pour soutenir la mise en œuvre des PA; (iii) d'entrevues qualitatives avec quelques producteurs et consommateurs afin d'affiner davantage la compréhension de ces efforts; et (iv) d'une enquête quantitative auprès d'un échantillon représentatif de citoyens/consommateurs québécois dont le but est de sonder leurs perceptions, représentations, connaissances et attentes informationnelles à l'égard de ces PA et de leur valorisation.

La troisième partie est consacrée à la présentation des différents résultats découlant des deux objectifs principaux de l'étude. Ainsi, seront présentés successivement : (i) une synthèse des efforts agroenvironnementaux considérés par les producteurs comme étant les plus importants dans l'adoption de pratiques durables à la ferme; et (ii) les tendances profondes du comportement des consommateurs/citoyens québécois relativement aux enjeux tels que leur niveau de littératie agricole en matière de durabilité et leurs perceptions, besoins et attentes informationnelles à l'égard de la promotion et de la valorisation des PA.

Finalement, sur la base des résultats présentés, la dernière partie sera consacrée à la formulation d'un ensemble de pistes de réflexion visant à aider les décideurs et les autres acteurs du secteur bioalimentaire à mieux orienter les stratégies de vulgarisation et de reconnaissance des efforts des producteurs auprès du grand public.

Justification de la pertinence de l'étude

Justification de la pertinence de l'étude

L'intensification de l'agriculture face à l'exigence croissante de modernité technologique, la mondialisation des marchés et l'urbanisation galopante des villes et campagnes constituent autant de facteurs qui ont conduit à un éloignement physique entre les citoyens et les producteurs agricoles, et, par le fait même, à une incapacité de vivre l'expérience concrète des pratiques agricoles à la ferme (Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2022; Government of Alberta, 2019 ; Marchand, 2009; Van Bussel *et al.*, 2022). Cette distanciation géographique a également contribué à alimenter certaines croyances et représentations parfois erronées sur l'utilité et la valeur sociale du métier d'agriculteur. La récurrence de certains scandales reliés aux externalités négatives (nuisances sonores et olfactives, pollution des cours d'eau, cohabitation difficile, etc.) de la production agricole moderne, souvent amplifiés par une inflation médiatique sans précédent, a fortement contribué à élabousser l'image de l'agriculture au Québec (Bouchard-Bastien, 2010; Brisson, Richardson & Gagné, 2009; Sylvestre, 2023).

Les constats du rapport déposé en 2008 par la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAAQ) ont été, à ce propos, très évocateurs et symptomatiques de l'état de crise de l'agriculture québécoise. On y souligne, entre autres, les impacts environnementaux et sociaux néfastes des pratiques agricoles ainsi que les tensions persistantes que l'activité agricole fait peser sur les rapports entre les communautés rurales (et périurbaines) et les agriculteurs. Depuis lors, de nombreuses initiatives lancées conjointement par les décideurs publics et privés et d'autres acteurs de la filière bioalimentaire ont été menées afin d'impulser une trajectoire durable à l'agriculture québécoise. Ces efforts transparaissent dans de nombreuses enquêtes d'opinion, notamment le récent Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments (Marcellis-Warin, Peignier & Gleize, 2023). On y apprend justement que près de 63 % des Québécois considèrent que les pratiques des acteurs de la filière bioalimentaire sont conformes à leurs exigences.

Cette confiance des citoyens envers les acteurs du secteur bioalimentaire ne doit pas occulter le fait que des enjeux spécifiques tels que l'environnement suscitent encore de nombreuses inquiétudes. En effet, selon ce même coup de sonde, 69 % des répondants interrogés se disent fortement interpellés par la question de l'utilisation des pesticides dans le secteur agricole. Ce constat est loin d'être anodin, puisque 40 % de ces répondants ont également exprimé leurs doutes sur la capacité des producteurs agricoles à utiliser les engrais et les pesticides de manière responsable au champ. Se pose alors la question de savoir si les Québécois sont satisfaits de la performance environnementale de l'agriculture québécoise.

Ces dernières années, de nombreuses mesures et incitatifs (politiques, réglementations, subventions, accompagnement, formations, etc.) à l'endroit des producteurs agricoles ont

permis d'obtenir des résultats probants en matière de durabilité. On peut citer, par exemple, l'adoption de pratiques de gestion bénéfiques à l'environnement afin de réduire les émissions de matières polluantes (MAPAQ, 2017); les normes minimales de qualité — réelle et perçue — de l'eau exigées pour les activités de production (Larue *et al.*, 2017); le Plan concerté sur l'agroenvironnement et la cohabitation harmonieuse (Brisson, Richardson & Gagné, 2009); les consultations publiques sur l'implantation des projets porcins (Brisson, Richardson & Gagné, 2009); ou encore le recours aux pratiques de lutte intégrée (PLI) au champ afin de réduire la dépendance aux pesticides (Chouinard *et al.*, 2020).

Toutefois, dans leurs interactions avec le public, les producteurs agricoles peinent encore à communiquer et, surtout, à valoriser efficacement, aux yeux des citoyens/consommateurs, les gains de leurs efforts agroenvironnementaux et les vertus de la mission sociale rattachée à la profession agricole. Déjà en 2006, dans l'une des rares enquêtes sur ce sujet, on apprenait que plus de 50 % des producteurs agricoles interrogés déploraient le manque de reconnaissance sociale du métier d'agriculteur⁷.

À cette difficulté s'ajoutent aussi les questions relatives, d'une part, à la complexité, à l'intelligibilité et à l'abstraction inhérentes au concept de durabilité pour les citoyens/consommateurs, et, d'autre part, à l'asymétrie entre leur connaissance plutôt théorique de ce concept et son opérationnalisation pratique par les agriculteurs sur leur ferme (Fort, Séré de Lanauze & Siadou-Martin, 2024; Goedertier *et al.*, 2024; Sanchez-Bravo *et al.*, 2021). Cela explique d'ailleurs le faible niveau de littératie environnementale des Québécois récemment rapporté dans la littérature scientifique (Saulais et Espougne, 2024).

En effet, les citoyens/consommateurs construisent généralement leurs représentations d'une agriculture durable (fréquemment par le prisme de certaines images véhiculées par les médias ou le bouche-à-oreille) à partir de cadrages extrêmement simplificateurs qui s'avèrent, très souvent, déconnectés des réalités objectives de la mise en œuvre des pratiques agroenvironnementales au champ. À preuve, plusieurs citoyens/consommateurs associent encore systématiquement l'agriculture durable à des pratiques culturelles aseptisées, par exemple, de toutes formes d'intrants chimiques (Charbonneau, 2008; Young *et al.*, 2022). C'est le cas aussi lorsqu'ils se réfèrent à certains signaux d'identification environnementale (p. ex. labels et autres allégations écologiques) sur l'emballage des aliments achetés (Fort, Séré de Lanauze & Siadou-Martin, 2024; Stein et de Lima, 2022).

Or, ce qu'ils n'intègrent pas nécessairement à leur raisonnement (souvent par méconnaissance ou par manque d'informations), c'est qu'une grande partie des efforts consentis par les agriculteurs à la ferme ne sont pas visibles pour le public ou adéquatement promus (Fischer et

⁷ <https://www.ledevoir.com/societe/268167/aimez-vous-les-agriculteurs> (consulté le 13 janvier 2025)

Lyon, 2019; Stein et De Lima, 2022). Aussi, certaines pratiques, bien que globalement durables, exigent des producteurs des compromis considérables pouvant parfois heurter la sensibilité et l'idéal de durabilité des consommateurs/citoyens (Young *et al.*, 2022). C'est le cas notamment des pratiques agricoles ayant recours à une utilisation raisonnée d'intrants de synthèse. Une telle approche est parfois indispensable pour des catégories d'aliments (ex. fruits et légumes) pour lesquelles un seuil insuffisant d'utilisation de pesticides pourrait accroître les risques de défauts esthétiques et de qualité.

Dans le contexte actuel de forte pression médiatique et de montée des normes et exigences sociétales, s'intéresser à la question des imaginaires et représentations du grand public à l'égard de l'agriculture québécoise et de ses acteurs de premier plan constitue une nécessité impérieuse dans la mesure où elle façonne, en grande partie, les opinions et perceptions citoyennes, les attitudes et comportements des différents maillons de la chaîne de valeur ainsi que l'acceptabilité sociale des produits bioalimentaires en général (Gassie *et al.*, 2024). De plus, un survol de la littérature académique et grise permet de constater que la problématique des constructions et représentations symboliques entourant le monde agricole demeure à ce jour le parent pauvre de la production scientifique, de même qu'une des dimensions les moins prises en compte dans les interventions publiques en faveur d'une meilleure durabilité de l'agriculture québécoise. Cela est d'autant plus surprenant quand on connaît la vitalité qui caractérise la recherche agricole au Québec au regard du nombre important de publications produites ces dernières années.

Globalement, les enjeux caractérisant la reconnaissance et la valorisation du travail des producteurs agricoles dans l'espace public québécois peuvent s'organiser en cinq sphères majeures de réflexion⁸ avec, pour chacune d'elles, des exemples de questions sous-jacentes énoncées comme suit :

Opinions et perceptions de la durabilité de l'agriculture et des agriculteurs

- Quelle est la perception globale que les citoyens/consommateurs ont de l'agriculture québécoise, des agriculteurs ainsi que de leurs efforts de durabilité?
- De quel type et de quelle nature sont les informations dont ils disposent pour se représenter la durabilité à la ferme (et dans la chaîne de valeur bioalimentaire)?

⁸ La présentation des résultats de l'enquête auprès des consommateurs est organisée en suivant ces thématiques d'intérêt.

Responsabilité des efforts de durabilité à l'échelle des acteurs de la chaîne de valeur

- Comment les citoyens/consommateurs se représentent-ils le niveau de responsabilité de chacun des acteurs de la chaîne de valeur à l'égard des enjeux de durabilité du secteur agricole?
- Comment perçoivent-ils les efforts entrepris par chacun de ces acteurs pour l'amélioration de la durabilité dans la chaîne de valeur?
- Quels sont les enjeux pour lesquels la responsabilité des producteurs est la plus engagée aux yeux des citoyens/consommateurs?
- Quels sont les enjeux pour lesquels leurs efforts sont perçus comme suffisants par le grand public?

Littératie agricole et appréciation des efforts agroenvironnementaux des producteurs

- Quel est le niveau de connaissances réel des citoyens/consommateurs à l'égard des principaux enjeux de durabilité et des PA adoptées dans les fermes québécoises?
- De quelle manière construisent-ils ces connaissances?
- Comment les citoyens/consommateurs jugent-ils de l'importance des efforts consentis par les producteurs à la ferme? Sur quels critères construisent-ils ces jugements?
- Quelles sont les attentes les plus déterminantes des citoyens/consommateurs à l'égard des PA des producteurs agricoles?
- Comment se représentent-ils le niveau de responsabilité de chacun des acteurs de la chaîne de valeur quant à leur éducation sur les enjeux de durabilité du secteur agricole?

Évaluation de la pertinence des canaux et des émetteurs d'informations portant sur la valorisation des pratiques agroenvironnementales des producteurs

- Quelles sont les sources d'informations utilisées par les citoyens/consommateurs pour se renseigner sur les PA adoptées par les producteurs?
- Quelle est leur appréciation de la praticité, de l'exhaustivité, de la pertinence, de la crédibilité et de l'opérationnalité de ces informations?
- Quelles sont les sources qu'ils perçoivent comme les plus pertinentes pour la diffusion et la valorisation des informations portant sur les PA et les efforts qui y sont rattachés?

Attentes relatives au design des informations permettant de faciliter la (re)connaissance des efforts agroenvironnementaux

- À l'échelle des citoyens/consommateurs, quels sont les indicateurs (label, prix, lieux de vente, etc.) qui pourraient faciliter objectivement la reconnaissance des efforts agroenvironnementaux des producteurs agricoles? De quelle(s) façon(s) les citoyens/consommateurs souhaitent-ils que ces indicateurs soient communiqués?
- Par quels mécanismes informationnels (format et structure de l'information, type et nature de la source d'informations, etc.) les citoyens/consommateurs souhaitent-ils être informés/éduqués quant à la valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs agricoles?
- Quelles sont les attentes des consommateurs vis-à-vis des intermédiaires dans la chaîne de valeur (transformateurs, détaillants, etc.) relativement à la circulation de l'information sur les PA?

Méthodologie de travail

Méthodologie de travail

L'approche méthodologique préconisée pour répondre aux objectifs du mandat se décline en trois étapes principales.

La première étape consiste à réaliser une revue documentaire des initiatives et des stratégies éducationnelles qui sont couramment adoptées dans la littérature afin de valoriser les efforts agroenvironnementaux des producteurs auprès du grand public. Cette analyse exploratoire trouve sa pertinence dans l'absence actuelle, au Québec, d'études ayant traité précisément de cet enjeu ou ayant abordé la question des outils et stratégies communicationnels susceptibles de favoriser la reconnaissance et la valorisation de ces efforts. Les rares tentatives à ce sujet sont de nature plutôt descriptive et davantage portées sur une mise en contexte globale de cette problématique.

La seconde étape, de nature plus qualitative, se fonde sur les deux questions ouvertes administrées en marge du sondage annuel de l'UPA sur le portrait des pratiques d'agriculture durable des fermes du Québec pour faire l'inventaire des efforts que les producteurs agricoles considèrent les plus représentatifs de leur implication dans la mise en œuvre des PA à la ferme. Par la suite, des entrevues individuelles et de groupe, réalisées auprès de quelques producteurs agricoles et consommateurs, servent à affiner la compréhension des efforts recensés et à apprécier leur potentiel de valorisation dans le processus décisionnel des citoyens/consommateurs.

La dernière étape de cette méthodologie de travail part d'une enquête quantitative menée auprès d'un échantillon représentatif de citoyens/consommateurs québécois afin d'évaluer leurs connaissances, croyances, besoins et attentes informationnels relatifs aux efforts agroenvironnementaux et aux PA qui en dépendent. Cela permet de mieux comprendre les facteurs qui favorisent la reconnaissance de ces efforts par le grand public et, éventuellement, les conditions sous lesquelles on peut envisager leur vulgarisation et leur promotion.

La collecte des données primaires (enquêtes qualitative et quantitative) a été effectuée avec l'approbation du Comité plurifacultaire d'éthique à la recherche de l'Université Laval.

1. Revue documentaire des initiatives et stratégies éducationnelles de valorisation des efforts des producteurs agricoles

Au meilleur de nos connaissances, il n'existe pas d'étude empirique québécoise consacrée précisément à la valorisation par les consommateurs/citoyens des PA adoptées par les producteurs à la ferme ainsi qu'aux représentations symboliques qui y sont associées. Le peu de ressources disponibles sur le sujet provient essentiellement de quelques mémoires et rapports (p. ex. Lafleur et Allard, 2006; Marchand, 2009; Solvyns, 2022), articles de recherche (p. ex. Moriceau, Alberio et Van de Velde, 2021) et articles de presse publiés dans des médias à large diffusion (Le Soleil, Le Devoir, etc.) ou des revues spécialisées en agriculture (p. ex. Agricom).

Une analyse sommaire du contenu de ces publications permet de constater que celles-ci n'offrent qu'une compréhension très parcellaire de la question. En effet, la majorité de ces écrits touchent principalement aux vécus professionnel, social, familial et identitaire des agriculteurs ainsi qu'aux facteurs qui concourent au manque de légitimation de leurs efforts par le public. Cependant, les aspects liés aux stratégies et aux bonnes pratiques d'éducation du public à l'égard de cette reconnaissance sont considérablement manquants. Ce constat se justifie, entre autres, par le fait qu'au Québec, la problématique de la valorisation des efforts des producteurs, bien que reconnue implicitement depuis très longtemps, n'a véritablement pénétré le discours public que très récemment.

Afin de pallier ce vide documentaire ambiant, nous avons réalisé une veille additionnelle en intégrant à nos recherches d'autres ressources produites dans des sphères géographiques qui présentent quelques similitudes avec le contexte agricole québécois. Plus précisément, nous avons concentré les recherches sur d'autres provinces canadiennes (p. ex. l'Alberta) et sur certains pays de l'OCDE, comme la France, la Suisse et la Belgique, en raison du fait francophone qu'ils partagent avec le Québec et des mouvements de contestations agricoles largement médiatisés qui ont eu cours dans ces pays en 2024 (particulièrement en France et en Belgique) relativement à cet enjeu de reconnaissance des producteurs quant à l'adoption de règles environnementales. L'UPA s'est aussi grandement inspirée des expériences françaises et belges pour structurer son mouvement de contestation agricole au Québec. Quant à la Suisse, il s'agit d'un cas intéressant pour cette revue documentaire puisque sa politique est fondée sur l'agroenvironnement, qui en est le pilier central. De ce fait, on pourrait s'attendre, dans ce pays, à une inclination plus forte pour la reconnaissance des agriculteurs à travers la mise en œuvre d'approches, de stratégies et d'outils de valorisation auprès du grand public plus élaborés. À ces différents contextes géographiques s'est également ajoutée l'Australie, qui présente l'avantage d'avoir des plateformes (p. ex. AgriFutures) consacrées à la promotion des efforts des producteurs.

Concrètement, cette veille s'est effectuée à travers la consultation d'articles de recherche^{9,10}, de mémoires et thèses^{11,12}, de rapports d'organismes publics et privés¹³ et d'articles issus de la presse générale^{14,15,16} et spécialisée^{17,18,19} ayant abordé, ne serait-ce que minimalement, la perspective du consommateur/citoyen (attentes par rapport à la durabilité de la filière bioalimentaire, perceptions et besoins en informations par rapport aux pratiques agricoles, sources d'informations, etc.). Les connaissances agrégées de toutes ces sources d'informations nous ont permis d'avoir une première idée des dimensions clés autour desquelles pourraient se construire les perceptions et représentations des citoyens/consommateurs à l'égard des PA et des efforts qui en dépendent. Au nombre des dimensions qui ont émergé, on peut citer les perceptions et opinions sur le monde agricole, les enjeux importants du secteur agricole, les connaissances, les canaux et sources d'informations, les habitudes et pratiques de recherche d'informations et les attentes quant au contenu, à la structure et à la présentation des informations.

Par ailleurs, ont été également incluses à cette revue, les initiatives et pratiques éducationnelles utilisées dans d'autres pays industrialisés (plus spécifiquement ceux mentionnés plus haut) afin de sensibiliser le grand public aux réalités de l'adoption des PA et des efforts des producteurs. Plus précisément, la revue a permis d'identifier une liste d'initiatives qui, pour des raisons de facilité de restitution, ont été classées en sept catégories (avec des exemples non exhaustifs) : 1) les initiatives expérientielles (fermes pédagogiques, parcours gourmands, salons et foires, etc.); 2) les initiatives numériques (applications mobiles, sites internet sur l'agriculture, compte YouTube d'agriculteurs, etc.); 3) les initiatives ludiques (bandes dessinées, jeux sur l'agriculture, etc.); 4) les initiatives scientifiques (rapports d'enquête, experts et scientifiques du monde agricole, formations universitaires ouvertes à

⁹ Delanoue, E., Gelin, M., Chouteau, A., *et al.* (2024). Comment améliorer l'attractivité des métiers des filières d'élevage? État des lieux et prospective à l'horizon 2035. *INRAE Productions Animales*, 37(1), 7951-7951. Disponible à <https://productions-animales.org/article/view/7951> (consulté le 1^{er} février 2025)

¹⁰ Bihannic, L., & Michel-Guillou, É. (2011). Développement durable et agriculture durable : sens du concept de « durabilité » à travers la presse régionale et le discours des agriculteurs. *Développement durable et territoires. Économie, géographie, politique, droit, sociologie*, 2(3). Disponible à <https://journals.openedition.org/developpementdurable/9076>

¹¹ Dockès, A. C., Couzy, C., Bousquet, D., Daridan, D., Gallot, S., Magdelaine, P., ... & Chapuy, P. (2007). *Les transformations du métier d'agriculteur : conséquences pour la recherche développement*. Thèse de doctorat, ACTA/MNRT. Disponible à <https://hal.science/hal-01195179/document>

¹² Marchand, A. (2009). *Quête de reconnaissance des agricultrices et des agriculteurs au sein de la ferme familiale*. Thèse de doctorat, Université de Sherbrooke. Disponible à <https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/2597/MR53182.pdf?sequence=1>

¹³ <https://www.bva-xsight.com/wp-content/uploads/2024/05/BVA-Xsight-pour-Parlons-Climat-Representation-agricole-Rapport-detude.pdf> (Rapport d'étude BVA — consulté le 8 février 2024)

¹⁴ <https://www.la-croix.com/France/Les-agriculteurs-quete-reconnaissance-leurs-efforts-2017-05-05-1300844787> (consulté le 12 août 2022)

¹⁵ <https://www.fwa.be/fwa/dossier-trends-tendance-lagriculture-en-quete-de-reconnaissance> (consulté le 12 août 2022)

¹⁶ https://www.bfmtv.com/tech/actualites/reseaux-sociaux/montrez-les-coulisses-sur-internet-les-agri-influenceurs-veulent-redorer-l-image-de-leur-metier_AD-202403010238.html (consulté le 8 février 2025)

¹⁷ <https://www.pleinchamp.com/actualite/les-labels-reconnaissance-de-la-qualite-et-valorisation-du-travail-de-l-exploitant> (consulté le 8 février 2025)

¹⁸ <https://www.sillonbelge.be/6569/article/2020-09-30/reconnaissance-de-lop-les-saveurs-dardenne-une-alternative-credible-pour-amener> (consulté le 8 février 2025)

¹⁹ <https://www.terre-net.fr/agriculture-biologique/article/127531/les-agriculteurs-non-bio-en-quete-de-reconnaissance-de-leurs-efforts> (consulté le 8 février 2025)

tous, etc.); 5) les initiatives médiatiques (émissions télévisées ou radiodiffusées sur l'agriculture, magazines spécialisés, etc.); 6) les initiatives individuelles (grand public, leaders d'opinion, influenceurs, etc.); et 7) les initiatives génériques (dépliants, affiches, etc.).

Les dimensions clés et les initiatives qui ont émergé de cette revue documentaire ont fait l'objet d'une discussion préalable avec quelques experts du MAPAQ chargés des questions d'agriculture durable.

L'objectif était de valider la pertinence des dimensions clés retenues ainsi que les regroupements effectués sur la base des initiatives et pratiques éducationnelles recensées dans la littérature. La liste définitive et validée a été incluse dans le questionnaire d'enquête destiné aux citoyens/consommateurs (étape 3).

2. Démarche qualitative auprès des producteurs et citoyens/consommateurs

Pour rappel, la démarche qualitative s'est opérée en deux étapes. La première étape, davantage axée sur les producteurs, a consisté à soumettre aux répondants deux questions ouvertes dont les résultats ont été, par la suite, affinés par le biais d'entrevues individuelles. La seconde étape, orientée vers les citoyens/consommateurs, a permis de sonder ceux-ci en profondeur dans le cadre de groupes de discussion.

2.1. Enquête qualitative auprès des producteurs

À la faveur de l'élaboration de son portrait annuel des pratiques d'agriculture durable des fermes du Québec et avec la contribution financière du MAPAQ, l'UPA a réalisé une enquête auprès de 3366 producteurs agricoles du 21 juin au 14 octobre 2023. Cette enquête avait pour but de documenter l'état d'adoption des PA à l'échelle provinciale et régionale pour 13 régions et 10 secteurs de production. Profitant de cette occasion de collecte de données, nous avons contacté les représentants de l'UPA afin d'inclure dans le questionnaire d'enquête deux questions ouvertes permettant de répondre aux objectifs spécifiques de notre projet de recherche. Ainsi, après avoir répondu au questionnaire initial de l'UPA et lu le mot de fin et de remerciement, les producteurs étaient exposés à un court message leur présentant notre projet de recherche, ses objectifs ainsi que ses avantages pour la valorisation de leurs efforts agroenvironnementaux. Les producteurs qui souhaitaient participer à notre étude étaient invités à cliquer sur un lien pour être redirigés vers un site externe contenant nos deux questions ouvertes.

Ces questions étaient énoncées de la façon suivante :

Question 1 :

Parmi les pratiques agroenvironnementales (PA) que vous adoptez à la ferme, veuillez identifier celles dont la mise en œuvre vous paraît plus contraignante (p. ex. celles qui nécessitent des efforts et/ou investissements au-delà des exigences réglementaires).

Question 2 :

On souhaite maintenant connaître de manière plus détaillée l'ensemble des efforts que vous exige l'adoption (à la ferme et en dehors de la ferme) de ces pratiques. Vous pourriez, par exemple, indiquer comment ces efforts se traduisent en termes de votre temps de travail, votre logistique à la ferme, votre vie personnelle (famille, amis, interactions sociales), votre bien-être physique (santé) et psychologique, vos revenus et finances, votre gestion des risques, votre image (en tant qu'agriculteur) et celle de votre profession, etc.

Les PA étudiées sont celles qui ont été identifiées dans les catégories d'objectifs prioritaires du PAD 2020-2030. Il s'agit plus spécifiquement des PA en lien avec la santé et la conservation des sols, la gestion des matières fertilisantes, l'usage des pesticides, la biodiversité et l'optimisation de la gestion de l'eau. Cent quatre-vingt-dix producteurs ont répondu à ces deux questions. Ce taux de réponse (5,6 %) relativement faible confirme ces tendances de réponse similaires observées dans la littérature agricole au Québec pour des études s'adressant aux producteurs (Gendreau-Martineau, 2018; Laurent, 2023; Royer *et al.*, 2020). En effet, en raison de leurs contraintes de temps et des nombreuses sollicitations scientifiques dont ils sont l'objet, les producteurs agricoles sont reconnus pour être peu réactifs aux enquêtes par sondage. Généralement, plusieurs relances sont nécessaires pour atteindre un taux de collaboration jugé acceptable par les chercheurs (autour de 25 %).

Étant donné que notre démarche n'avait pas de visée inférentielle, cette faible participation des producteurs n'a qu'une incidence très minime sur la valeur scientifique de nos analyses. En effet, l'objectif principal de cette étude qualitative était essentiellement de recueillir le maximum d'informations permettant de caractériser l'ensemble des efforts agroenvironnementaux consentis généralement par les producteurs dans l'adoption de pratiques durables. Par ailleurs, au regard des commentaires généraux que les producteurs ont associés à leurs réponses, il est possible d'observer une certaine variabilité de leur profil agricole (type de production, région, etc.), ce qui dénote une bonne capacité à saisir les subtilités et autres particularités de leur engagement en faveur des efforts agroenvironnementaux.

Une analyse des réponses obtenues a permis d'identifier un ensemble d'efforts agroenvironnementaux que nous avons regroupés, de manière synthétique, en cinq grandes catégories : financiers, physiques, psychologiques, logistiques et socio-relationnels. Au regard du nombre élevé d'efforts répertoriés, et par souci de parcimonie, 12 efforts ont été retenus

afin d'illustrer l'ensemble des catégories identifiées. Cette sélection s'est faite en tenant compte des croisements et redondances observés dans les réponses des producteurs et des discussions menées avec les experts du MAPAQ.

Afin d'affiner notre compréhension de ces différents efforts et de mieux cerner le contexte qui prévaut à leur déploiement sur la ferme, des entrevues individuelles ont été réalisées avec quatre producteurs agricoles. Leur nombre restreint n'a aucune incidence méthodologique dans la mesure où l'objectif de ces entrevues était davantage de préciser la compréhension d'une réalité agricole à laquelle sont soumis la plupart des producteurs. Ces producteurs interrogés ont été choisis sur la base de leur connaissance approfondie de la réalité des productions agricoles au Québec et, aussi, du fait qu'ils constituent des pionniers dans l'adoption de pratiques agroenvironnementales dans leur secteur spécifique de production (c.-à-d. la production maraîchère). Les détails que nous ont fournis les producteurs consultés ont permis de mettre en scène (c.-à-d. de cadrer des scénarios explicatifs) plus efficacement chacun des efforts identifiés afin qu'ils soient plus compréhensibles pour les citoyens/consommateurs lorsque ces derniers seront amenés, dans le cadre de l'enquête quantitative (étape 3), à exprimer leurs perceptions, connaissances, besoins et attentes informationnels vis-à-vis des PA et des efforts agroenvironnementaux qui en découlent. La liste finale des efforts agroenvironnementaux accompagnés de leurs explications respectives est jointe à l'annexe du présent rapport.

2.2. Enquête qualitative auprès des citoyens/consommateurs

En raison de leur niveau élevé de technicité, les PA sont généralement peu connues du grand public. En effet, une enquête réalisée par Agriculture et Agroalimentaire Canada en 2022 révélait justement que la majorité des consommateurs canadiens sondés étaient incapables (sans aide) d'identifier ou de mentionner clairement des pratiques agricoles qui sont meilleures pour l'environnement.

À cela s'ajoute le fait que le niveau de vulgarisation du Plan d'agriculture durable (PAD) et des pratiques agricoles durables qu'il promeut demeure embryonnaire dans l'environnement informationnel des Québécois. Il convient alors de sonder minimalement les citoyens/consommateurs afin d'identifier, pour chacun des grands objectifs du PAD, les pratiques qui leur semblent les plus familières en raison d'une plus grande présence médiatique dans les espaces informationnels qu'ils consultent. À ce propos, huit groupes de discussion ont été menés du 6 août 2023 au 2 février 2024 auprès de 37 citoyens/consommateurs au profil varié en matière de genre (homme et femme), d'âge (18 à 45 ans) et de statut d'emploi (étudiants, travailleurs). Afin de faciliter le recrutement des répondants, notre choix s'est porté sur un échantillon constitué majoritairement de consommateurs de fruits et légumes (conventionnels et biologiques).

Ces consultations ont permis de mettre en évidence certaines pratiques quelque peu connues des répondants, notamment la rotation des cultures, les bandes riveraines, les cultures de couverture et les haies brise-vent. À la suite d'échanges avec les experts en agriculture durable du MAPAQ, d'autres pratiques ont été ajoutées (pratiques de fertilisation des sols, apports de matières organiques, pratiques de lutte intégrée, etc.) afin de couvrir les cinq objectifs prioritaires du PAD. Ainsi, une liste finale de sept pratiques agricoles durables a été retenue et incluse également dans l'enquête quantitative à grande échelle réalisée auprès des citoyens/consommateurs québécois (étape 3).

Ces entrevues de groupe avaient également pour but de recueillir les réactions et opinions des citoyens/consommateurs interrogés relativement aux efforts agroenvironnementaux qui ont été recensés lors des entretiens individuels avec les producteurs. Plus précisément, il s'agissait d'évaluer leur compréhension de ces efforts ainsi que la pertinence du cadrage informationnel mis en œuvre afin de les décrire. C'était aussi le lieu d'identifier les critères par lesquels l'échantillon considérait un effort agroenvironnemental comme inférieur, égal ou supérieur (exceptionnel) à ses attentes environnementales. La connaissance de ces critères était fondamentale puisqu'elle permettait de disposer d'indicateurs pour évaluer la pertinence de chacun des efforts lors de l'enquête quantitative auprès d'un échantillon représentatif plus large de citoyens/consommateurs québécois. En substance, il est ressorti de cela que les répondants évaluent la pertinence d'un effort agroenvironnemental à sa capacité à influencer considérablement la qualité de vie du producteur, sa santé physique, son bien-être psychologique et sa capacité financière, ainsi qu'à avoir des effets positifs concrets sur l'environnement.

3. Sondage auprès des consommateurs

Plusieurs observations et intuitions pertinentes ont émergé de la revue documentaire (étape 1) et des enquêtes qualitatives menées auprès de quelques producteurs et citoyens/consommateurs (étape 2). Certaines de ces intuitions portent, par exemple, sur l'appréciation des efforts agroenvironnementaux des producteurs et des PA dont elles dépendent. Il convient de les éprouver quantitativement afin d'obtenir un portrait réaliste des perceptions et représentations du grand public à leur égard et de mieux comprendre les conditions susceptibles de faciliter leur valorisation. Le sondage auprès des citoyens/consommateurs répond justement à ce besoin. À l'aide d'un questionnaire développé en concertation avec divers experts en agriculture durable, un échantillon représentatif de la population québécoise a été interrogé notamment sur ses perceptions, représentations, connaissances, besoins et attentes informationnels à l'égard de ces PA et des efforts agroenvironnementaux qui en découlent. Méthodologiquement, la démarche de réalisation de ce sondage comprenait les trois étapes principales décrites dans ce qui suit.

3.1. Ébauche du questionnaire d'enquête

La revue documentaire a permis de mettre en évidence un ensemble de dimensions clés autour desquelles s'organise l'enjeu de reconnaissance et de valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs agricoles. Les discussions en profondeur avec certains producteurs et citoyens/consommateurs ont permis d'identifier des dimensions additionnelles, notamment celles liées aux critères utilisés par le public pour évaluer la pertinence des efforts déployés par les producteurs ou le niveau de connaissances des PA qui y sont associées. Ces discussions ont aussi mis en relief certaines questions relatives au niveau de notoriété et de connaissances des PA chez les consommateurs.

Ces premières observations ont servi de cadre de référence à l'équipe de recherche afin d'établir une liste préliminaire de rubriques potentiellement pertinentes pour l'élaboration du questionnaire. Par la suite, certains experts de la durabilité agricole également associés à la mise en œuvre des orientations prioritaires du PAD ont été contactés afin de recueillir leur avis sur l'ensemble des thématiques structurantes du questionnaire.

Cette approche de concertation regroupant les points de vue des producteurs, des citoyens/consommateurs et des experts du secteur agricole permettait de s'assurer que l'outil de collecte de données reflète les besoins réels de l'ensemble des acteurs directement concernés par l'enjeu de la durabilité du secteur agricole québécois. En outre, cela faciliterait l'appropriation des résultats de la recherche par ses utilisateurs finaux potentiels. Ainsi, à la suite des différentes itérations avec les parties prenantes identifiées, une ébauche de questionnaire abordant 14 thématiques a été produite.

Les différents enjeux couverts par le questionnaire sont les suivants :

- Perception générale de l'agriculture et des agriculteurs québécois
- Niveau d'importance accordée aux préoccupations alimentaires et nutritionnelles
- Importance accordée aux enjeux de durabilité du secteur agricole
- Perception de la responsabilité des différents acteurs de la chaîne de valeur à l'égard des enjeux
- Connaissances générales des PA et des efforts qui en découlent
- Critères d'évaluation de l'importance perçue des efforts des producteurs
- Sources d'informations consultées pour la connaissance des PA et des efforts agroenvironnementaux qui en découlent
- Habitudes de recherche d'informations sur les PA
- Évaluation de l'exhaustivité, de la crédibilité, de la fiabilité et de la pertinence des sources d'informations sur les PA
- Perception de la responsabilité des différents acteurs de la chaîne de valeur dans l'éducation des citoyens/consommateurs sur les PA

- Évaluation de la pertinence des initiatives et stratégies éducationnelles dans la promotion des PA
- Critères d'évaluation objectifs des efforts agroenvironnementaux des producteurs
- Critères d'évaluation de la mise en œuvre éventuelle d'une certification environnementale
- Caractéristiques sociodémographiques

3.2. Prétest du questionnaire

L'ébauche du questionnaire a fait l'objet d'un prétest auprès d'une cinquantaine de répondants (n=59) ayant des caractéristiques sociodémographiques comparables à celles de la population québécoise. Leur avis a été recueilli relativement à la structure du questionnaire, à la clarté et au degré de difficulté des énoncés ainsi qu'à la durée de temps requis pour compléter l'instrument de mesure. Par ailleurs, les répondants avaient la possibilité de formuler d'autres suggestions ou commentaires pouvant améliorer le questionnaire. Ce prétest a permis, par exemple, d'ajuster certains énoncés et d'en supprimer d'autres, jugés redondants.

Dans la même veine, la suggestion d'inclure une échelle de désirabilité sociale à la version finale du questionnaire s'est avérée pertinente au regard des scores de réponses pour certains énoncés ayant la particularité d'exposer potentiellement les répondants à un jugement moral et/ou social. Aussi, afin de contrer les biais d'inattention susceptibles de survenir dans les enquêtes sociales recourant à des panels de répondants (Hauser et Schwartz, 2016; Malone et Lusk, 2018), il a été jugé utile d'inclure des questions filtres d'attention dans le questionnaire final.

3.3. Collecte des données

Les données de l'enquête ont été récoltées du 12 au 23 février 2024 par la firme de sondage DYNATA. La méthode des strates et quotas a servi à la sélection de 1222 répondants pour l'étude. Par ailleurs, afin d'assurer la validité de certaines analyses statistiques qui ont été menées, l'équipe de recherche s'est assurée que la composition de l'échantillon respecte les différentes répartitions sociodémographiques et géographiques (âge, genre et région d'habitation) de la population adulte du Québec telles que définies dans le dernier recensement de l'Institut de la statistique du Québec. Cependant, pour d'autres variables telles que l'éducation et le revenu, il nous a été impossible d'obtenir une représentativité parfaite en raison de certains biais de sur- ou de sous-représentativité inhérents aux enquêtes par panel en ligne pour certaines catégories de populations (p. ex. les moins éduquées ou les plus aisées) (Svensson, 2014; Willems, van Ossenbruggen & Vonk, 2006). Bien que ces variables soient considérées comme secondaires pour les analyses, ce biais potentiel a été contrôlé en prenant notamment en considération un seuil de significativité statistique beaucoup plus conservateur.

Par ailleurs, comme recommandé par un groupe de travail de la Société suédoise des enquêtes et sondages, il est possible de faire un calage entre l'enquête en cours et une ou d'autres enquêtes du même genre présentant une représentativité beaucoup plus optimale (Svensson, 2014). Pour ce faire, certains énoncés identiques du Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments (2023) (enquête de référence) ont été inclus à la présente enquête afin de voir si l'on obtient pour ceux-ci des résultats relativement similaires. Il s'avère que nos résultats concordent globalement avec ceux du Baromètre, entre autres en ce qui concerne les trois variables de contrôle utilisées, soit la provenance, la composition et la valeur nutritive des aliments. Finalement, certains travaux (ex. Bigot, Croutte & Recours, 2010) concluent que les erreurs de mesure dans les panels en ligne (comparativement à l'ensemble de la population) semblent généralement de moindre ampleur dans des domaines où les répondants sont amenés à se prononcer sur des questions ayant trait à leurs inquiétudes ou préoccupations quant à des enjeux tels que le logement, la santé, le chômage ou l'environnement.

Les principaux critères d'inclusion dans l'étude étaient l'âge (18 ans et plus) et la capacité à pouvoir s'exprimer minimalement en français. La durée médiane requise pour remplir le sondage était estimée à 28 minutes.

Présentation des principaux résultats du projet

Présentation des principaux résultats du projet

Cette section présente les différents résultats issus principalement de l'enquête quantitative menée auprès d'un échantillon représentatif de la population québécoise. Pour rappel, les conclusions de la revue documentaire, de l'enquête qualitative ainsi que des entretiens auprès de producteurs et de consommateurs ont aidé à élaborer le questionnaire d'enquête. Elles ont permis notamment de structurer certaines rubriques et questions (évaluation des efforts agroenvironnementaux des producteurs, niveau de connaissances des PA, évaluation du niveau de pertinence des initiatives de valorisation des PA, etc.) de notre outil de collecte de données.

Les résultats présentés ci-dessous abordent donc successivement les opinions et perceptions des répondants sur (i) la durabilité de l'agriculture et des agriculteurs québécois; (ii) le niveau de préoccupation et d'attribution des responsabilités envers les enjeux de durabilité du secteur agricole; (iii) la littératie agricole vis-à-vis des pratiques agroenvironnementales des producteurs et des efforts qui en découlent; (iv) les initiatives de valorisation de ces efforts agroenvironnementaux; et (v) les pratiques de promotion et de vulgarisation des pratiques agricoles des producteurs et de leurs réalités à la ferme.

Présentation des résultats de l'enquête quantitative

Les principaux résultats de l'enquête ont été scindés en deux rubriques distinctes : la première présente les statistiques générales en lien avec les caractéristiques sociodémographiques et les grandes tendances illustratives des pratiques alimentaires et nutritionnelles de l'échantillon, alors que la seconde expose les principales statistiques permettant de mieux comprendre les connaissances, perceptions, motivations, attitudes et comportements spécifiques des répondants à l'égard de l'achat local et des marques territoriales en particulier.

1. Profil sociodémographique des répondants

Comme l'indique le tableau 1, l'échantillon final (n= 1222) est globalement constitué d'une proportion légèrement plus élevée de femmes (50,7 %) que d'hommes (48,9 %). La catégorie « autres » est très peu représentée avec seulement 0,3 % des individus sondés. La majorité des répondants se situe, par ordre d'importance, dans les groupes d'âge 65-74 ans (18,9 %), 45-55 ans (18,6 %), 55-64 ans (17,8 %), 25-34 ans (16,4 %) et 35-44 ans (13,4 %). À noter que les jeunes (18-24 ans) (9,4 %) et les aînés (75 ans et plus) (5,4 %) constituent les catégories d'âge les moins représentées.

Un peu plus de la moitié (50,8 %) des répondants provient de ménages dont le revenu annuel est de moins de 80 000 \$. Pour l'autre moitié de l'échantillon, 14 % gagnent un revenu de 80 000 \$ à 100 000 \$, et 29,4 %, un revenu au-dessus de 100 000 \$.

Parmi les ménages enquêtés, une grande majorité (67 %) est constituée au maximum de deux personnes. On observe également que les ménages sont en plus grande proportion composés d'adultes (72,4 %). Très peu d'entre eux comptent des enfants de moins de 12 ans (14,6 %) ou des adolescents de 12 à 18 ans (13,9 %).

Sur le plan de la densité, les grandes régions du Québec se singularisent par une plus forte concentration de répondants. C'est le cas notamment des régions comme Montréal (24,2 %), la Montérégie (17,9 %) et la Capitale-Nationale (9,4 %). À l'inverse, les régions telles que la Mauricie (3,4 %), l'Estrie (4,3 %) et Chaudière-Appalaches (4,7 %) sont les moins densément peuplées au regard de la répartition de l'échantillon d'enquête.

La majorité des répondants (33,9 %) détient un diplôme de niveau collégial. Parmi les titulaires d'un diplôme universitaire, 24,5 % ont obtenu un diplôme de premier cycle, 9,4 %, une maîtrise (ou l'équivalent) et seulement 1,5 %, un grade de troisième cycle.

Une grande majorité des répondants (67 %) habitent au sein de ménages comprenant une à deux personnes.

D'après les données fournies, il n'y a que 21,6 % des répondants qui ont déclaré avoir une expérience professionnelle ou suivi des études ou une formation en lien avec les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition, de la santé ou des sciences naturelles.

	Effectif (n)	Pourcentage (%)
Genre		
Homme	598	48,9
Femme	620	50,7
Autres	4	0,3
Niveau de scolarité		
Primaire	8	0,7
Secondaire	278	22,7
Collégial	414	33,9
Universitaire (certificats et diplômes)	89	7,3
Universitaire 1 ^{er} cycle	300	24,5
Universitaire 2 ^e cycle	115	9,4
Universitaire 3 ^e cycle	18	1,5
Revenu annuel brut du ménage		
Moins de 20 000 \$	73	6,0
20 000 \$ à 39 999 \$	167	13,7
40 000 \$ à 59 999 \$	206	16,9
60 000 \$ à 79 999 \$	173	14,2
80 000 \$ à 100 000 \$	171	14,0
Plus de 100 000 \$	359	29,4
Ne veut pas répondre	73	6,0
Âge		
18 à 24 ans	115	9,4
25 à 34 ans	201	16,4
35 à 44 ans	164	13,4
45 à 55 ans	227	18,6
55 à 64 ans	218	17,8
65 à 74 ans	231	18,9
75 ans et plus	66	5,4
Région de résidence		
Bas-Saint-Laurent	33	2,7
Saguenay–Lac-Saint-Jean	54	4,4
Capitale-Nationale	115	9,4
Mauricie	41	3,4
Estrie	53	4,3
Montréal	296	24,2
Outaouais	49	4,0
Abitibi-Témiscamingue	12	1
Côte-Nord	8	0,7
Nord-du-Québec	1	0,1
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	12	1
Chaudière-Appalaches	57	4,7

Laval	59	4,8
Lanaudière	96	7,9
Laurentides	87	7,1
Montérégie	219	17,9
Centre-du-Québec	30	2,5
Nombre de personnes dans le ménage		
1	329	26,9
2	490	40,1
3	190	15,5
4	138	11,3
5	49	4,0
6	16	1,3
7	8	0,7
8	1	0,1
11	1	0,1
Composition du ménage		
Moins de 12 ans	178	14,6
Personne de 12 à 18 ans	170	13,9
Personne de 19 à 59 ans	579	47,4
Personne de 60 ans et plus	588	25,0

Tableau 1 : Caractéristiques sociodémographiques des répondants à l'étude

2. Analyse et principaux résultats

Des modifications préalables ont été apportées à certaines variables d'intérêt afin de faciliter les analyses statistiques et la vulgarisation des résultats. Ces changements portent essentiellement sur les variables suivantes :

- **Âge** : les sept catégories d'âge initiales dans le questionnaire d'enquête ont été regroupées en trois principales tranches relativement équilibrées afin de faciliter les tests statistiques de comparaison de moyennes : 1) 18-34 ans (25,9 % de l'échantillon); 2) 35-54 ans (32 % de l'échantillon); 3) 55 ans et plus (42,1 % de l'échantillon).
- **Revenu du ménage** : les six catégories initiales de revenu ont été également, pour les mêmes raisons, regroupées en trois catégories distinctes : 1) 0-39 900 \$ (19,6 % de l'échantillon); 2) 40 000-79 900 \$ (31 % de l'échantillon); et 3) 80 000 \$ et plus (49,3 % de l'échantillon).
- **Localisation géographique** : les 17 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq zones majeures : Ouest (Outaouais, Abitibi-Témiscamingue, Laurentides, Lanaudière); Est (Bas-Saint-Laurent, Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Côte-Nord); Centre (Mauricie, Centre-du-Québec, Chaudière-Appalaches, Estrie); Nord (Saguenay-Lac-Saint-Jean, Nord-du-Québec) et régions métropolitaines (Montréal, Laval, Capitale-Nationale, Montérégie).

Pour des besoins de comparaison, nous avons exclu le Nord des tests de moyennes en raison du faible nombre de répondants provenant de cette zone.

Afin de vérifier nos intuitions de départ, nous avons réalisé des tests statistiques, notamment des tests de moyennes (échantillons indépendants, échantillons appariés), des tests d'association (p. ex. khi deux) et des tests de corrélation. Ceux-ci ont tous été effectués à partir d'un seuil de signification conservateur de 1 %. Pour les tests de moyennes à plus de deux échantillons indépendants (ANOVA), nous avons utilisé un test post hoc conservateur avec une préférence pour la correction de Bonferroni.

Pour la présentation des statistiques, nous utilisons la convention visant à présenter la moyenne de la variable étudiée ainsi que son écart-type comme suit : (moyenne \pm écart-type).

Finalement, pour des raisons esthétiques et pour faciliter la présentation des données statistiques dans les différentes figures, les pourcentages de réponse aux différents énoncés ont été arrondis à la décimale près.

2.1. Perception globale de l'alimentation

L'alimentation est bien plus qu'une simple nécessité biologique. Elle constitue un élément fondamental de l'existence humaine en raison de ses nombreuses imbrications culturelles, sociales et psychologiques. Le rapport des individus à l'alimentation conditionne, par exemple, la façon dont ils construisent leurs perceptions, représentations et imaginaires quant aux risques et bénéfices associés à la production, à la transformation, à la commercialisation et à la consommation de certains aliments. Ainsi, les valeurs symboliques et fonctionnelles qu'ils attribuent au concept de durabilité en agriculture et en alimentation peuvent être appréhendées en analysant l'importance qu'ils accordent à certains enjeux nutritionnels tels que la valeur nutritive, la provenance et la composition des aliments ainsi que les compétences culinaires (p. ex. capacité à cuisiner eux-mêmes leurs repas).

Cela étant dit, on observe qu'à l'échelle de l'échantillon, les répondants montrent un niveau de préoccupation élevé pour les enjeux nutritionnels associés aux aliments qu'ils consomment. En effet, pour ce qui est de **la valeur nutritive**, par exemple, 60,9 % des répondants sondés affirment en faire un critère de choix important, voire très important, au moment de faire leurs achats. C'est aussi le cas de **la composition des aliments** pour laquelle on note approximativement le même niveau de sensibilité chez 61,4 % des répondants sondés. Comparativement aux deux enjeux précédents, celui de **la provenance des aliments** suscite un niveau de préoccupation moins élevé, puisque seulement 53,4 % des répondants le considèrent qu'il s'agit d'un critère de décision important ou très important.

Ces résultats sont également corroborés par des études antérieures réalisées au Québec ces dernières années (Korai et Bocoum, 2022; Korai et Lambert, 2023). L'importance accordée à ces préoccupations se traduit notamment par une préférence plus marquée des répondants à **cuisiner eux-mêmes les repas qu'ils consomment**.

À ce propos, près de 72,4 % des répondants disent cuisiner eux-mêmes la plupart ou la totalité des repas préparés au sein de leur ménage. Ces compétences culinaires sont symptomatiques de la tendance observée chez les consommateurs québécois à vouloir disposer, depuis la pandémie de la COVID-19, d'un contrôle plus soutenu sur la qualité et le contenu nutritionnel de leur assiette.

Cela semble se confirmer à l'échelle de l'échantillon puisqu'on observe des relations significatives entre ces préoccupations nutritionnelles/alimentaires et l'importance que les répondants accordent aux enjeux de durabilité considérés comme les plus pertinents pour le secteur agricole québécois. En effet, les tests de comparaison de moyennes (ANOVA) réalisés sur l'échantillon mettent systématiquement en évidence, pour les 11 enjeux de durabilité identifiés, des scores de préoccupation plus élevés, particulièrement chez les groupes de répondants ayant démontré une sensibilité plus importante pour la valeur nutritive, la composition et la provenance des aliments. Ces résultats confirment que plus les consommateurs se soucient du contenu nutritionnel et qualitatif de leur assiette, plus ils développent une inclination à s'intéresser également aux enjeux environnementaux (p. ex. utilisation des pesticides, changements climatiques) et sociaux (p. ex. relève agricole, accessibilité des terres agricoles) qui influent sur la production et la transformation des aliments qu'ils consomment.

Bien que les consommateurs québécois aient amélioré leurs compétences culinaires depuis la pandémie, celles-ci ne sont pas nécessairement un gage de réceptivité aux enjeux de durabilité. Comme le montrent les analyses, le fait de disposer de compétences culinaires élevées (cuisiner soi-même tous ou la plupart des repas du ménage) accroît la sensibilité des répondants à seulement trois enjeux (achat local, qualité et valeur nutritive des aliments, santé et bien-être des animaux) sur les 11 identifiés. Une analyse détaillée permet de constater que ces trois enjeux sont pour la plupart centrés sur le contenu et les aspects expérientiels de la consommation des aliments. Cela confirme notamment la difficulté (par manque de littératie agricole suffisante) qu'éprouvent certains consommateurs à visualiser la manière dont se décline concrètement le concept de durabilité aux autres étapes de la chaîne de valeur (p. ex. production et transformation). Il y a de ce fait un réel besoin d'éduquer les consommateurs aux enjeux de durabilité du secteur agricole, et ces efforts de sensibilisation devront en grande partie se déployer autour de la grande distribution, qui constitue, pour 94,8 % des répondants interrogés, le principal lieu d'approvisionnement alimentaire, loin devant les marchés publics (25 %), les magasins spécialisés (12,5 %), les marchés fermiers (10,9 %), les achats directs auprès des producteurs (5,9 %) et les boutiques alimentaires en ligne (3,3 %).

Les faits importants à retenir :

- Importance accordée par les répondants à la valeur nutritive (60,9 %), ainsi qu'à la composition (61,4 %) et à la provenance des aliments (53,4 %).
- La cuisine maison reste une pratique courante chez la majorité des répondants (74 %).
- La grande distribution alimentaire (94,8 %), les marchés publics (25 %) et les magasins spécialisés (12,5 %) constituent les principaux lieux d'approvisionnement pour l'achat des aliments.

2.2. Opinions et perceptions de la durabilité de l'agriculture québécoise

2.2.1. Perceptions de l'agriculture québécoise

2.2.1.1. L'agriculture et ses représentations chez les répondants

L'agriculture est un secteur économique qui jouit globalement d'une bonne image auprès des répondants. En effet, 79,5 % d'entre eux affirment avoir une bonne, voire très bonne, opinion de l'agriculture québécoise. Cette bonne réputation se cristallise autour d'un ensemble d'attributs à la fois fonctionnels et symboliques. Plus précisément, les répondants semblent davantage associer l'agriculture à des **bénéfices économiques et de souveraineté alimentaire**. Une majorité des enquêtés soulignent, par exemple, le fait qu'elle contribue à la vitalité et au dynamisme de nos régions (92,3 %) et à l'autonomie alimentaire de la province (90,5 %); qu'elle génère des retombées économiques importantes (86,9 %); et qu'elle participe grandement à l'employabilité des Québécois (86,1 %).

Dans un tout autre ordre d'idées, les répondants ont aussi évoqué une dimension **identitaire et culturelle**, qui se traduit par le fait que l'agriculture est perçue comme dépositaire de l'identité culturelle québécoise (84 %), par le biais notamment d'une production agricole ancrée dans le terroir et les traditions, et comme un élément qui participe au **développement touristique et à la promotion des différentes régions** (71,1 %).

L'aspect de l'exemplarité environnementale, bien que rapporté par 68,2 % des répondants, reste l'attribut le moins associé à l'agriculture québécoise. Toutefois, cela n'implique pas nécessairement que les répondants jugent cette agriculture comme extrêmement polluante. En effet, seuls 28,8 % d'entre eux considèrent cette agriculture comme responsable des problèmes environnementaux les plus importants au Québec et 25 % l'associent à un niveau préoccupant de risques sanitaires.

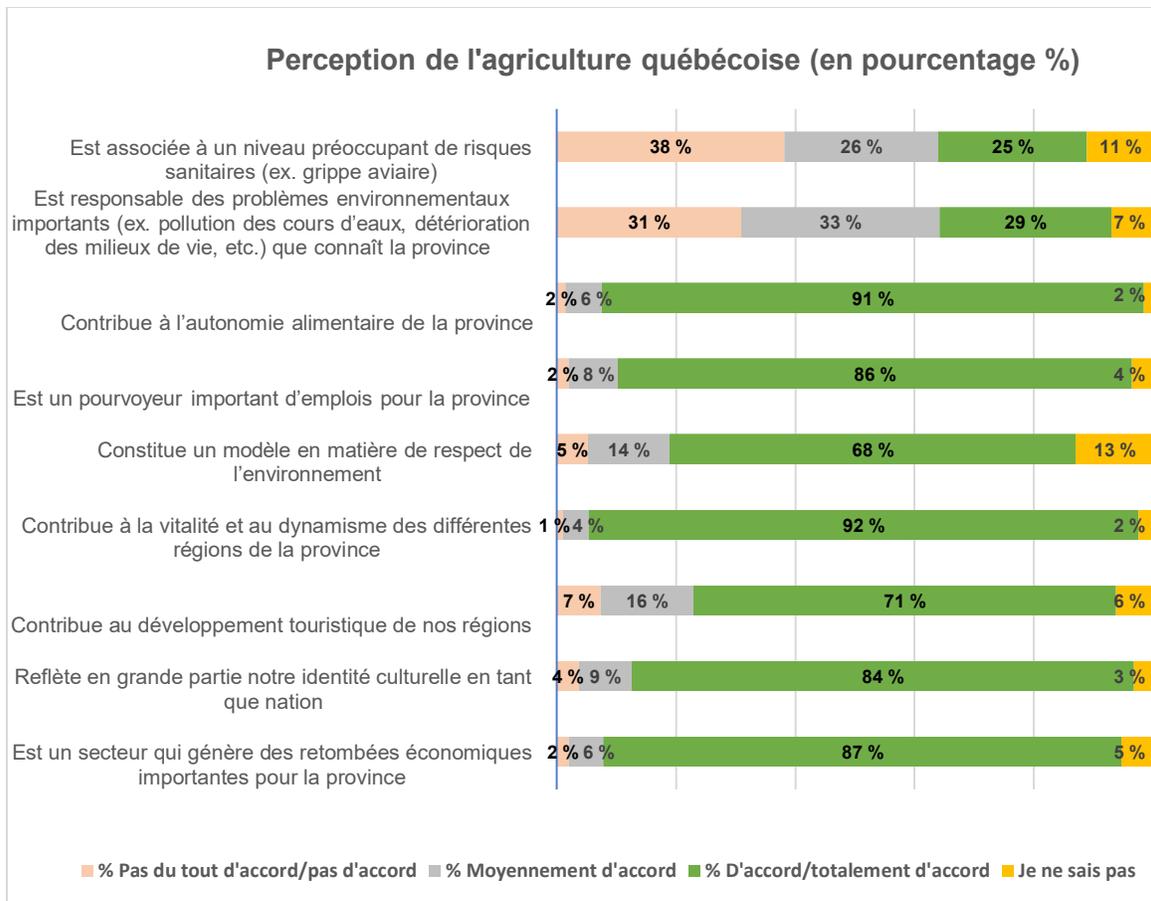


Figure 1 : Perception de l'agriculture québécoise

2.2.1.2. Principales différences entre les perceptions des répondants

Globalement, les hommes (4,15/5; $\pm 0,76$) ont une perception considérablement plus positive de l'agriculture québécoise que les femmes (4,07/5; $\pm 0,75$). Toutefois, lorsqu'on examine chacun des énoncés individuellement, on observe que, pour la majorité d'entre eux, les femmes ont une meilleure appréciation de l'agriculture québécoise que les hommes.

Ce paradoxe s'explique principalement par le fait que sur certains attributs spécifiques, les femmes sont beaucoup plus critiques que les hommes. Elles ont une perception beaucoup plus négative des attributs relatifs à l'environnement (pour elles, l'agriculture est responsable des problèmes environnementaux importants au Québec) ($H = 4,16/5 \pm 1,08$; $F = 4,32/5 \pm 0,97$) et au risque sanitaire (pour elles, l'agriculture québécoise est associée à un niveau préoccupant de risques sanitaires) ($H = 3,08/5 \pm 1,48$; $F = 3,23/5 \pm 1,49$). Cela semble d'ailleurs se justifier par le profil des répondantes : 30,9 % d'entre elles ont, au sein de leur ménage (y compris elles-mêmes), une personne âgée de 60 ans et plus; 19,9 %, une personne de moins de 12 ans; et 19,9 %, une personne entre 12 et 18 ans.

Par ailleurs, en raison du revenu plus élevé de leur ménage (78,1 % gagnent plus de 40 000 \$), on pourrait considérer qu'elles sont plus sensibles aux questions associées aux risques sanitaires et nutritionnels lors de l'achat de leurs aliments. Aussi, bien qu'on assiste ces dernières années à une prise de conscience se traduisant par une part de responsabilité plus grande des hommes dans la gestion des tâches ménagères, l'épicerie et la préparation des repas restent encore majoritairement l'apanage des femmes au sein des ménages québécois (Bastien, Morel et Torres, 2020 ; Statistique Canada, 2020). Elles sont de ce fait plus regardantes de la sélection des ingrédients qui compose l'assiette du ménage ainsi que des préoccupations sanitaires et nutritionnelles qui sont inhérentes. Ce n'est donc pas fortuit que ce soit également elles qui manifestent une sensibilité plus importante à la valeur nutritive (65,4 %), ainsi qu'à la composition (65,1 %) et à la provenance des aliments (56 %).

Cette conjonction de caractéristiques pourrait donc justifier leur méfiance à l'égard d'une agriculture québécoise parfois dépeinte dans les médias comme écotoxique et source de risques sanitaires.

On observe également des différences intergénérationnelles significatives entre les répondants. Les personnes de 55 ans et plus (4,19/5; $\pm 0,73$) ont dans l'ensemble une meilleure perception de l'agriculture québécoise que les cohortes de 18-34 ans (3,92/5; $\pm 0,76$) et 35-54 ans (4,13/5; $\pm 0,77$). Une analyse centrée sur chacun des attributs permet de constater la même tendance pour la majorité d'entre eux, ce qui confirme qu'avec l'âge, les répondants développent des aptitudes leur permettant de mieux apprécier les atouts de l'agriculture québécoise. Toutefois, on note une tendance quelque peu différente pour ce qui est de l'attribut du risque sanitaire. En effet, les 18-34 ans (3,08/5; $\pm 1,54$) et les 55 ans (3,35/5; $\pm 1,42$) sont plus critiques à l'égard de l'agriculture québécoise que leurs homologues des 35-54 ans (2,97/5; $\pm 1,5$).

Des différences significatives sont aussi à noter en ce qui a trait à la localisation géographique. En effet, les répondants provenant des régions de l'Ouest (4,15/5; $\pm 0,77$) et du Centre (4,14/5; $\pm 0,74$) du Québec ont une image plus positive de l'agriculture québécoise que ceux provenant des régions métropolitaines (4/5; $\pm 0,77$) et de l'Est (4,06/5; $\pm 0,69$). À l'exception de l'attribut portant sur l'environnement, on n'observe aucune différence statistique entre les régions. Comparativement aux répondants des régions de l'Est (3,08/5; $\pm 1,22$) et du Centre (3,01/5; $\pm 1,27$), les répondants des régions métropolitaines (3,40/5; $\pm 1,34$) et de l'Ouest (3,15/5; $\pm 1,35$) considèrent l'agriculture québécoise comme beaucoup plus responsable des problèmes environnementaux importants du Québec.

Les faits importants à retenir :

- L'agriculture québécoise jouit globalement d'une bonne réputation auprès des répondants.
- Dans l'ensemble, l'agriculture québécoise rayonne dans l'esprit des répondants en raison notamment de ses bénéfices économiques, de son ancrage culturel et dans le terroir québécois, de sa contribution au développement et à la promotion des régions ainsi qu'à sa capacité à assurer la souveraineté alimentaire de la province.
- De tous les attributs énumérés pour qualifier l'agriculture québécoise, le critère environnemental est celui qui est le plus décrié par les répondants.
- L'opinion à l'égard de l'agriculture québécoise varie en fonction du genre, de l'âge et de la localisation géographique des répondants. Globalement, les hommes en ont une meilleure opinion que les femmes. Sur les questions environnementales, celles-ci sont beaucoup plus critiques que les hommes.
- La perception de l'agriculture québécoise s'améliore avec l'âge. Les répondants plus âgés en ont une meilleure opinion que les cohortes plus jeunes.
- Les populations des zones rurales (régions de l'Ouest et du Centre) ont une meilleure appréciation de l'agriculture québécoise que celles des zones plus urbaines (régions métropolitaines et de l'Est).

2.2.2. Perceptions des agriculteurs québécois

2.2.2.1. Les agriculteurs et leurs représentations chez les répondants

De manière générale, les agriculteurs (45,1 %) font partie des professions considérées par les répondants comme ayant le plus d'impact positif sur la société québécoise, juste après les professionnels de la santé (70 %) et les enseignants (54,8 %). Cette perception positive du rôle sociétal de la profession agricole se traduit également par des opinions globalement favorables d'une majorité des répondants (76,1 %) à l'égard des agriculteurs québécois.

Parmi les points que les personnes sondées apprécient le plus, on trouve, en particulier, le fait que les agriculteurs québécois consentent des efforts pour assurer à la population une offre alimentaire de qualité (92,3 %); qu'ils contribuent à la diversité de l'offre alimentaire proposée à la population (88,5 %); qu'ils sont très ouverts à nouer des liens sociaux avec les consommateurs (79,9 %); et enfin qu'ils démontrent, par les pratiques qu'ils adoptent à la ferme, un souci constant pour la santé de la population (78,8 %).

À l'inverse, les répondants apprécient moins le fait que les agriculteurs québécois ne communiquent pas beaucoup auprès du grand public pour l'informer des réalités de leur métier (47,3 %); qu'ils sont peu transparents par rapport aux pratiques agricoles qu'ils adoptent à la ferme (35,8 %); que leurs pratiques agricoles sont parfois peu soucieuses du bon

voisinage (33,2 %); qu'ils ont plus tendance à privilégier leurs intérêts économiques au détriment de la qualité de l'environnement (32 %); et enfin que leurs pratiques sont peu respectueuses de l'environnement (29,5 %), de la santé et du bien-être animal (28,1 %). Ce sont sûrement en raison de ces critiques, entre autres, que seuls 38,7 % des répondants dans l'échantillon recommanderaient fortement à leurs proches d'embrasser une carrière comme agriculteur. Il faudrait énormément nuancer ces points de vue des citoyens puisque leurs perceptions des agriculteurs et de l'agriculture québécoise en général sont fortement influencées par leur compréhension parfois biaisée des réalités pratiques du travail agricole à la ferme.

En dépit de certaines critiques formulées, les répondants, dans leur majorité, font preuve d'une grande prise de conscience collective de la pénibilité associée au travail agricole. En effet, 81,6 % des répondants reconnaissent que les agriculteurs consentent d'énormes sacrifices en matière de temps de repos et de loisirs ainsi que de qualité de vie afin de produire les aliments que la population consomme ou encore qu'ils sont exposés à un niveau élevé de stress, d'anxiété et de risque financier induit par le degré d'adaptation qu'exige l'adoption des pratiques agricoles à la ferme (75,5 %).

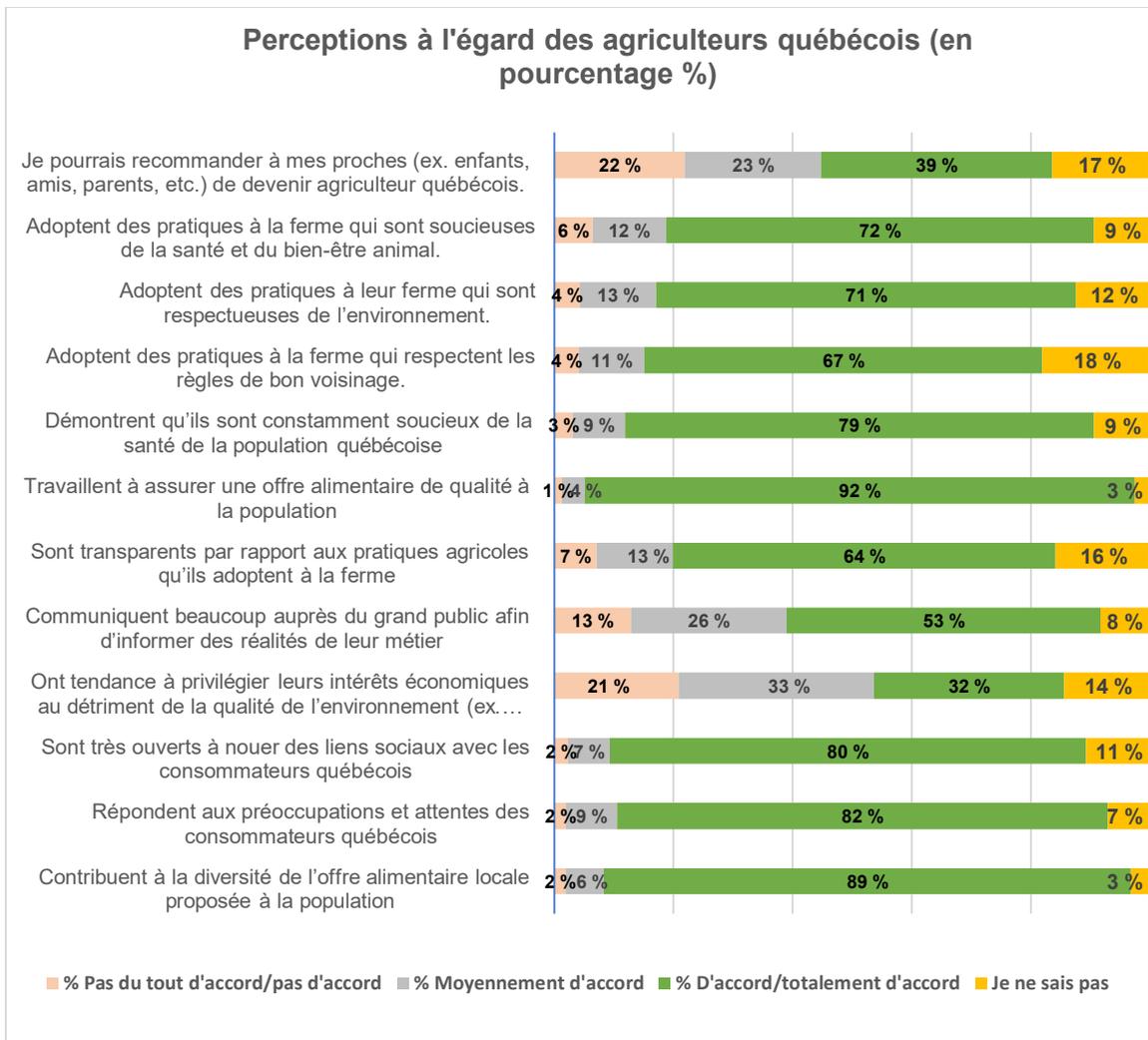


Figure 2 : Perceptions à l'égard des agriculteurs québécois

2.2.2.2. Principales différences entre les perceptions des répondants

Les tests de comparaison de moyennes (ANOVA) réalisés permettent de constater que l'opinion à l'égard des agriculteurs varie considérablement en fonction d'un ensemble de facteurs sociodémographiques, comme le genre, l'âge et la localisation géographique. On observe, par exemple, que les hommes (4,08/5; ±0,78) ont une opinion plus favorable des agriculteurs que les femmes (4,01/5 ±0,75). C'est aussi le cas pour les 55 ans et plus (4,14/5; ±0,76) comparativement aux 35-54 ans (4,05/5; ±0,78) et aux 18-34 ans (3,85/5; ±0,74). Finalement, on constate que les agriculteurs jouissent d'une meilleure réputation auprès des résidents des régions de l'Ouest (4,09/5; ±0,76) et du Centre-du-Québec (4,07/5; ±0,73) que de ceux des régions métropolitaines (3,93/5; ±0,79) et de l'Est du Québec (3,98/5; ±0,82).

Une analyse comparative des perceptions entre les régions révèle des différences intéressantes. Dans les régions de l'Ouest (4,48/5; $\pm 0,65$) et du Centre (4,51/5; $\pm 0,65$), les populations perçoivent avec une plus grande saillance les efforts entrepris par les agriculteurs pour garantir une offre alimentaire de qualité. Tandis que, dans les régions métropolitaines (4/5; $\pm 1,17$) et de l'Est (4,17/5; $\pm 0,87$), les critiques à l'égard des agriculteurs sont plus dures relativement à la santé et au bien-être animal. Le constat est similaire dans ces mêmes régions métropolitaines (3,74/5; $\pm 1,4$) et de l'Est (3,60/5; $\pm 1,32$) en ce qui concerne leur tendance à privilégier leurs intérêts personnels au détriment de la qualité de l'environnement.

Les faits importants à retenir :

- Les agriculteurs (45,1 %) font partie, avec les professionnels de la santé (70 %) et les enseignants (54,8 %), des professions les plus appréciées par les répondants en raison de leur impact positif sur la société québécoise.
- Les répondants apprécient particulièrement les efforts que consentent les agriculteurs, notamment, pour assurer à la population une offre alimentaire diversifiée et de qualité avec, en filigrane, un souci constant pour la santé des citoyens/consommateurs.
- À l'inverse, les agriculteurs sont décriés surtout pour leur manque de transparence (p. ex. opacité des pratiques) envers le public et leur tendance à privilégier leur rendement économique au détriment des enjeux sociaux et environnementaux qui sont générateurs d'externalités négatives pour la société (p. ex. problèmes de voisinage).
- En dépit de leur opinion favorable, les répondants ne seraient pas prêts à recommander à leurs proches d'embrasser une carrière d'agriculteur en raison de la grande pénibilité qu'ils associent à cette profession.
- L'opinion à l'égard des agriculteurs varie en fonction du genre, de l'âge et de la localisation géographique des répondants. Les hommes en ont une meilleure opinion que les femmes. Sur les questions environnementales, celles-ci sont beaucoup plus critiques que les hommes.
- Les répondants plus âgés ont une meilleure opinion des agriculteurs que les cohortes plus jeunes.
- Les populations des zones rurales (régions de l'Ouest et du Centre) ont une meilleure appréciation des agriculteurs que celles des zones plus urbaines (régions métropolitaines et de l'Est).

2.3. Enjeux de durabilité et préoccupations des répondants

2.3.1. Niveau de préoccupation associé aux enjeux de durabilité

Les répondants, à plus de 75 %, considèrent comme importants, voire très importants, les 11 enjeux de durabilité identifiés comme les plus pertinents pour le secteur agricole québécois. Plus spécifiquement, la salubrité des aliments (92,3 %), la contamination des sols et des eaux (87,2 %), la santé et le bien-être des animaux à la ferme (86,6 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et des travailleurs agricoles (85,3 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments produits (85,2 %) ainsi que le prix des intrants et l'inflation (85 %) constituent les aspects de la durabilité qui leur tiennent le plus à cœur.

À l'inverse, l'impact des changements climatiques sur l'agriculture (83,8 %), la relève agricole (82,6 %), l'accessibilité des terres agricoles cultivables (79,1 %), l'utilisation des pesticides (77,2 %) et l'achat local (75,8 %) font partie de la catégorie d'enjeux qu'ils considèrent comme secondaire.

Ces résultats méritent quelques observations pertinentes. Tout d'abord, le fait que l'achat local constitue l'enjeu le moins important n'est pas fortuit et corrobore, d'ailleurs, les conclusions d'autres études mettant en évidence une baisse de l'intérêt des citoyens/consommateurs québécois pour la provenance locale depuis la période postpandémique (Korai, Lambert & Ducharme, 2024). En ce qui concerne l'utilisation des pesticides, il peut être surprenant de constater que, malgré sa très forte médiatisation publique, cet enjeu apparaît comme l'un des moins importants pour les répondants.

Ce paradoxe pourrait s'expliquer par l'ancrage essentiellement alimentaire autour duquel les répondants construisent leurs représentations de la problématique des pesticides. En effet, dans leur catégorisation mentale, la préoccupation pour les pesticides se traduit surtout par leurs effets sur les propriétés organoleptiques et nutritionnelles des aliments qu'ils consomment, notamment en matière de salubrité, de qualité et de toxicité (contamination des ressources utilisées pour produire directement ces aliments).

Finalement, pour ce qui est des enjeux tels que l'impact des changements climatiques, la relève agricole et l'accessibilité des terres agricoles cultivables, leur faible importance relative tient essentiellement au niveau de littératie agricole des répondants. En effet, parmi les 11 enjeux de durabilité identifiés, la relève agricole (2,67/5; $\pm 0,97$) et l'accessibilité des terres agricoles cultivables (2,69/5; $\pm 1,01$) sont ceux qui ont obtenu les scores moyens de connaissances les plus faibles. Les répondants semblent donc moins préoccupés par ces enjeux, pas nécessairement par manque d'intérêt, mais plutôt par déficit informationnel.

Les changements climatiques (3,23/5; ±0,95) constituent une spécificité intéressante puisqu'ils font partie des enjeux ayant obtenu les scores de connaissances les plus élevés. Le fait qu'ils se retrouvent parmi les enjeux considérés comme les moins importants révèle potentiellement certains biais de compétences chez les répondants, qui, croyant à tort qu'ils sont bien informés/outillés à ce sujet, finissent par leur conférer une importance secondaire.

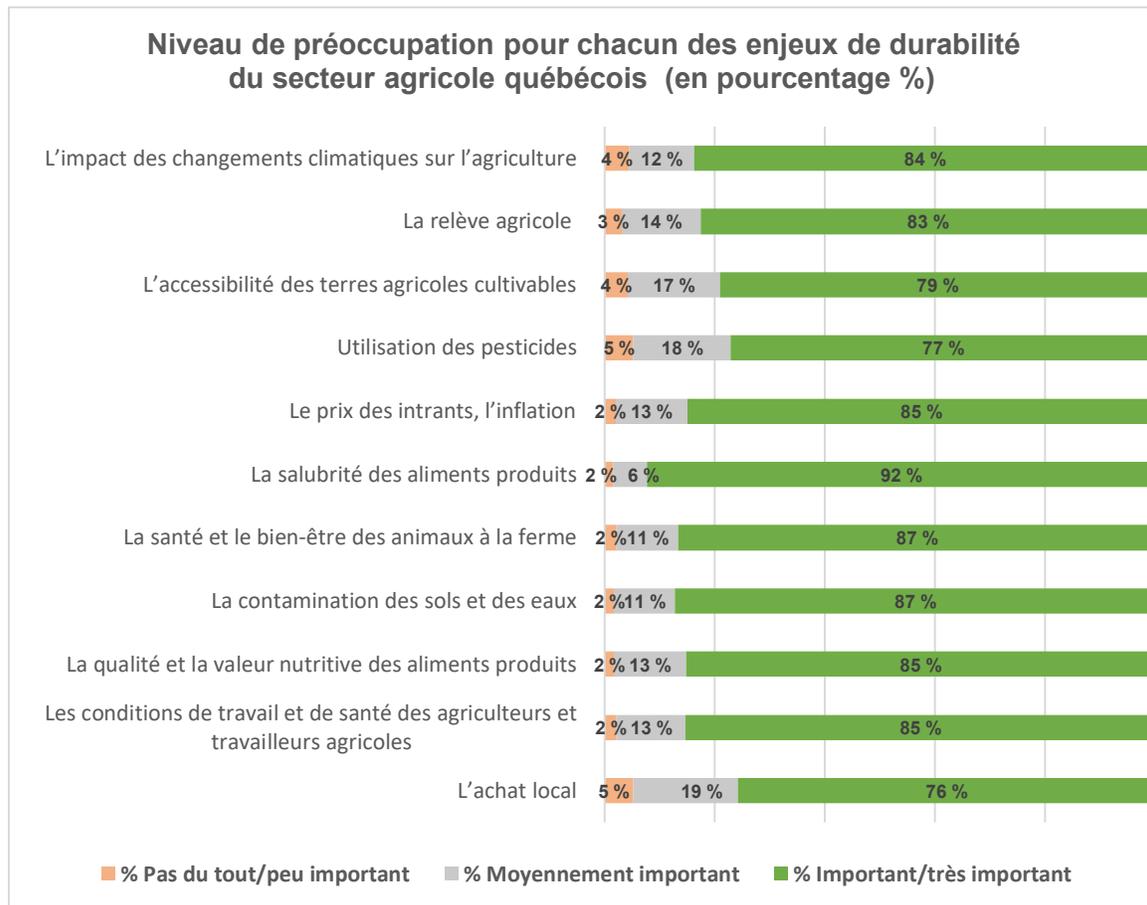


Figure 3 : Niveau de préoccupation pour chacun des enjeux de durabilité du secteur agricole québécois

2.3.2. Principales différences entre les niveaux de préoccupation des répondants

L'importance accordée à chacun des enjeux de durabilité dépend de facteurs tels que le genre, l'âge, le revenu et la localisation géographique des répondants. On observe, par exemple, que les femmes manifestent un niveau de préoccupation nettement plus élevé que les hommes pour l'ensemble des enjeux, à l'exception de la relève agricole et de l'accessibilité des terres agricoles cultivables (non significatifs). Les différences sont toutes significatives pour l'âge et permettent de constater que l'importance accordée aux différents enjeux est nettement plus marquée chez la tranche d'âge des 55 ans que chez celles des 35-54 ans et des 18-34 ans.

En ce qui concerne le revenu, les ménages les moins aisés (moins de 79 999 \$) sont davantage préoccupés par les enjeux de durabilité que leurs homologues plus aisés (80 000 \$ et plus). Cela pourrait s'expliquer par le fait que la plupart de ces enjeux (changements climatiques, inflation, etc.) ont une incidence directe plus forte sur le quotidien et la qualité de vie des ménages moins aisés, qui sont, d'ailleurs, plus exposés aux vulnérabilités et aux conséquences induites par les chocs mondiaux (climatiques, économiques, crises sociales). Ces différences entre les groupes sont particulièrement évidentes pour les enjeux concernant la contamination des sols et des eaux, la santé et le bien-être des animaux à la ferme, le prix des intrants et l'inflation, la relève agricole et les changements climatiques.

Finalement, on observe que les résidents de l'Ouest du Québec sont plus préoccupés que ceux des autres régions (Est, Centre et Métropolitaine) par la question de la contamination des sols et des eaux. Pour la question des changements climatiques, le niveau d'inquiétude est plus élevé dans les régions métropolitaines que dans les trois autres. Les régions du Centre se distinguent particulièrement par le fait qu'elles sont les moins préoccupées par l'enjeu de la santé et du bien-être animal.

Les faits importants à retenir :

- Les répondants dans l'ensemble sont sensibles aux enjeux de durabilité du secteur agricole québécois.
- La salubrité des aliments (92,3 %), la contamination des sols et des eaux (87,2 %), la santé et le bien-être des animaux à la ferme (86,6 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et des travailleurs agricoles (85,3 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments produits (85,2 %) ainsi que le prix des intrants et l'inflation (85 %) constituent les enjeux perçus comme les plus importants par les répondants.
- À l'inverse, l'impact des changements climatiques sur l'agriculture (83,8 %), la relève agricole (82,6 %), l'accessibilité des terres agricoles cultivables (79,1 %), l'utilisation des pesticides (77,2 %) et l'achat local (75,8 %) constituent les enjeux les moins préoccupants à leur avis.
- Le genre, l'âge, le revenu et la localisation géographique influencent l'importance que les répondants accordent à chacun des enjeux de durabilité.
- Pour la majorité des enjeux, les femmes manifestent un niveau de préoccupation nettement plus élevé que les hommes.
- Les répondants plus âgés démontrent une plus grande sensibilité aux préoccupations de durabilité que les cohortes plus jeunes.
- Les ménages les moins aisés (moins de 79 999 \$) sont plus préoccupés par les enjeux de durabilité que les ménages plus aisés (80 000 \$ et plus).
- Les répondants des régions métropolitaines démontrent un niveau de préoccupation plus élevé que ceux des autres régions pour l'enjeu des changements climatiques.
- Les répondants des régions de l'Ouest sont beaucoup plus préoccupés par l'enjeu de la contamination des sols et des eaux que ceux des autres régions (Est, Centre et Métropolitaine).

- Les régions du Centre sont les moins préoccupées par l'enjeu de la santé et du bien-être animal.

2.4. Responsabilité et attribution des efforts de durabilité

2.4.1. Perceptions des efforts de durabilité des acteurs agricoles

À l'exception de l'enjeu sur le prix des intrants et l'inflation (48,4 %), au moins un répondant sur deux reconnaît que, ces dernières années, les acteurs du secteur agricole ont fourni des efforts considérables sur l'ensemble des enjeux prioritaires de durabilité.

De manière plus spécifique, ces efforts sont mieux perçus²⁰ pour l'achat local (82,8 %), les changements climatiques (70,7 %), la santé et le bien-être des animaux à la ferme (65,7 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et des travailleurs agricoles (64,2 %), l'utilisation des pesticides (64 %), la salubrité des aliments (62,8 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments (61,1 %) ainsi que la contamination des sols et des eaux (60,7 %).

De prime abord, il est surprenant de constater que plusieurs des enjeux considérés comme les plus préoccupants par les répondants (p. ex. salubrité des aliments, contamination des sols et des eaux, santé et bien-être des animaux) ne figurent pas dans le peloton de tête des enjeux avec la plus grande perception d'efforts de durabilité. À l'inverse, plusieurs des sujets les moins préoccupants (p. ex. achat local, changements climatiques, utilisation des pesticides) constituent ceux où les répondants perçoivent le plus d'efforts de durabilité. Il y a donc un véritable besoin d'arrimage à combler afin de mieux s'adapter aux attentes de durabilité des citoyens/consommateurs à l'égard de chacun de ces enjeux.

L'analyse des tendances de réponses met aussi en lumière le fait qu'une proportion considérable de répondants semblent partagés par rapport aux efforts de durabilité déployés par les acteurs agricoles. En effet, à l'exception des enjeux sur l'achat local (15,2 %) et les changements climatiques (26,8 %), ils sont au moins 30 % à percevoir qu'il n'y a ni plus ni moins d'efforts sur chacun des autres enjeux. Parmi les thématiques suscitant le taux d'indécision le plus élevé²¹ figurent, dans l'ordre, les terres agricoles (40,6 %), la relève agricole (37,9 %), le prix des intrants et l'inflation (37,5 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments (36,3 %), la contamination des eaux et des sols (35,2 %) et la salubrité des aliments (35,1 %).

Même si le pourcentage de répondants n'ayant perçu aucun effort sur ces différents enjeux reste minime dans l'ensemble (autour de 5 % maximum), il n'en demeure pas moins que, pour la question du prix des intrants, près de 14,1 % des répondants ont estimé n'avoir constaté

²⁰ Nous avons seulement indiqué les enjeux suscitant au moins 60 % d'accord chez les répondants.

²¹ Nous avons conservé uniquement les enjeux ayant un taux d'accord d'au moins 35 %.

absolument aucun changement notable dans l'engagement des acteurs agricoles. Ces constatations mettent en évidence la nécessité d'élucider les facteurs explicatifs de ces niveaux considérables d'indécision et de négation.

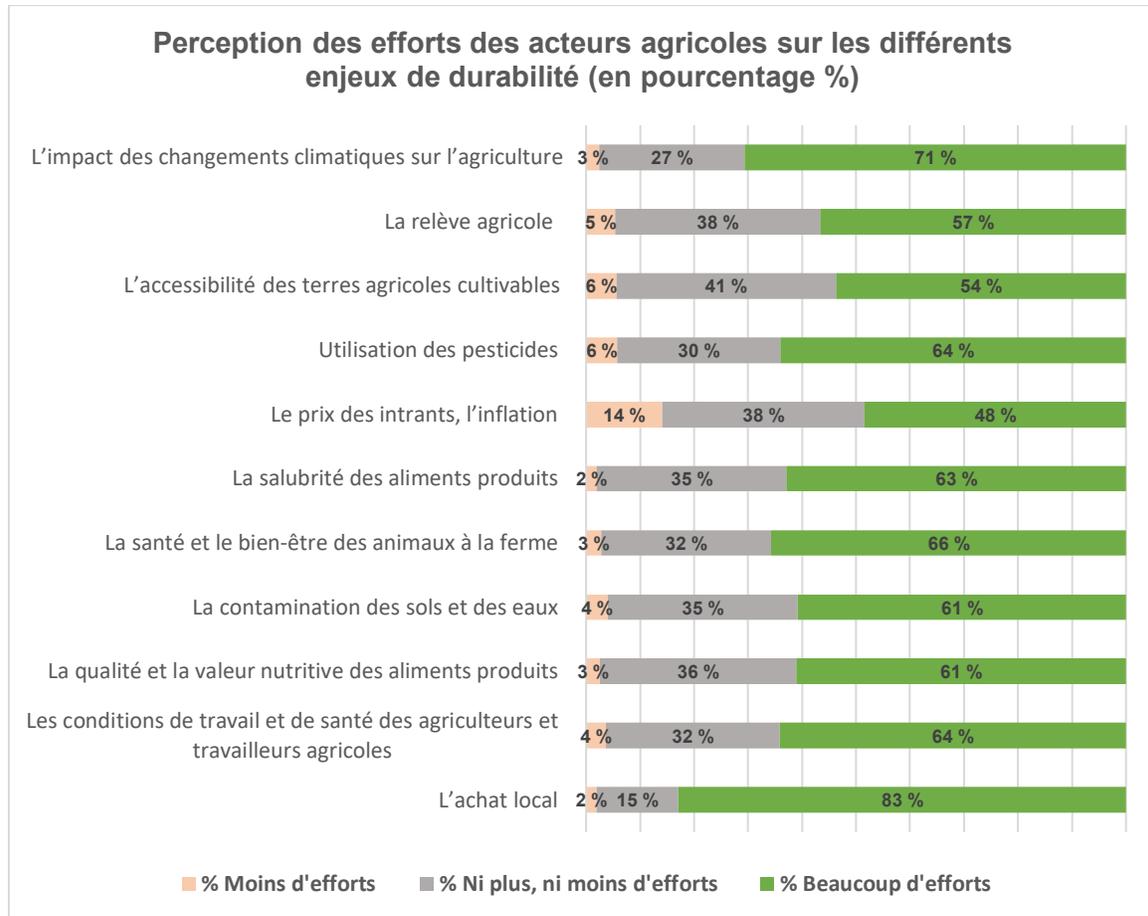


Figure 4 : Perception des efforts des acteurs agricoles sur les différents enjeux de durabilité

Les faits importants à retenir :

- Les répondants reconnaissent que des efforts considérables ont été faits ces dernières années par les acteurs du secteur agricole sur la majorité des enjeux de durabilité.
- Ces efforts sont davantage perceptibles principalement en ce qui concerne l'achat local (82,8 %), les changements climatiques (70,7 %), la santé et le bien-être des animaux à la ferme (65,7 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et des travailleurs agricoles (64,2 %), l'utilisation des pesticides (64 %), la salubrité des aliments (62,8 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments (61,1 %) ainsi que la contamination des sols et des eaux (60,7 %).
- Sur d'autres enjeux, tels que les terres agricoles (40,6 %), la relève agricole (37,9 %), le prix des intrants et l'inflation (37,5 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments (36,3 %), la contamination des eaux et des sols (35,2 %) et la salubrité des aliments (35,1 %), un plus grand nombre de répondants semblent davantage partagés, considérant que ni plus ni moins d'efforts ont été faits.

- Le prix des intrants et l'inflation (14 %) constituent l'enjeu pour lequel un plus grand nombre de répondants n'a perçu aucun effort notable.

2.4.2. Perception de la responsabilité des acteurs agricoles quant aux efforts sur les enjeux

Les producteurs et le gouvernement ont été identifiés par les répondants comme les principaux responsables des actions de durabilité à mettre en œuvre pour chacun des enjeux. Plus précisément, **les producteurs** sont cités au premier niveau de responsabilité pour des sujets tels que l'utilisation des pesticides (89,6 %), la relève agricole (86,9 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et travailleurs agricoles (85,4 %), la contamination des sols et des eaux (85%), la qualité et la valeur nutritive des aliments (83,9 %) et la salubrité des aliments (77,2 %). Leur responsabilité est engagée en second lieu pour les changements climatiques (69,8 %) et l'achat local (46,4 %).

En ce qui concerne **le gouvernement**, sa responsabilité est engagée prioritairement sur les enjeux tels que les changements climatiques (74,3 %) et le prix des intrants et l'inflation (62,7 %). Il apparaît au second niveau de responsabilité pour des thématiques telles que les conditions de travail et de santé des agriculteurs et travailleurs agricoles (74,9 %), la relève agricole (72,2 %) et l'utilisation des pesticides (70,9 %).

On voit aussi apparaître dans cette cartographie des responsabilités d'autres acteurs tels que **les transformateurs**, qui occupent le second rang sur des enjeux comme la qualité et la valeur nutritive des aliments (56,3 %) et la salubrité des aliments (54,7 %), **les détaillants et distributeurs alimentaires**, aussi au second rang pour le prix des intrants et l'inflation (50,9 %) et, finalement, **les consommateurs** en tant que principaux responsables de l'achat local (65,7 %).

Ces résultats mettent surtout en évidence la nécessité pour les associations de producteurs et les faîtières gouvernementales chargées de ces différents enjeux de mieux visibiliser leurs réalisations et acquis en matière de durabilité auprès du grand public. Par ailleurs, le fait que, sur des enjeux particuliers, comme la salubrité et la qualité et la valeur nutritive des aliments, les producteurs soient largement plus responsables que les transformateurs questionne énormément, quand on sait que la problématique des aliments ultra-transformés et leurs impacts sur la santé font l'objet de vives controverses ces dernières années. Il apparaît donc pertinent de préciser la façon dont les citoyens/consommateurs construisent leurs imaginaires de durabilité relativement à la production et à la transformation.

Par exemple, la praticité, la disponibilité et le caractère économique souvent associés aux aliments transformés leur confèrent-ils une plus grande valeur en matière de durabilité?

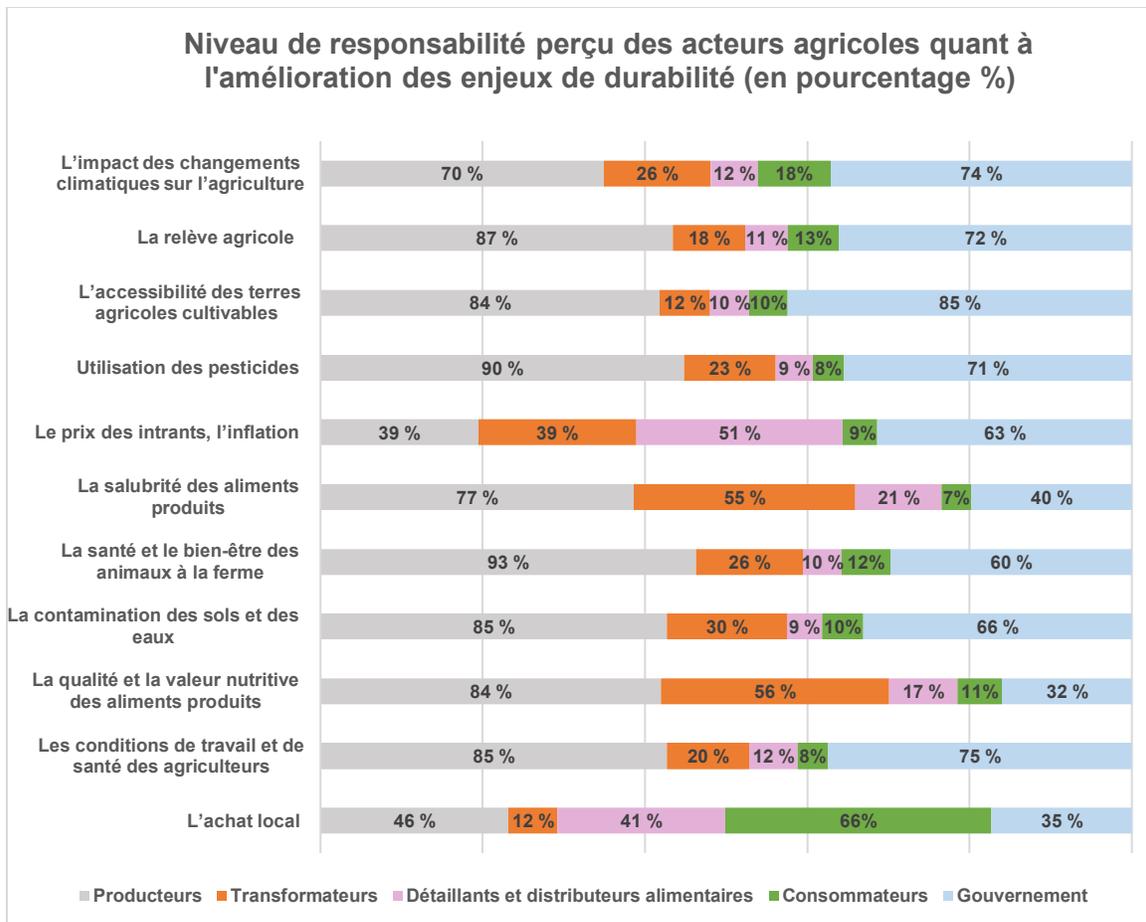


Figure 5 : Pourcentage de répondants indiquant les acteurs agricoles comme principaux responsables de l'amélioration des enjeux de durabilité

Les faits importants à retenir :

- Les producteurs et le gouvernement apparaissent comme les acteurs les plus responsables des efforts à mettre en œuvre pour la durabilité de l'agriculture québécoise.
- La responsabilité des producteurs est prioritairement engagée pour des enjeux tels que l'utilisation des pesticides (89,6 %), la relève agricole (86,9 %), les conditions de travail et de santé des agriculteurs et travailleurs agricoles (85,4 %), la qualité et la valeur nutritive des aliments (83,9 %) et la salubrité des aliments (77,2 %).
- La responsabilité du gouvernement est prioritairement engagée pour des enjeux tels que le prix des intrants et l'inflation (62,7 %) et les changements climatiques (74,3 %).
- Les transformateurs sont perçus comme ayant un rôle plus secondaire, mais déterminant pour les enjeux tels que la qualité et la valeur nutritive des aliments (56,3 %) et la salubrité des aliments (54,7 %).

- Le prix des intrants et l'inflation (50,9 %) sont perçus comme un enjeu à l'égard duquel les détaillants et les distributeurs alimentaires devront démontrer plus d'engagement à l'égard de la durabilité.
- Les répondants en tant que consommateurs estiment qu'il est de leur propre ressort d'agir pour une meilleure pénétration de l'achat local dans leurs habitudes de consommation (65,4 %).

2.4.3. Perception de la responsabilité des acteurs agricoles quant à l'éducation du public

En ce qui concerne plus spécifiquement l'éducation des citoyens/consommateurs, les enquêtés ont été invités à identifier les acteurs qu'ils perçoivent comme les principaux responsables de leur littératie sur les réalités et enjeux de durabilité du secteur agricole québécois. Les résultats indiquent des tendances qui vont dans le même sens que celles observées précédemment à propos de la responsabilité des efforts de durabilité.

Tout comme ils tiennent les producteurs et le gouvernement principalement responsables des efforts à faire sur les différents enjeux, les répondants identifient ces deux acteurs également comme acteurs prioritaires de leur éducation en matière de durabilité. En effet, les professionnels du MAPAQ (et autres fonctionnaires de ministères associés) (67,6 %) et les producteurs agricoles (62,4 %) figurent en tête de liste dans les opinions exprimées. Viennent ensuite les accompagnateurs du milieu agricole (p. ex. conseillers, agronomes, spécialistes du transfert de connaissances) (55,2 %) et les institutions d'enseignement et de recherche en agriculture (50,7 %).

Comme on peut le constater, ces acteurs interviennent pour la plupart directement en amont de la chaîne de valeur. Cela laisse donc penser que, dans l'imaginaire des répondants, la durabilité est généralement associée aux pratiques essentiellement déployées à l'échelle de la ferme. Cette intuition semble se confirmer quand on s'attarde aux enjeux de durabilité identifiés comme les plus importants par les répondants. La grande majorité de ces enjeux intervient au stade de la production agricole, ce qui soulève, par conséquent, la problématique de l'incapacité du public à percevoir le caractère systémique de la durabilité (qui s'applique normalement à l'ensemble de la chaîne de valeur). Pour faire écho à cette constatation, on observe, par exemple, que les transformateurs/industriels agroalimentaires (41,2 %), les citoyens (36,2 %) et la grande distribution alimentaire (35,3 %), tous des acteurs en aval de la chaîne de valeur, constituent les intervenants éducatifs les moins cités par les répondants.

Partant de ces analyses, il serait donc important de faciliter la littératie agricole du public en lui démontrant la façon dont chacun des enjeux de durabilité pourrait se décliner

concrètement aux différentes étapes de la chaîne de valeur et la manière dont les acteurs spécifiques de ces maillons peuvent se l'approprier.

Une autre observation intéressante procède de l'importance que les répondants accordent aux associations de protection comme acteurs majeurs de leur éducation.

En effet, les associations de consommateurs (44,4 %) et les groupes environnementaux (44,2 %) arrivent tout juste derrière les acteurs directs du secteur agricole (producteurs, conseillers agricoles, MAPAQ, etc.), ce qui semble confirmer le rôle de contrepuissance informationnel que leur confèrent parfois par les citoyens/consommateurs. Contre toute attente, les médias (42,7 %) font partie des acteurs dont la responsabilité est la moins évidente. Les répondants semblent davantage les percevoir comme des intermédiaires de diffusion par lesquels devront transiter les informations produites par les acteurs cités en première ligne.

Finalement, l'importance relativement faible que les citoyens eux-mêmes (36,2 %) accordent à leur niveau de responsabilité tend peut-être à mettre en évidence un manque de compétences et de littératie qui les oblige à dépendre des itinéraires informationnels des autres acteurs. Il convient de mieux outiller les citoyens/consommateurs, d'une part, en mettant à leur disposition des outils informationnels et, d'autre part, en les engageant dans des démarches d'apprentissage immersives leur permettant de développer une plus grande réflexivité d'action et de responsabilité relativement aux enjeux de durabilité.

Les faits importants à retenir :

- Les producteurs et le gouvernement sont perçus comme les principaux responsables de l'éducation des citoyens aux enjeux de durabilité du secteur agricole.
- Une responsabilité plus secondaire est attribuée respectivement aux accompagnateurs du milieu agricole (p. ex. conseillers, agronomes, spécialistes du transfert de connaissances) (55,2 %), aux institutions d'enseignement et de recherche en agriculture (50,7 %), aux associations de consommateurs (44,4 %) et aux groupes environnementaux (44,2 %).
- Les acteurs en aval de la chaîne de valeur (les transformateurs/industriels agroalimentaires (41,2 %), les citoyens (36,2 %) et la grande distribution alimentaire (35,3 %) sont généralement perçus comme les moins responsables de l'éducation du public aux enjeux de durabilité.

2.5. Littératie agricole

2.5.1. Niveau de connaissances des enjeux de durabilité

Globalement, les répondants jugent insuffisant leur niveau de connaissances sur les enjeux de durabilité. Moins de 60 % d'entre eux affirment disposer d'un bon, voire d'un très bon niveau, de connaissances de ces enjeux. Sans surprise, l'achat local (56,3 %) ainsi que la qualité et la valeur nutritive (51,8 %) se distinguent comme les thématiques ayant recueilli le plus d'évaluations positives.

Celles-ci sont suivies de loin par les changements climatiques (37,6 %), la salubrité des aliments (37,3 %) et le prix des intrants et l'inflation (34,9 %).

On note également une proportion élevée (40 % et plus) de répondants ayant indiqué disposer d'un niveau moyen de connaissances. Cela concerne surtout certains enjeux tels que l'utilisation des pesticides (43,6 %), les changements climatiques (42,5 %), la santé et le bien-être des animaux (41 %), la salubrité des aliments (41 %) et les conditions de travail des agriculteurs et des travailleurs agricoles (40,5 %).

Une bonne majorité (autour de 40 % et plus) des enquêtés a aussi déclaré disposer d'un niveau de connaissances faible à médiocre relativement à des sujets tels que l'accessibilité des terres agricoles (45,4 %), la relève agricole (44,6 %) et la contamination des sols et des eaux (39,5 %).

En additionnant les pourcentages de répondants considérant leur niveau de connaissances comme faible et moyen, il est possible d'identifier cinq enjeux prioritaires sur lesquels devront se concentrer les efforts d'éducation et de sensibilisation : la relève agricole (81,9 %), l'accessibilité des terres agricoles (79,2 %), la contamination des sols et des eaux (79,2 %), l'utilisation des pesticides (77,5 %) et les conditions de travail des agriculteurs et des travailleurs agricoles (71,4 %).

Un profilage des répondants sur ces enjeux problématiques permet de mettre en lumière certaines caractéristiques communes : il s'agit d'un nombre relativement équivalent d'hommes (48,8 %) et de femmes (50,9 %), âgés pour la plupart de 35 ans et plus (74,6 %), disposant majoritairement d'un diplôme d'études collégiales (34,7 %) ou de premier cycle universitaire (24 %), et faisant partie des classes moyenne (40 000 \$ - 79 999 \$) (30,9 %) et élevée (80 000 \$ et plus) (49,3 %).

De plus, ces répondants se retrouvent essentiellement dans l'Ouest (37,2 %) et dans les régions métropolitaines (29,5 %) du Québec, et 79,1 % d'entre eux rapportent n'avoir aucune expérience antérieure, qu'elle soit professionnelle ou académique, avec les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition, de la santé ou des sciences naturelles.

Par ailleurs, leur situation de ménage indique qu'ils vivent pour la plupart en couple (40,1 %) et que seulement 14,1 % d'entre eux ont des enfants de moins de 12 ans et 13,9 %, des enfants de 12 à 18 ans.

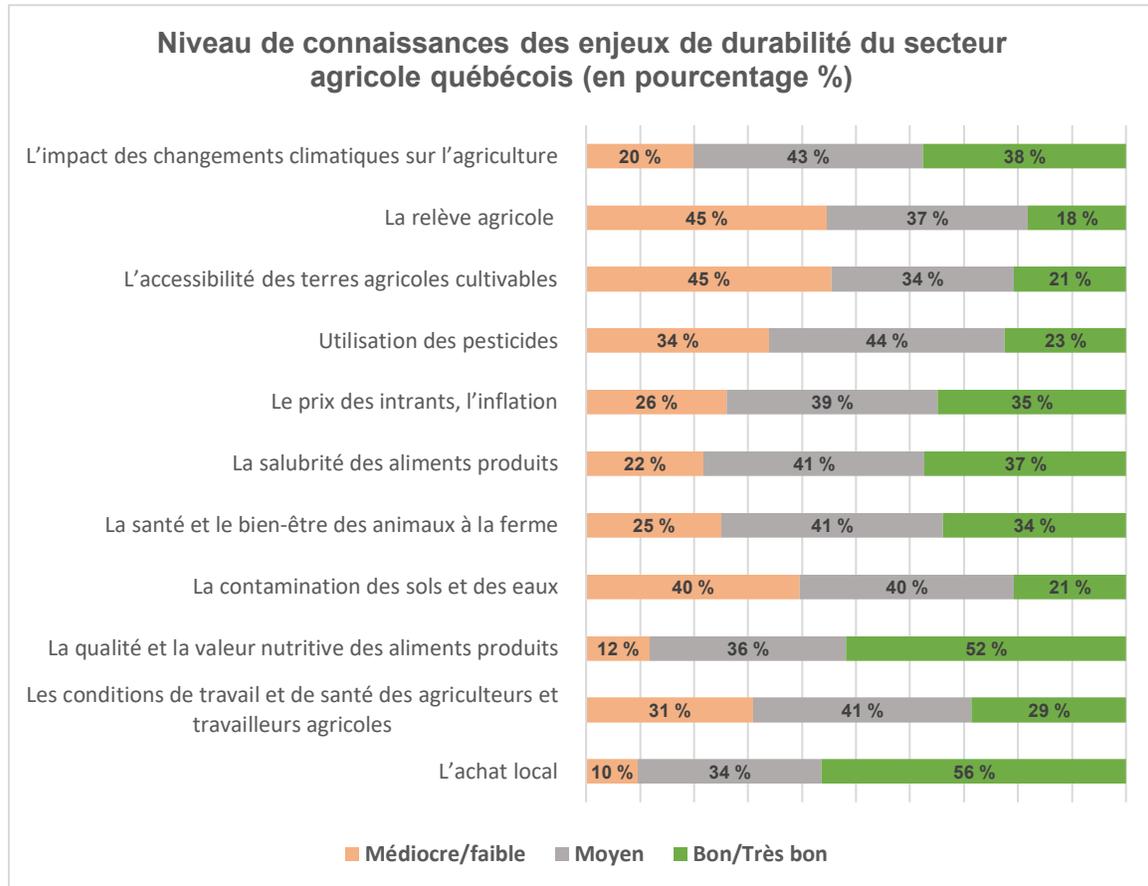


Figure 6 : Niveau de connaissances des enjeux de durabilité du secteur agricole québécois

Les faits importants à retenir :

- Les répondants présentent dans l'ensemble une faible littératie agricole.
- L'achat local (56,3 %) ainsi que la qualité et la valeur nutritive des aliments (51,8 %) sont les enjeux pour lesquels les répondants considèrent leur littératie agricole comme suffisante.
- Sur d'autres enjeux, comme l'utilisation des pesticides (43,6 %), les changements climatiques (42,5 %), la santé et le bien-être des animaux (41 %), la salubrité des aliments (41 %) et les conditions de travail des agriculteurs et des travailleurs agricoles (40,5 %), la littératie agricole des répondants est considérée de niveau moyen.
- L'accessibilité des terres agricoles (45,4 %), la relève agricole (44,6 %) et la contamination des sols et des eaux (39,5 %) constituent les enjeux pour lesquels le niveau de connaissances des répondants est le plus faible.
- Ces répondants ayant une faible littératie en matière de connaissances des enjeux de durabilité sont principalement des hommes (48,8 %) et des femmes (50,9 %), âgés

pour la plupart de 35 ans et plus (74,6 %), disposant pour la grande majorité d'un diplôme d'études collégiales (34,7 %) ou de premier cycle universitaire (24 %) et faisant partie des classes moyenne (40 000 \$ - 79 999 \$) (30,9 %) et élevée (80 000 \$ et plus) (49,3 %). Ils habitent essentiellement dans l'Ouest (37,2 %) et dans les régions métropolitaines (29,5 %) du Québec, et 79,1 % n'ont aucune expérience antérieure, qu'elle soit professionnelle ou académique, avec les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition, de la santé ou des sciences naturelles. Ce sont des ménages qui vivent pour la plupart en couple (40,1 %). 14,1 % d'entre eux ont des enfants de moins de 12 ans et 13,9 %, des enfants de 12 à 18 ans.

2.5.2. Niveau de connaissances des pratiques agroenvironnementales

Les carences en connaissances observées précédemment pour la majorité des enjeux de durabilité sont également perceptibles lorsque les répondants sont évalués sur leur niveau de connaissances des pratiques agroenvironnementales (PA) identifiées comme prioritaires dans le PAD 2020-2030. À peine un répondant sur deux est en mesure d'identifier les PA, à l'exception de la réduction de l'utilisation des pesticides (65,3 %) et de l'amélioration de la santé et de la conservation des sols (56,3 %). Ce déficit de connaissances (les taux de reconnaissance les plus faibles) est plus palpable pour les aménagements favorables à la biodiversité (46,6 %), la gestion des matières fertilisantes (46,2 %), la présence de bandes riveraines (45 %), la gestion de l'eau (43,9 %) et les haies arbustives ou îlots boisés (40 %).

Cette hiérarchisation confirme certaines conclusions précédentes voulant que les citoyens/consommateurs soient davantage au fait des enjeux auxquels ils sont le plus exposés dans les médias. Les pesticides et leur impact sur la qualité des sols constituent justement des questions qui traversent régulièrement l'espace médiatique au Québec. Toutefois, on perçoit également qu'il y a un réel besoin de mieux vulgariser les pratiques agroenvironnementales dans leur ensemble en surmontant le principal défi lié à leur grande technicité. Pour mieux les vulgariser, on pourrait entre autres cadrer plus efficacement leurs retombées directes et concrètes sur les habitudes de consommation des citoyens/consommateurs. Par exemple, pour une pratique telle que la santé et la conservation des sols, on pourrait mettre en évidence la manière dont les bénéfices agronomiques documentés (bonne aération du sol, disponibilité des nutriments, réduction des maladies racinaires, etc.) peuvent concrètement se répercuter dans la réalité du consommateur (p. ex. une plus grande disponibilité des aliments et une baisse potentielle de leur prix en raison d'une meilleure productivité à la ferme).

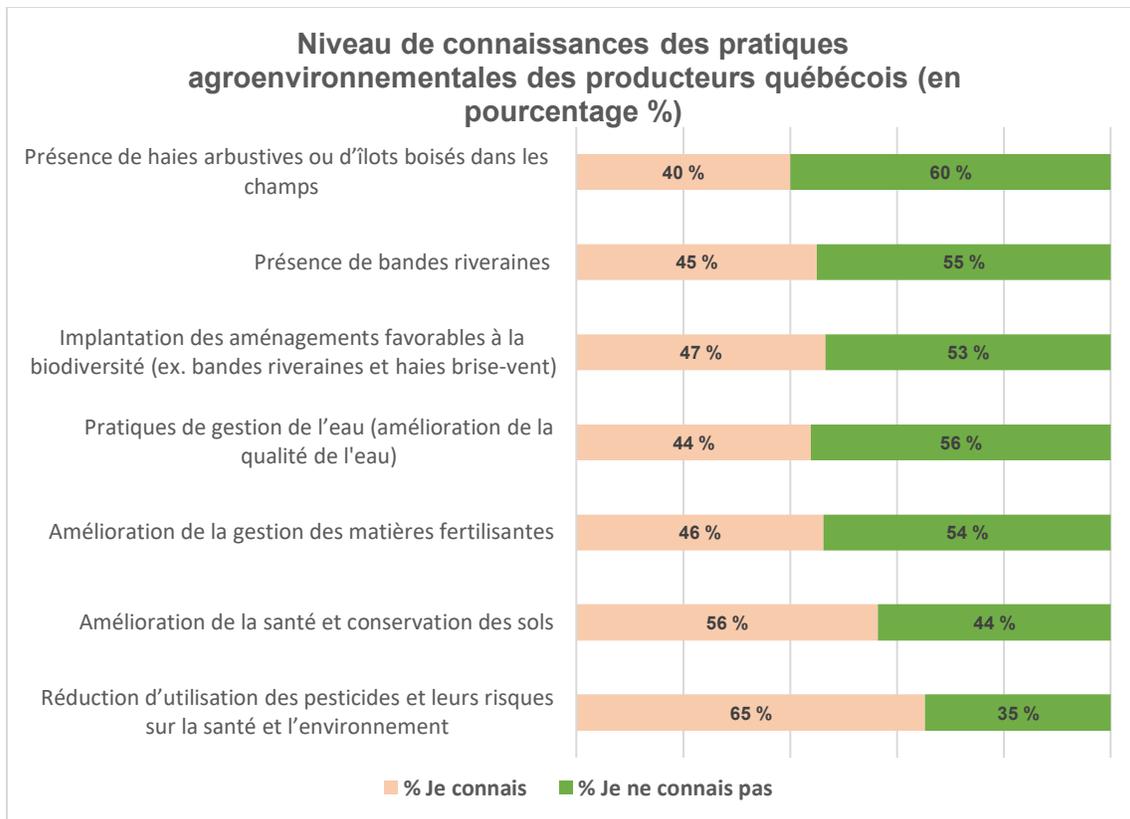


Figure 7 : Niveau de connaissances des pratiques agroenvironnementales des producteurs québécois

Les faits importants à retenir :

- À peine un répondant sur deux est en mesure d'identifier correctement la majorité des pratiques agroenvironnementales adoptées par les producteurs québécois.
- Les pratiques de réduction de l'utilisation des pesticides (65,3 %) et d'amélioration de la santé et de la conservation des sols (56,3 %) sont celles qui ont été adéquatement identifiées par la majorité des répondants.
- Les pratiques pour lesquelles les répondants ont manifesté un plus grand déficit de connaissances sont les aménagements favorables à la biodiversité (46,6 %), la gestion des matières fertilisantes (46,2 %), la présence de bandes riveraines (45 %), la gestion de l'eau (43,9 %) et les haies arbustives ou îlots boisés (40 %).

2.5.3. Niveau de connaissances des efforts agroenvironnementaux des producteurs

Les résultats indiquent que, globalement, les répondants ont une connaissance moyenne (4,42/7; $\pm 1,89$) des efforts déployés par les producteurs agricoles pour la mise en œuvre des PA.

En proportion, il n'y a que 31,7 % de l'échantillon qui possède une connaissance assez complète (score entre 6 et 7) de ces efforts contre 28,6 % qui en a une connaissance extrêmement faible (score de 1 à 3).

Les analyses de comparaisons de moyennes indiquent des variations notables du niveau de connaissances induites par des variables telles que l'âge et l'expérience. En effet, les 55 ans et plus (4,69/7; $\pm 1,87$) possèdent un niveau de connaissances de ces efforts plus élevé que les 35-54 ans (4,35/7; $\pm 1,92$) et les 18-34 ans (4,05/7; $\pm 1,82$).

Le même constat se pose également pour les personnes ayant une expérience professionnelle ou académique antérieure dans les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition ou des sciences naturelles (4,72/7; $\pm 1,7$), comparativement à celles qui n'en ont pas (4,33/7; $\pm 1,92$).

Ce niveau de connaissances est très hétérogène selon qu'on analyse individuellement les sept catégories d'efforts agroenvironnementaux retenus dans l'étude. On observe, par exemple, qu'un grand nombre de répondants sont plus conscients du fait que les producteurs doivent très souvent sacrifier leur temps de repos ou de vacances pour faire face au surplus de travail qu'exige la mise en œuvre des PA (81,6 %); qu'ils doivent consentir de grands efforts d'adaptation afin de répondre aux risques agronomiques (maladies, ravageurs, défauts esthétiques, etc.) que font subir les changements climatiques à leurs récoltes (76,4 %); qu'ils vivent un grand niveau de stress et d'anxiété parce qu'ils doivent composer parfois avec l'inconnu relié à l'efficacité de certaines PA adoptées (75,5 %); ou encore qu'ils investissent du temps et de l'argent afin d'expérimenter des techniques favorisant une réduction de l'utilisation des pesticides (67,2 %).

À l'inverse, leurs connaissances semblent plus limitées sur les efforts, notamment financiers, que les producteurs agricoles doivent consentir (en plus) parce que les subventions qu'ils reçoivent du gouvernement pour les encourager à adopter les PA sont, dans la pratique, inférieures aux coûts et investissements financiers (p. ex. machineries, équipements) que nécessitent réellement ces pratiques (55,2 %) ainsi que sur les efforts physiques consistant, pour certains producteurs, à marcher pendant plusieurs heures dans les champs afin d'identifier les ravageurs nuisibles (52,5 %) ou à travailler à des heures indues (avant 7 h ou après 19 h) dans leurs champs afin de mieux contrôler (profiter des conditions météorologiques les plus idoines) la dispersion dans les airs des pesticides qu'ils utilisent pour traiter les cultures (33,3 %).

	%Oui	%Non
Les producteurs agricoles investissent de l'argent et du temps afin d'expérimenter des techniques favorisant une réduction de l'utilisation de pesticides au champ.	67,2 %	32,8 %
Afin de réduire l'utilisation des pesticides, les producteurs doivent marcher dans les champs afin d'identifier les ravageurs nuisibles à leurs cultures.	52,5 %	47,5 %
Les producteurs agricoles doivent vivre avec un niveau élevé de stress et d'anxiété ainsi qu'une peur de l'inconnu du fait que l'adoption des pratiques agroenvironnementales nécessite une grande adaptation au changement (p. ex. adopter des pratiques nouvelles et innovantes) qui affecte leurs habitudes quotidiennes et à laquelle ils ne sont pas nécessairement bien préparés.	75,5 %	24,5 %
Avec les changements climatiques, les cultures peuvent être plus sensibles aux maladies (p. ex. le mildiou pour la pomme de terre), aux insectes ravageurs (p. ex. pucerons, punaises) et autres défauts esthétiques (p. ex. aliments plus moches) affectant leurs récoltes.	76,4 %	23,6 %
Les subventions et autres aides que reçoivent les producteurs agricoles pour les encourager à adopter des pratiques agroenvironnementales sont, dans la pratique, inférieures aux coûts et investissements financiers (p. ex. équipements, machineries, entretien des cultures) qu'ils doivent réellement supporter pour rendre leurs pratiques au champ plus durables. Ainsi, une partie de ces coûts sont supportés par l'entreprise.	55,2 %	44,8 %
Étant donné que plusieurs fermes sont de type familial, l'essentiel du travail pour mettre en œuvre les pratiques agroenvironnementales nécessite que les agriculteurs (et leur conjoint.e.) doivent souvent sacrifier leur temps de repos ou de vacances.	81,6 %	18,4 %
Les producteurs agricoles sont amenés à traiter leurs cultures avec des pesticides généralement avant 7 h ou après 19 h (prolongeant ainsi leur temps de travail) afin de profiter de conditions météorologiques (p. ex. absence de vent, température et humidité) qui limitent les risques de dérive des pesticides en dehors des zones traitées.	33,4 %	66,6 %

Tableau 2 : Niveau de connaissances des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois

Les faits importants à retenir :

- Dans l'ensemble, les répondants ont une connaissance assez moyenne des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois.
- Seulement 31,7 % d'entre eux ont une connaissance jugée complète de ces efforts.
- Pour 28,1 % de l'échantillon, le niveau de connaissance de ces efforts est jugé très faible.
- Les efforts agroenvironnementaux qui sont les plus connus des répondants sont les suivants : les producteurs doivent très souvent sacrifier leur temps de repos ou de vacances pour faire face au surplus de travail qu'exige la mise en œuvre des PA (81,6 %); ils doivent consentir de grands efforts d'adaptation afin de répondre aux risques agronomiques (p. ex. maladies, ravageurs, défauts esthétiques) que font subir les changements climatiques à leurs récoltes (76,4 %); ils vivent un grand niveau de stress et d'anxiété en raison du fait qu'ils doivent composer parfois avec l'inconnu relié à l'efficacité de certaines PA adoptées (75,5 %); ou ils investissent du temps et de l'argent afin d'expérimenter des techniques favorisant une réduction de l'utilisation des pesticides (67,2 %).
- Les efforts les moins connus sont principalement les suivants : les producteurs agricoles doivent consentir des efforts financiers (en plus) parce que les subventions qu'ils reçoivent du gouvernement pour les encourager à adopter les PA sont, dans la pratique, inférieures aux coûts et investissements financiers (p. ex. machineries, équipements) que nécessitent réellement ces pratiques (55,2 %), ainsi que des efforts physiques consistant, pour certains, à marcher pendant plusieurs heures dans les champs afin d'identifier les ravageurs nuisibles (52,5 %) ou à travailler à des heures indues (avant 7 h ou après 19 h) dans leurs champs afin de mieux contrôler (profiter des conditions météorologiques les plus idoines) la dispersion dans les airs des pesticides qu'ils utilisent pour traiter les cultures (33,3 %).
- Le fait d'être plus âgé ou d'avoir une expérience professionnelle ou académique antérieure dans les domaines de l'agriculture, de l'alimentation, de la nutrition ou des sciences naturelles garantit une connaissance suffisante des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois.

2.5.4. Perception de la durabilité des efforts agroenvironnementaux des producteurs

Les répondants ont été également sollicités afin de recueillir leurs perceptions sur le degré de durabilité des efforts agroenvironnementaux étudiés. En d'autres termes, pour chacun des sept efforts agroenvironnementaux présentés, les répondants étaient invités à se prononcer sur le degré auquel ils percevaient chacun de ces efforts comme étant 1) en dessous (insuffisant pour eux), 2) égal (le minimum pour eux) ou 3) supérieur (exceptionnel pour eux) à leurs attentes environnementales à l'égard des producteurs agricoles. Bien que ces efforts soient globalement reconnus comme importants par les répondants, les résultats montrent

qu'une grande majorité d'entre eux les considèrent au mieux comme égal à leurs attentes environnementales.

Que ce soit l'impact sur le temps de sommeil (49,2 %), les efforts logistiques et financiers supplémentaires consentis (54,3 %), les changements importants dans les routines de travail dus à l'imprévisibilité associée à l'adoption des pratiques agroenvironnementales (50,4 %) ou les nombreuses heures de marche dans les champs pour le dépistage des ravageurs (52,3 %), les efforts semblent tous s'inscrire, pour les répondants, dans une logique de normalité du travail agricole. En effet, ils considèrent qu'il s'agit d'efforts normaux associés naturellement au fait d'être producteur et qui auraient été tout de même effectués, même si des pratiques agroenvironnementales n'avaient pas été adoptées.

Cela met donc en évidence le caractère particulièrement abstrait de l'évaluation, par le public, des efforts agroenvironnementaux des producteurs, et la difficulté pour celui-ci de percevoir la valeur supplémentaire de ces efforts en comparaison avec ceux traditionnellement déployés en agriculture intensive (et historiquement mis en scène dans les médias). Il faut aussi ajouter que les répondants ont indiqué éprouver de la difficulté à répondre à cette question en raison d'un manque de repères dû à leur faible connaissance réelle de la façon dont ces efforts sont objectivement déployés par les producteurs.

Cependant, les répondants ont tendance à mieux apprécier ces efforts lorsque ceux-ci portent sur des aspects (financiers ou logistiques) présentés objectivement comme étant au-delà d'une norme habituelle. En d'autres termes, ils les considèrent comme dépassant leurs attentes environnementales lorsque ceux-ci sont présentés d'une manière qui leur permet de jauger l'intensité des efforts consentis par les producteurs. Par exemple, 41,7 % considèrent comme un effort agroenvironnemental exceptionnel le fait que les producteurs doivent parfois puiser dans leurs revenus pour compenser le manque à gagner causé par l'adoption de certaines pratiques agroenvironnementales pour lesquelles les subventions et aides qu'ils reçoivent du gouvernement sont, dans la pratique, inférieures aux coûts qu'ils supportent réellement.

C'est le cas également lorsque les répondants sont informés que les producteurs sont contraints de puiser des heures supplémentaires dans le peu de temps (de repos et de vacances) dont ils disposent afin de répondre aux exigences additionnelles que nécessite la mise en œuvre des PA (45,8 %).

Par conséquent, il serait donc judicieux que la communication visant à valoriser les producteurs utilise des cadrages qui mettent en évidence des données probantes sur l'intensité des efforts supplémentaires requis à la ferme pour rendre les pratiques plus durables (p. ex. cela prend trois heures de plus à un producteur pour répondre aux exigences administratives liées à l'adoption de pratiques durables à la ferme). Ces cadrages devront privilégier les efforts

agroenvironnementaux qui affectent prioritairement la santé physique (82,8 %) et le bien-être psychologique des producteurs (81,6 %) et qui ont un impact positif avéré sur l'environnement (78,1 %).

Ce sont ces trois catégories que les répondants jugent les plus pertinentes pour leur permettre de valoriser un effort agroenvironnemental à son plein potentiel (le considérer comme exceptionnel ou au-delà de leurs attentes environnementales).

	% En dessous de mes attentes	% Égal à mes attentes	% Supérieur à mes attentes
Les producteurs agricoles investissent de l'argent et du temps afin d'expérimenter des techniques favorisant une réduction de l'utilisation de pesticides au champ.	9,3 %	49,8 %	40,8 %
Afin de réduire l'utilisation des pesticides, les producteurs doivent marcher dans les champs afin d'identifier les ravageurs nuisibles à leurs cultures.	11,9 %	52,3 %	35,8 %
Les producteurs agricoles doivent vivre avec un niveau élevé de stress et d'anxiété ainsi qu'une peur de l'inconnu du fait que l'adoption des pratiques agroenvironnementales nécessite une grande adaptation au changement (p. ex. adopter des pratiques nouvelles et innovantes) qui affecte leurs habitudes quotidiennes et à laquelle ils ne sont pas nécessairement bien préparés.	12,0 %	50,4 %	37,6 %
Avec les changements climatiques, les cultures peuvent être plus sensibles aux maladies (p. ex. le mildiou pour la pomme de terre), aux insectes ravageurs (p. ex. pucerons, punaises) et autres défauts esthétiques (p. ex. aliments plus moches) affectant leurs récoltes.	11,5 %	54,3 %	34,2 %
Les subventions et autres aides que reçoivent les producteurs agricoles pour les encourager à adopter des pratiques agroenvironnementales sont, dans la pratique, inférieures aux coûts et investissements financiers (p. ex. équipements, machineries, entretien des cultures) qu'ils doivent réellement supporter pour rendre leurs pratiques au champ plus durables. Ainsi, une partie de ces coûts sont supportés par l'entreprise.	16,1 %	42,2 %	41,7 %
Étant donné que plusieurs fermes sont de type familial, l'essentiel du travail pour mettre en œuvre les pratiques agroenvironnementales nécessite que les agriculteurs (et leur conjoint.e) doivent souvent sacrifier leur temps de repos ou de vacances.	10,2 %	43,9 %	45,8 %

Tableau 3 : Perception du niveau de durabilité des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois

Les faits importants à retenir :

- La grande majorité des efforts agroenvironnementaux présentés aux répondants sont perçus comme étant tout au mieux égaux à leurs attentes environnementales à l'égard des producteurs québécois.
- Sur les sept efforts agroenvironnementaux présentés, seulement deux sont perçus par les répondants comme étant au-delà de leurs attentes environnementales : les producteurs doivent parfois puiser dans leurs revenus pour compenser le manque à gagner causé par l'adoption de certaines pratiques agroenvironnementales pour lesquelles les subventions et aides qu'ils reçoivent du gouvernement sont, dans la pratique, inférieures à ce qu'ils supportent réellement (41,7 %), et les producteurs sont contraints de puiser des heures supplémentaires dans le peu de temps (de repos et de vacances) dont ils disposent afin de répondre aux exigences additionnelles que nécessite la mise en œuvre des PA (45,8 %).
- Les efforts agroenvironnementaux qui affectent la santé physique (82,8 %) et le bien-être psychologique (81,6 %) des producteurs, et qui ont un impact positif avéré sur l'environnement (78,1 %) sont susceptibles d'être perçus comme étant au-delà des attentes environnementales des répondants.
- Il y a un besoin pour les répondants d'être rattachés à un ancrage objectif lorsqu'ils évaluent le niveau d'effort agroenvironnemental consenti par les producteurs.

2.6. Valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs

2.6.1.1. Perception des actions de valorisation les plus efficaces

Parmi les propositions d'actions présentées aux répondants pour leur permettre d'évaluer les avancées agroenvironnementales des agriculteurs québécois, un certain nombre permettent de faire des constatations intéressantes. Tout d'abord, les résultats mettent en évidence une forte préoccupation pour des actions en faveur d'une simplification et d'une meilleure transparence des informations disponibles au public afin de juger du niveau de durabilité des efforts des producteurs.

Par exemple, 71,6 % des répondants sont d'avis que **la création d'un label environnemental** serait une solution pertinente, voire très pertinente. Cela n'est pas étonnant puisque les labels et autres certifications sont généralement perçus comme des heuristiques mentales qui permettent aux individus de minimiser leur implication cognitive en évitant les contraintes liées à l'effort et au temps que nécessiteraient la recherche, l'analyse et le traitement de toutes les informations pertinentes à une prise de décision éclairée (Rana et Paul, 2020).

Toutefois, on constate que, pour les répondants, le label ne suffit pas à lui seul. Il est impératif qu'il soit associé à des indicateurs de traçabilité visibles sur l'emballage et permettant de **juger de la performance environnementale et sociale objective des produits d'une même catégorie**

(64,3 %). Cela confirme d'ailleurs certaines études ayant souligné l'importance de la crédibilité perçue du public comme gage de succès d'un label environnemental (Kaczorowska *et al.*, 2019; Rubik et Frankl, 2017). Cette crédibilité se traduit par l'identification claire et compréhensible de critères de durabilité visibles sur l'emballage, lesquels permettent d'accroître la confiance à l'égard des vertus écologiques promues à travers les caractéristiques du produit (Asioli *et al.*, 2020; Stein et de Lima, 2022).

À ce sujet, les répondants privilégient, par ordre d'importance, la visibilité des indicateurs de durabilité suivants : l'origine géographique des ingrédients (68,9 %); la liste des pratiques agroenvironnementales adoptées par le producteur à la ferme (62,4 %); le mode d'élevage (54,3 %); l'empreinte carbone (53,3 %); le mode de transport (40,7 %); et la part de rémunération des producteurs (40,3 %).

D'autres répondants préconisent d'autres stratégies que le label environnemental, mais qui satisfont, tout de même, leurs attentes en matière de simplification de l'information. C'est ainsi que 63,8 % d'entre eux recommandent, par exemple, **l'affichage d'un éco-score sur l'emballage** qui permettrait de chiffrer l'impact environnemental des produits alimentaires, de leur production jusqu'à leur arrivée dans les rayons de la grande distribution.

Cette volonté des répondants de privilégier des actions qui minimisent leur effort cognitif se traduit également par une préférence affichée pour **l'identification d'un emplacement réservé dans les points de vente** aux produits alimentaires provenant de producteurs dont les pratiques sont respectueuses de l'environnement (63,9 %). Dans la pratique, toutefois, cette exigence des consommateurs pourrait se heurter à la logistique en magasin. Par ailleurs, certains des points de vente ont déjà des espaces réservés aux produits biologiques, ce qui poserait des enjeux d'arrimage entre ces deux catégories de produits.

L'importance accordée à chacune de ces actions varie beaucoup dans l'échantillon, et ce, selon le genre et la localisation géographique des répondants. Les femmes démontrent toujours dans l'ensemble un niveau d'intérêt plus élevé que les hommes. À l'exception du critère des indicateurs de durabilité sur l'emballage, qui s'avère non significatif, on observe un résultat similaire pour les trois autres actions pour lesquelles le niveau d'intérêt est plus élevé chez les personnes issues des régions métropolitaines et de l'Ouest comparativement à celles de l'Est et du Centre.

À l'inverse, bien qu'elles soient populaires dans d'autres contextes géographiques (p. ex. en France), les actions comme la création d'un simulateur en ligne permettant de calculer l'empreinte écologique des recettes (35,4 %) ou la création d'un code QR interactif apposé sur l'emballage du produit et permettant, par balayage numérique, d'être redirigé vers des vidéos présentant les conditions de production et de travail à la ferme (38,7 %) ne semblent pas privilégiées par les répondants.

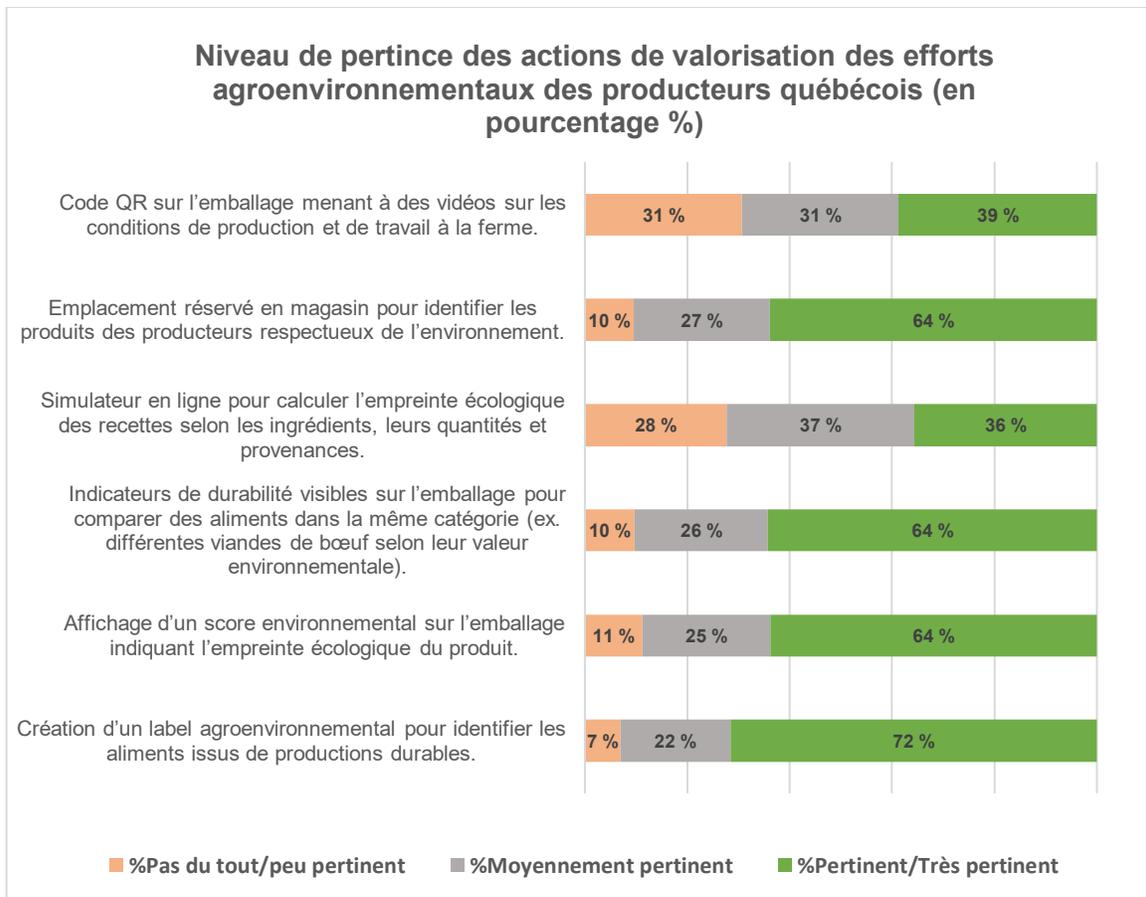


Figure 8 : Niveau de pertinence des actions de valorisation des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois

Les faits importants à retenir :

- La création d'un label environnemental (71,6 %), la présence d'indicateurs de durabilité visibles sur l'emballage du produit (64,3 %) et l'affichage d'un éco-score (63,8 %) sont les stratégies que les répondants considèrent comme gagnantes pour mieux valoriser les efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois auprès du public.
- Les femmes et les répondants issus des régions métropolitaines et de l'Ouest du Québec ont exprimé une préférence plus forte que le reste de l'échantillon pour les trois stratégies identifiées précédemment.
- La création d'un simulateur en ligne permettant de calculer l'empreinte écologique des recettes (35,4 %) et l'instauration d'un code QR interactif apposé sur l'emballage du produit et permettant, par balayage numérique, d'être redirigé vers des vidéos présentant les conditions de production et de travail à la ferme (38,7 %) constituent des initiatives que les répondants considèrent comme moins intéressantes.

2.6.2. Évaluation du potentiel de la création d'une certification environnementale

Comme on peut le constater à la lumière de tout ce qui précède, la création d'un label environnemental se démarque de très loin comme la solution que privilégient les répondants pour les aider à faire des choix éclairés en matière de durabilité. Toutefois, comme le rapporte la littérature, la création d'un label doit être assortie de conditions garantissant son authenticité et sa crédibilité auprès du public (Asioli *et al.*, 2020; Stein et de Lima, 2022). À cet effet, on a sondé les répondants sur certaines de ces conditions déterminant l'acceptabilité d'un label environnemental.

En premier lieu, les résultats relatifs aux différents critères présentés aux répondants montrent une forte attente envers la transparence et le contrôle (audit). En effet, pour plus de 70 % des enquêtés, le label devrait faire l'objet **d'un audit régulier et de vérifications constantes auprès des producteurs certifiés** afin de s'assurer que ceux-ci maintiennent les standards (75,8 %); indiquer clairement au public **les exigences ou les normes agroenvironnementales respectées par les producteurs certifiés** (72,6 %); et bénéficier **d'une implication effective du gouvernement par le biais du MAPAQ** (72 %).

En deuxième lieu, on observe une préférence des répondants pour la recherche d'objectivité et d'indépendance. En effet, 70,8 % de l'échantillon souhaite **la présence de seuils minimaux à atteindre pour chacun des indicateurs de durabilité** importants apposés sur l'emballage du produit (seuil d'utilisation de pesticides, quantité d'eau, d'énergie, etc.); **la possibilité que ces indicateurs soient vérifiables facilement et objectivement** (70,5 %); et que **les audits des exploitations agricoles certifiées soient préalablement réalisés par des organismes indépendants** (69,4 %).

En troisième lieu, certains répondants mettent l'accent sur le degré de couverture du label. C'est le cas, par exemple, lorsqu'ils souhaitent que **les produits certifiés comportent au moins 95 % de matières premières agricoles issues d'exploitations agricoles adoptant des pratiques durables** (70,3 %) ou encore que **la certification porte à la fois sur les produits bruts et transformés** (69,7 %). D'autres critères sont plutôt perçus comme marginaux, comme le fait de diffuser par le biais d'une plateforme la liste des producteurs certifiés (63,5 %) ou de rendre l'obtention de certaines subventions conditionnelle à la certification (61,3 %).

L'importance accordée à certains critères varie nettement en fonction du genre et de l'âge. On observe que les femmes accordent plus d'intérêt que les hommes au fait que les produits certifiés comportent au moins 95 % de matières premières agricoles issues d'exploitations agricoles adoptant des pratiques durables ($H = 3,77/5 \pm 0,99$; $F = 3,98/5 \pm 0,86$); à la présence sur l'emballage de seuils minimaux pour chacun des indicateurs de durabilité ($H = 3,83/5 \pm 0,98$;

F= = 3,98/5 \pm 0,87); à la connaissance des exigences ou normes agroenvironnementales respectées par les producteurs certifiés (H= 3,84/5 \pm 0,93; F= = 4/5 \pm 0,87); et à l'implication des instances gouvernementales dans la gestion de la certification (H= 3,98/5 \pm 0,87; F= = 4,25/5 \pm 0,96).

C'est aussi le cas pour l'âge puisque les répondants plus âgés manifestent une préférence plus élevée que les tranches d'âge plus jeunes, notamment, pour le fait que les produits certifiés comportent au moins 95 % de matières premières agricoles issues d'exploitations agricoles adoptant des pratiques durables (18-34 ans= 3,70/5 \pm 0,95; 35-54 ans= 3,84/5 \pm 0,93; 55 ans et plus= 4/5 \pm 0,91) et que les instances gouvernementales soient impliquées dans la gestion de la certification (18-34 ans= 3,80/5 \pm 0,91; 35-54 ans= 3,87/5 \pm 0,98; 55 ans et plus= 4,05/5 \pm 0,89).

Les faits importants à retenir :

- Dans l'éventualité de la création d'un label environnemental, les répondants considèrent comme déterminants les critères de transparence, de contrôle (audit) (p. ex. implication du gouvernement dans le contrôle des producteurs certifiés), d'objectivité (p. ex. disponibilité d'indicateurs de durabilité clairs sur l'emballage), d'indépendance (p. ex. audits réalisés par des évaluateurs indépendants) et de couverture (p. ex. possibilité d'avoir une diversité de produits couverts par la certification).
- Vérification des allégations environnementales : plus de 70 % des répondants estiment que la certification doit permettre une vérification facile et objective des allégations.
- Seuils minimums pour critères environnementaux : 70,8 % jugent essentiel d'imposer des seuils minimums pour les critères environnementaux.
- Clarté des exigences respectées : 72,6 % soutiennent la nécessité que la certification mentionne clairement les exigences respectées par les agriculteurs.
- Audits réguliers : 75,8 % considèrent que des audits réguliers sont indispensables pour garantir le respect des standards.
- Indépendance des audits : 69,4 % estiment que les audits doivent être réalisés par des organismes certificateurs indépendants agréés.
- Produits certifiés et matières premières : près de 70,3 % des répondants affirment que les produits certifiés doivent contenir au moins 95 % de matières premières provenant d'exploitations respectueuses de l'environnement.
- Implication gouvernementale : 72 % jugent primordial que la certification bénéficie de l'implication du gouvernement du Québec à travers le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.
- Les femmes et les répondants plus âgés constituent les catégories qui accordent le plus d'importance aux critères de valorisation de la certification environnementale.

2.7. Pratiques de promotion et de vulgarisation des pratiques agricoles

2.7.1. Sources d'informations consultées

Lorsqu'ils souhaitent s'informer sur les pratiques agricoles adoptées par les producteurs québécois, les participants se réfèrent essentiellement à trois grandes sources d'informations (parmi 22 sources potentielles présentées), soit, dans l'ordre, **les émissions de télé** (55,8 %), **le bouche-à-oreille** (41,5 %) et **la presse écrite** (40 %).

Accessoirement, ils affirment consulter aussi d'autres sources plus secondaires, qui sont, par ordre d'importance, les marchés locaux de proximité (29,1 %), les producteurs agricoles du Québec (24,1 %) et les réseaux sociaux (23,3 %).

Le fait que le bouche-à-oreille constitue la deuxième source la plus importante pose un énorme problème dans un contexte où il a été démontré que la littératie agricole du public est très faible. Cela met en évidence le problème de la transmission probable de fausses informations (ou d'informations incomplètes) sur les pratiques agricoles d'un citoyen à un autre.

Par ailleurs, on observe que les taux de fréquentation des sources d'informations sont relativement bas, à l'exception des six premières qui enregistrent un taux de consultation d'au moins 20 %. Cela révèle le caractère fractionné de l'attention médiatique du public à l'égard de la communication sur les pratiques agricoles et la charge cognitive élevée que cela pourrait induire pour les citoyens/consommateurs désireux de trouver (à un seul endroit) l'information la plus complète, fiable et pertinente. Aussi, il est à noter que les sources institutionnelles (ministères, ordre des agronomes, instituts de recherche et d'enseignement, etc.) ne font pas partie de l'ensemble évoqué de plateformes informationnelles auxquelles se réfèrent les répondants, en dépit de leur légitimité pour produire un contenu plus objectif sur les pratiques des producteurs agricoles. En outre, même s'ils ont été mentionnés par les répondants, les producteurs agricoles apparaissent, tout de même, au dernier rang des canaux sollicités, ce qui donne à réfléchir sur leur crédibilité perçue.

L'enquête révèle également que 8,7 % des répondants n'utilisent aucune des 22 sources d'informations qui ont été soumises à leur appréciation. Une analyse détaillée de leur profil permet d'observer qu'il s'agit majoritairement de personnes de 55 ans et plus (45,3 %), dotées d'un revenu élevé (80 000 \$ et plus) (47,2 %) et beaucoup plus sensibles que la moyenne de l'échantillon à la composition des aliments (65,1 %). On pourrait donc croire qu'elles utilisent le produit lui-même comme source d'informations en s'assurant que les ingrédients qui le composent sont compatibles avec leurs objectifs de santé et de durabilité.

En appliquant l'analyse aux différentes tranches d'âge, on observe que, globalement, toutes les cohortes privilégient les six sources d'informations principales identifiées plus haut.

Toutefois, le niveau d'importance accordé à chacune d'elles varie selon que les répondants sont jeunes ou plus âgés. Chez les 18-34 ans, on note une préférence pour **le bouche-à-oreille** (46,2 %), **les réseaux sociaux** (40,2 %), **les émissions de télé** (38,6 %), **la presse écrite** (30,4 %), **les marchés locaux de proximité** (25,6 %) et **les producteurs agricoles** (22,8 %). L'intérêt prioritaire accordé au bouche-à-oreille et aux réseaux sociaux par cette catégorie de répondants soulève de grandes interrogations dans un contexte grandissant de mésinformation²², de désinformation²³ et de malinformation²⁴, et quand on sait que c'est la cible la plus critique des efforts de durabilité des agriculteurs.

Chez les 35-54 ans, on observe une répartition des sources d'informations identique à celle de l'échantillon total, à savoir, dans l'ordre, **les émissions de télé** (51,7 %), **le bouche-à-oreille** (41,2 %), **la presse écrite** (37,3 %), **les marchés locaux de proximité** (27,4 %), **les producteurs agricoles** (24,8 %) et **les réseaux sociaux** (24 %).

Finalement, chez les 55 ans et plus, on voit apparaître pour la première fois les organismes provinciaux ou fédéraux en lieu et place des réseaux sociaux. Les préférences en matière de canaux de diffusion pour cette catégorie se déclinent comme suit : **les émissions de télé** (69,5 %), **la presse écrite** (48 %), **le bouche-à-oreille** (38,8 %), **les marchés locaux de proximité** (32,6 %), **les producteurs agricoles** (24,3 %) et **les organismes provinciaux ou fédéraux** (22,5 %).

Les faits importants à retenir :

- Par ordre d'importance, les répondants consultent successivement les sources d'informations suivantes pour s'informer des pratiques agricoles des producteurs québécois : les émissions de télé (55,8 %), le bouche-à-oreille (41,5 %), la presse écrite (40 %), les marchés locaux de proximité (29,1 %), les producteurs agricoles du Québec (24,1 %) et les réseaux sociaux (23,3 %).
- Moins de 20 % des répondants consultent en pratique les diverses sources d'informations existantes pour se documenter sur les pratiques agricoles des producteurs québécois.
- Les sources d'informations institutionnelles (ministères, ordre des agronomes, instituts de recherche et d'enseignement, etc.) ne font pas partie de l'ensemble des plateformes informationnelles les plus fréquentées par les répondants, et ce, en dépit de leur contenu plus objectif et légitime.
- 8,7 % des répondants n'utilisent aucune des principales sources d'informations existantes. Ce sont généralement des personnes de 55 ans et plus (45,3 %), dotées

²² **La mésinformation** désigne le fait de diffuser de la fausse information sans avoir de mauvaises intentions.

²³ **La désinformation** réfère au fait de diffuser de la fausse information dans le but de manipuler ou de tromper des personnes, des organisations et des États ou bien de leur faire du tort.

²⁴ **La malinformation** consiste à diffuser de l'information qui repose sur un fait, mais qui est souvent exagérée de façon à tromper ou même à causer des préjudices.

- d'un revenu élevé (80 000 \$ et plus) (47,2 %) et beaucoup plus sensibles que la moyenne de l'échantillon à la composition des aliments (65,1 %).
- Les 18-34 ans préfèrent généralement comme sources d'informations le bouche-à-oreille (46,2 %), les réseaux sociaux (40,2 %), les émissions de télé (38,6 %), la presse écrite (30,4 %), les marchés locaux de proximité (25,6 %) et les producteurs agricoles (22,8 %).
 - Les 35-54 ans sont plus portés sur les émissions de télé (51,7 %), le bouche-à-oreille (41,2 %), la presse écrite (37,3 %), les marchés locaux de proximité (27,4 %), les producteurs agricoles (24,8 %) et les réseaux sociaux (24 %).
 - Finalement, les 55 ans et plus démontrent une préférence pour les émissions de télé (69,5 %), la presse écrite (48 %), le bouche-à-oreille (38,8 %), les marchés locaux de proximité (32,6 %), les producteurs agricoles (24,3 %) et les organismes provinciaux ou fédéraux (22,5 %).

2.7.2. Fréquentation des différentes sources d'informations

Quand on s'intéresse aux taux de fréquentation de chacune de ces sources d'informations, on observe des tendances semblables à celles des taux de consultation. Si les répondants affirment se référer souvent, voire très souvent, **aux réseaux sociaux** (68,4 %), à **la presse écrite** (67,7 %), **aux émissions de télé** (60,2 %) et, à un degré moindre, **au bouche-à-oreille** (52,9 %), moins d'un sur deux fréquente assidument les autres canaux, comme les marchés locaux de proximité (46,4 %), les organismes provinciaux ou fédéraux (27,7 %) et les producteurs agricoles (24,1 %).

2.7.3. Structure et design des informations

Plusieurs facteurs reliés à la structure et au design de ces plateformes peuvent expliquer ces faibles habitudes de fréquentation. À la question de savoir s'il est **facile ou non de trouver l'information recherchée** (1 - Très difficile à 5 - Très facile) sur ces plateformes, on observe globalement qu'à part les émissions de télé (4,01/5 ±0,72), les répondants sont partagés quant aux autres plateformes : la presse écrite (3,85/5 ±0,79), les marchés locaux de proximité (3,81/5 ±0,84), les producteurs agricoles (3,77/5 ±0,89), les réseaux sociaux (3,76/5 ±0,91), les organismes provinciaux ou fédéraux (3,70/5 ±0,89) et le bouche-à-oreille (3,59/5 ±0,87).

À la question de savoir si **l'information disponible sur ces plateformes est complète** (elle couvre l'ensemble des besoins en informations) (1 - Très incomplète à 5 - Très complète), les répondants sont unanimes à pointer des carences importantes pour ce critère dans l'ensemble des sources d'informations identifiées : les producteurs agricoles (3,94/5 ±0,84), les émissions de télé (3,71/5 ±0,82), la presse écrite (3,85/5 ±0,79), les organismes provinciaux ou fédéraux (3,57/5 ±0,96), la presse écrite (3,50/5 ±0,83), les réseaux sociaux (2,97/5 ±0,92) et le bouche-à-oreille (2,94/5 ±0,89).

En ce qui concerne **la fiabilité/crédibilité de l'information sur ces plateformes** (1 - Pas du tout fiable/crédible à 5 - Très fiable/crédible), les réseaux sociaux (3,12/5 ±0,78) et le bouche-à-oreille (3,46/5 ±0,81) apparaissent comme les moins fiables/crédibles. À l'inverse, les producteurs agricoles (4,27/5 ±0,67), les émissions de télé (4,26/5 ±0,67), la presse écrite (4,17/5 ±0,63), les organismes provinciaux ou fédéraux (4,15/5 ±0,87) et les marchés locaux de proximité (4,05/5 ±0,75) sont considérés comme les plus fiables/crédibles.

Finalement, pour ce qui est de **la capacité de ces plateformes à aider le public à faire des choix écologiques éclairés** (1 - Très difficile à 5 - Très facile), les répondants semblent aussi partagés dans leur ensemble en ce qui concerne les producteurs agricoles (3,96/5 ±0,66), les émissions de télé (3,90/5 ±0,73), les marchés locaux de proximité (3,87/5 ±0,84), les organismes provinciaux ou fédéraux (3,79/5 ±0,96), la presse écrite (3,69/5 ±0,82), les réseaux sociaux (3,25/5 ±0,91) et le bouche-à-oreille (3,32/5 ±0,87), ce qui dénote des lacunes à combler pour ce critère.

Ces résultats viennent confirmer la nécessité de mettre en œuvre des stratégies de littératie agricole plus soutenues auprès de la tranche d'âge des 18-34 ans, qui a la particularité de recourir principalement à des sources d'informations (bouche-à-oreille et réseaux sociaux) perçues, selon nos analyses, comme les moins crédibles/fiables, complètes et efficaces pour aider à faire des choix éclairés en matière de durabilité. Par ailleurs, le fait que la majorité des sources d'informations souffrent de nombreuses lacunes, notamment la difficulté d'y trouver l'information recherchée ou encore de s'y fier pour faire des choix éclairés, met en lumière l'importance de réfléchir au design le plus adéquat pour faciliter leur opérationnalité auprès des citoyens/consommateurs. En effet, des recherches similaires dans le domaine de l'alimentation et de la nutrition (Korai et Bocoum, 2023; Korai, Lambert & Ducharme, 2024) avaient souligné l'inadéquation des plateformes informationnelles pour satisfaire les besoins en littératie des consommateurs en raison de leur contenu parfois perçu comme trop générique, technique, théorique et peu opérationnel.

À ce propos, on a demandé aux répondants d'indiquer, à partir d'une liste de propositions, les initiatives d'éducation qu'ils trouvent les plus pertinentes pour mieux vulgariser les pratiques agricoles des producteurs québécois. Sept des initiatives présentées ont reçu les évaluations les plus favorables des répondants (plus de 40 % d'appréciation), qui les considèrent comme pertinentes, voire très pertinentes : **les émissions télévisées sur l'agriculture** (53,7 %), le recours aux **experts et scientifiques du monde agricole** (44,9 %), **l'abonnement à une infolettre informative** (43,7 %), la disponibilité de **rapports d'enquête synthétiques** (p. ex. **infographiques**) **sur l'état annuel de l'agriculture** au Québec (42,5 %), **les stands d'information et d'éducation dans les épiceries** (41,3 %), **les activités de partage d'expériences à la ferme** (p. ex. journées portes ouvertes, fermes pédagogiques) (40,4 %), et **les sites d'informations consacrés à l'agriculture** (p. ex. calqués sur le modèle de Québec.ca) (40,3 %).

En revanche, des initiatives telles que les magazines de promotion du monde agricole (52,5 %), les affiches et dépliants pédagogiques sur l’agriculture (52,5 %), les conférences ouvertes au public (50,2 %), les formations universitaires en ligne ouvertes à tous (MOOC) (49,2 %), les chaînes et comptes YouTube ou Twitter d’agriculteurs (46,4 %), les jeux et autres outils d’éducation par le divertissement (46,6 %), les balados (45 %), et les leaders d’opinion et ambassadeurs du monde agricole (44,3 %) semblent moins valorisées, puisqu’elles ont obtenu les taux les plus élevés de jugements « moins pertinent ». Cela reflète une préférence marquée des répondants pour des approches plus interactives, visuelles, synthétiques et privilégiant des données probantes (objectives), et souligne ainsi l’importance d’une communication directe et engageante pour renforcer la compréhension des pratiques agricoles.

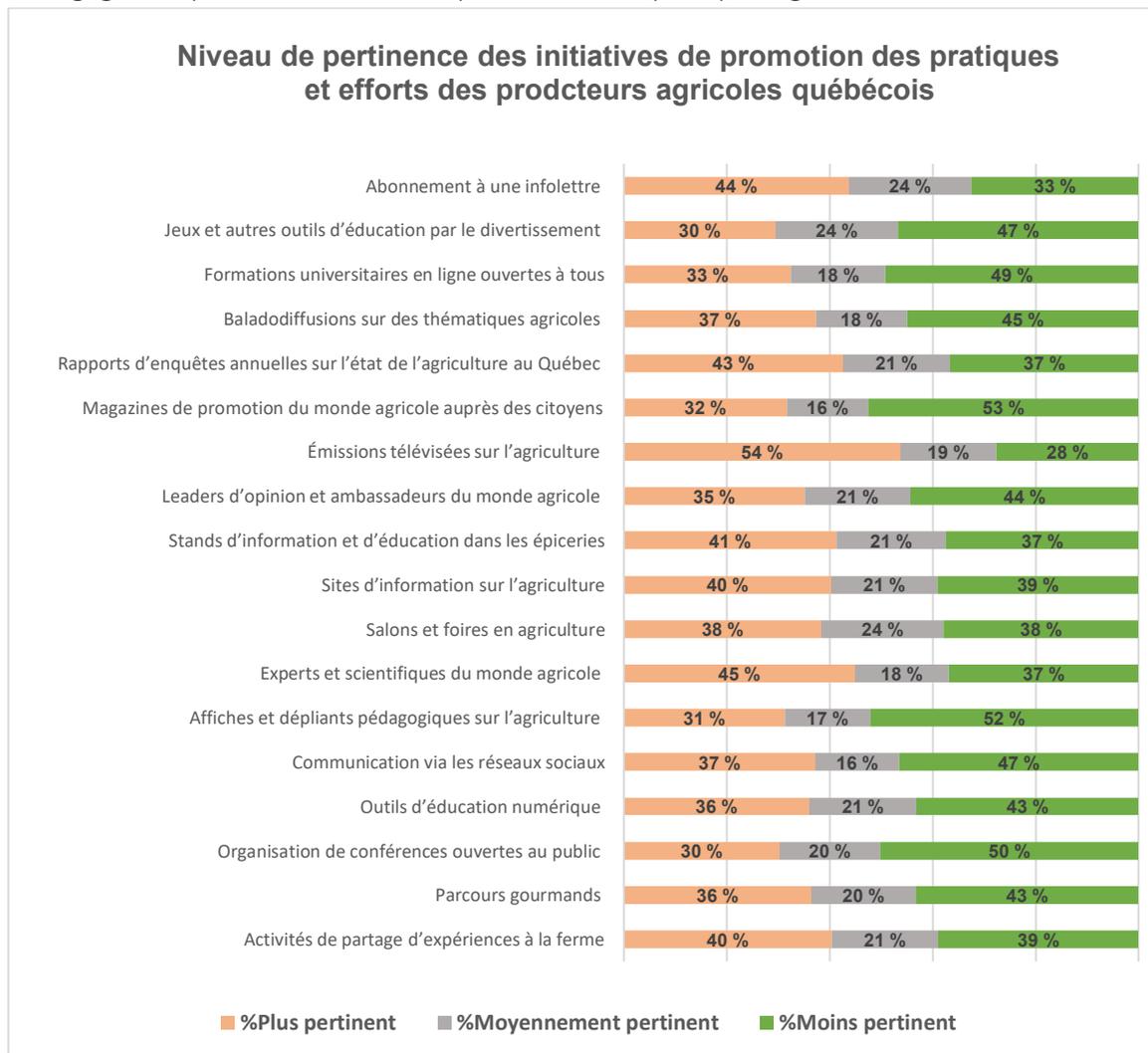


Figure 9 : Niveau de pertinence des initiatives de promotion des pratiques et efforts des producteurs agricoles québécois

Les faits importants à retenir :

- Les réseaux sociaux (68,4 %), la presse écrite (67,7 %), les émissions de télé (60,2 %) et le bouche-à-oreille (52,9 %) sont les sources les plus régulièrement consultées par les répondants pour s'informer des pratiques agricoles des producteurs québécois.
- À part pour les émissions de télé, les répondants trouvent qu'il est relativement difficile de trouver l'information recherchée auprès des sources d'informations existantes lorsqu'on souhaite se documenter sur les pratiques agricoles des producteurs québécois.
- Globalement, les répondants sont critiques de la capacité des plateformes informationnelles existantes à couvrir leurs besoins en informations au sujet des pratiques agricoles des producteurs agricoles. Parmi les sources d'informations, celles pour lesquelles ces critiques sont les plus énoncées sont les organismes provinciaux ou fédéraux, la presse écrite, les réseaux sociaux et le bouche-à-oreille.
- Les sources considérées par les répondants comme les plus crédibles/fiables pour rechercher des informations sur les pratiques agricoles sont, par ordre d'importance, les producteurs agricoles, les émissions de télé, la presse écrite, les organismes provinciaux ou fédéraux et les marchés locaux de proximité.
- À l'inverse, ils ont moins confiance dans les informations véhiculées sur les réseaux sociaux ou par le bouche-à-oreille.
- Les répondants considèrent que la majorité des plateformes d'informations ne leur permettent pas véritablement de faire des choix éclairés en matière de durabilité. À défaut, et même si ces sources demeurent imparfaites, ils se réfèrent tout de même aux producteurs agricoles, aux émissions de télé, aux marchés locaux de proximité, aux organismes provinciaux ou fédéraux et à la presse écrite.
- Pour faciliter leur éducation sur les pratiques agricoles des producteurs québécois, les répondants recommandent de recourir successivement aux sources suivantes : les émissions télévisées sur l'agriculture (53,7 %), les experts et scientifiques du monde agricole (44,9 %), l'abonnement à une infolettre informative (43,7 %), la disponibilité de rapports d'enquête synthétiques (p. ex. infographiques) sur l'état annuel de l'agriculture au Québec (42,5 %), les stands d'information et d'éducation dans les épiceries (41,3 %), les activités de partage d'expériences à la ferme (p. ex. journées portes ouvertes, fermes pédagogiques) (40,4 %) et les sites d'informations consacrés à l'agriculture (p. ex. calqués sur le modèle de Québec.ca) (40,3 %).
- À l'inverse, ils sont moins réceptifs aux initiatives suivantes : les magazines de promotion du monde agricole (52,5 %), les affiches et dépliants pédagogiques sur l'agriculture (52,5 %), les conférences ouvertes au public (50,2 %), les formations universitaires en ligne ouvertes à tous (MOOC) (49,2 %), les chaînes et comptes YouTube ou Twitter d'agriculteurs (46,4 %), les jeux et autres outils d'éducation par le divertissement (46,6 %), les balados (45 %) ainsi que les leaders d'opinion et ambassadeurs du monde agricole (44,3 %).

Pistes de réflexion

Pistes de réflexion

La triple démarche méthodologique (revue documentaire, sondage et entrevues qualitatives et enquête empirique) adoptée pour examiner la problématique de la valorisation des pratiques et efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois a fait ressortir un ensemble d'enseignements permettant de mieux comprendre les axes autour desquels peut se construire la promotion efficace des acquis environnementaux de l'agriculture québécoise auprès du grand public.

Ces constats permettent de suggérer des pistes de réflexion aux décideurs politiques, aux analystes, aux spécialistes du transfert de connaissances et de la communication agricole ainsi qu'aux autres intervenants du secteur bioalimentaire sur les axes d'intervention suivants :

1. Représentations de la profession agricole

Bien que l'agriculture et les agriculteurs québécois soient majoritairement associés à des représentations positives, ce capital de sympathie se trouve fortement contrasté dans l'imaginaire des sondés en raison, d'une part, de la pénibilité qu'ils attribuent au travail agricole et, d'autre part, de leur perception d'un laxisme supposé du secteur agricole à prendre en compte certains enjeux sensibles comme l'environnement et les risques sanitaires. Ces opinions sont, entre autres, à la base de leur grande réticence à vouloir recommander la profession agricole comme choix de carrière à leurs proches²⁵. Ces observations ne sont pas si étonnantes puisqu'elles confirment une réalité communicationnelle bien présente dans l'environnement médiatique québécois, où les agriculteurs sont fréquemment dépeints à l'aune des difficultés (économiques, sociales, familiales, psychologiques) et contraintes opérationnelles (aléas climatiques, réglementations, volatilité des prix, etc.) inhérentes à la pratique de leur métier.

Il est vrai que cette approche a pour objectif initial de faire découvrir l'envers du décor de la profession et de sensibiliser le public aux réalités objectives de la pratique agricole. Cependant, elle pourrait s'avérer contreproductive en renforçant certains stéréotypes misérabilistes à propos des agriculteurs quand on sait que, ces dernières années, l'urbanisation galopante a contribué à accélérer la mise à distance entre le citoyen et la ferme. Il est donc plus que nécessaire, en parallèle avec cette communication de « crise agricole », d'adopter une approche plus positive et humaniste, centrée davantage sur l'essence de la mission sociale de la profession.

²⁵ Pour rappel, seulement 38,7 % des répondants sont prêts à suggérer la profession agricole à leur entourage.

Cette approche pourrait se décliner à travers divers profils sociodémographiques d'agriculteurs soutenus par un discours mettant en perspective le caractère hautement altruiste du choix de la carrière agricole. Les missions dévolues à cette fonction pourraient comprendre les suivantes : nourrir les citoyens; être le garant de leur santé, de leur bien-être (physique, psychologique et spirituel) et de leur productivité dans la société; être le dépositaire des savoirs et traditions culinaires et de leur transmission intergénérationnelle; et agir comme ambassadeur de pratiques agricoles vertueuses qui font rayonner le Québec agricole à travers le monde.

Ces concepts évocateurs devront être traduits dans l'espace public en soulignant l'indispensabilité de la profession dans le vécu quotidien des citoyens. Pour ce faire, on pourrait, par exemple, rendre visibles certains indicateurs qui traduisent les retombées tangibles et directes de l'agriculture pour la société québécoise (nombre d'emplois créés dans les régions; impact sur l'attractivité touristique des régions; nombre de vocations entrepreneuriales suscitées par le secteur; part de l'agriculture dans les autres secteurs économiques; nombre de personnes dont le revenu dépend directement ou indirectement de l'agriculture; nombre de nouveaux métiers créés par l'agriculture; part de l'agriculture dans la création de richesses d'autres secteurs, comme ceux des banques, de l'assurance et du transport; contribution de l'agriculture à l'inclusivité de la société québécoise, etc.). À ce propos, la contribution de l'agriculture pourrait être évoquée également à travers un parallèle avec d'autres professions perçues comme plus essentielles par les répondants (p. ex. les infirmiers, les enseignants).

Il serait aussi judicieux de « normaliser » la figure de l'agriculteur, qui a longtemps été relégué au statut de « surhomme » doté de dispositions exceptionnelles lui permettant de faire carrière dans une profession aux exigences singulières. En effet, derrière la pénibilité reconnue de l'emploi, il serait important, tout de même, de rappeler au public que les agriculteurs demeurent des citoyens, qui ont les mêmes trajectoires de vie que les autres. Leur quotidien n'est pas que jalonné d'épreuves et de défis continuels. Ils vivent également des moments heureux sur la ferme, profitent d'une vie sociale et familiale accomplie et s'investissent également dans des loisirs.

L'objectif est, d'une part, de se départir des perceptions austères et peu flatteuses du public à l'égard du quotidien à la ferme et, d'autre part, d'associer le métier à des expériences sociales positives et agréables. Par exemple, il pourrait s'agir de recourir à une communication qui met en avant des témoignages d'agriculteurs et de leurs familles s'exprimant sur les côtés positifs de leur emploi (p. ex. être son propre patron et gérer soi-même son temps), leurs loisirs, leurs expériences de vie ainsi que les plaisirs associés aux routines à la ferme (p. ex. passer du temps avec leurs enfants à la ferme). C'est aussi l'occasion de montrer qu'ils sont en phase avec l'évolution de la société québécoise moderne : ils sont plus connectés, ouverts à l'innovation

et aux technologies, plus jeunes, plus scolarisés et mieux sensibilisés aux enjeux de durabilité et à la conciliation famille-travail.

2. Formation des producteurs agricoles

Bien que leur métier ait considérablement évolué, les agriculteurs demeurent pris au piège des imaginaires citoyens souvent archaïques. Favoriser la (re)connaissance de la profession, c'est aussi mettre en évidence la complexité grandissante du travail agricole ainsi que des efforts multiformes qui en découlent, tant au niveau parcellaire que supra-parcellaire. Ainsi, réconcilier le public avec une représentation plus actuelle de l'agriculture nécessite que les associations de producteurs communiquent davantage sur les différents rôles (producteur, gestionnaire, mécanicien, conseiller, commercial, technicien, paysagiste, etc.) dont sont aujourd'hui investis les agriculteurs à la ferme en vulgarisant davantage le contenu des tâches qui y sont afférentes. Ce pourrait être aussi, pour chacun de ces rôles, d'indiquer ce que fait le producteur concrètement aujourd'hui (qu'il ne faisait pas auparavant) et ce qui inscrit ses pratiques, attitudes et décisions dans l'optique d'une meilleure durabilité à la ferme. Par exemple, dans son rôle de mécanicien agricole, il arrive de plus en plus qu'il étende des bâches sous l'équipement mécanique pour éviter les déversements de matières polluantes lors de la réparation ou du remplissage (carburant) de la machinerie.

Pour permettre également au public de jauger l'ampleur de ces efforts et de s'approprier de manière concrète les enjeux de durabilité qui y sont associés, cette cartographie des fonctions pourrait tenir compte, par exemple, des exigences de la saisonnalité (hiver, automne, été, printemps) et des adaptations qu'elles induisent pour le producteur au regard des enjeux climatiques, de recrutement de main-d'œuvre, de gestion des sols, de perte et de gaspillage, etc. Les agriculteurs devront eux aussi être intégrés à ces approches de valorisation, dans la mesure où les répondants ont exprimé leur volonté d'une communication de proximité qui se traduit, d'une part, par une plus grande prise de responsabilité et d'agentivité des producteurs dans leur éducation agricole et, d'autre part, par le recours à des initiatives de communication plus interactives et expérientielles telles que les stands d'information et d'éducation dans les épiceries et les activités de partage d'expériences à la ferme (p. ex. journées portes ouvertes, fermes pédagogiques).

Ces activités pédagogiques requièrent que les producteurs, dans leur interaction directe avec les citoyens à la ferme, soient conscients de leur nouveau rôle de communicateur agricole pour lequel ils ne sont pas nécessairement outillés ni préparés. Il devient donc indispensable qu'ils soient formés aux rudiments de la communication agricole afin d'être en mesure de vulgariser eux-mêmes, dans un langage clair et synthétique, ce qu'ils font à la ferme, les conditions de travail associées à leur métier, les enjeux de durabilité auxquels ils font face ainsi que les pratiques et actions qu'ils mettent en œuvre pour y répondre.

Cette formation pourrait être instaurée par la mise en place d'un programme Agri-communication qui fournirait, dans un premier temps, une subvention aux producteurs adoptants de pratiques durables désireux de vulgariser leurs acquis environnementaux auprès de la population (par des activités d'échanges directs à la ferme). Cette subvention permettrait de financer, par exemple, des journées de formation en communication agricole auprès d'organismes spécialisés.

3. Mutualisation des efforts de communication

L'analyse des schémas de fréquentation des répondants a mis en évidence une fragmentation de leur attention vis-à-vis des plateformes d'information vouées à la promotion des pratiques agricoles. En raison de la multiplicité de ces plateformes et des acteurs dont elles dépendent ainsi que leurs objectifs et priorités très variés, il est difficile pour les citoyens de bénéficier d'une information unifiée, compréhensible et utile à la prise de décision quant aux pratiques agricoles des agriculteurs. Aussi, une exploration du paysage médiatique spécifique au monde agricole québécois permet de constater l'existence de plusieurs organisations éparses traitant des enjeux agricoles parfois de manière très différenciée. Par ailleurs, on observe que la communication adoptée par les faîtières syndicales des producteurs tend à privilégier une posture plus réactive^{26,27,28,29}, qui se traduit souvent par des réactions critiques, voire sanguines, aux annonces gouvernementales, aux commentaires de journalistes, aux émissions ou reportages incisifs à l'encontre des producteurs ou encore aux opinions émanant de citoyens/consommateurs.

Dans un contexte où la gestion des enjeux de durabilité est amenée à susciter encore plus de clivages pour le milieu agricole, il est plus que nécessaire de s'inscrire dans une logique de communication plus prospective permettant aux associations de producteurs d'être plus en maîtrise des thématiques au cœur des débats sociaux et davantage armées face aux inquiétudes, doutes et autres questionnements du public. Pour ce faire, la création d'une entité de référence exclusivement vouée à la conception, à la production et à l'exécution du contenu communicationnel des agriculteurs pourrait être une avenue intéressante. Cette agence parlerait d'une seule voix au grand public et aux autres intervenants du secteur agricole relativement à des controverses présentant un risque élevé de mésinformation, de malinformation ou de désinformation pour les producteurs.

²⁶ <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/362626/greenpeace-upa-algues-bleues> (consulté le 12 mars 2024)

²⁷ <https://www.leclaireurprogres.ca/actualites/lupa-denonce-le-refus-dun-changement-a-lassurance-recolte/> (consulté le 12 mars 2024)

²⁸ <https://www.upa.qc.ca/producteur/recherche/pesticides-soyons-pragmatiques> (consulté le 12 mars 2024)

²⁹ https://www.environnement.gouv.qc.ca/eau/flrivlac/mais_soya/portrait2015-2017/rapport-2015-2017.pdf (consulté le 12 mars 2024)

Elle agirait en quelque sorte comme un organe de veille qui anticiperait les « signaux informationnels négatifs » provenant de la société civile en vue de les traiter adéquatement.

Par ailleurs, cette agence pourrait faciliter la diffusion d'informations fiables auprès du public afin d'anticiper, par exemple, la survenance de crises informationnelles (utilisation du glyphosate, maltraitance animale, recours aux suppléments palmitiques dans l'alimentation des vaches, etc.), comme celles survenues ces dernières années dans le secteur et qui ont contribué à attribuer le « mauvais rôle » aux producteurs. Elle pourrait aussi produire des outils promotionnels et didactiques destinés aux producteurs et favorisant la vulgarisation de leurs pratiques et efforts auprès des visiteurs de leurs fermes.

Elle pourrait s'inspirer d'approches similaires déjà adoptées dans certains pays européens, comme la Belgique (p. ex. l'Agence wallonne pour la promotion d'une agriculture de qualité^{30,31}), la Suisse (p. ex. l'Union suisse des paysans avec sa section « des outils pour une communication efficace à la ferme »³² ou sa rubrique consacrée aux « questions sociales » vives³³) ou la France (p. ex. l'Agence pour la valorisation des produits agricoles³⁴). Pour assurer l'efficacité de cette agence et lui attribuer des missions distinctes de celles des plateformes déjà existantes, il serait primordial, dans un premier temps, d'élaborer une revue exhaustive des sources existantes de communication agricole (CRAAQ, CISA, Agri-Réseau, UPA, etc.). Cela permettrait d'identifier l'éventail des acteurs en jeu, les objectifs et missions que s'assigne chacun d'eux, les domaines d'expertises couverts ainsi que les cibles de communication visées. Ce portrait permettrait d'identifier des avenues de communication non explorées, des thématiques agricoles peu ou mal traitées et de cartographier l'état des besoins réels des producteurs en matière de communication et de visibilité. Cela permettrait également de mieux définir les attributs de la mission à confier à l'agence à créer.

4. Mise en place d'outils politiques de promotion des pratiques agricoles durables

Comme le révèle l'enquête, les sondés sont favorables à la création d'une certification environnementale qui faciliterait la promotion des efforts agroenvironnementaux des producteurs québécois. Bien que cet outil s'avère pertinent, le succès relativement mitigé de certaines tentatives de certification à l'international (p. ex. la certification « Haute valeur environnementale » en France) nous commande d'adopter une posture plus prudente et de

³⁰ <https://www.wallonie.be/fr/acteurs-et-institutions/wallonie/autres-acteurs-publics-de-la-wallonie/agence-wallonne-pour-la-promotion-dune-agriculture-de-qualite-apaqw> (consulté le 30 janvier 2025)

³¹ <https://www.apaqr.be/fr> (consulté le 30 janvier 2025)

³² <https://www.sbv-usp.ch/fr/service/des-outils-pour-une-communication-efficace-a-la-ferme> (consulté le 30 janvier 2025)

³³ <https://www.sbv-usp.ch/fr/dossiers/questions-sociales> (consulté le 30 janvier 2025)

³⁴ <https://www.avpa.fr/avpa> (consulté le 8 février 2025)

ne pas céder à la tentation de créer trop hâtivement un label de valorisation environnementale pour le Québec.

Aussi, il faudrait que cette volonté de créer une certification trouve un écho favorable auprès des producteurs qui pourraient être moins enclins à y adhérer s'ils ne perçoivent pas d'avantages directs (autres que la simple vertu) à son adoption. Le réalisme de cette proposition nécessite donc de mettre en avant des avantages qui pourraient être pertinents à la fois pour les consommateurs et les producteurs.

En tenant compte de ce qui précède, mais aussi des risques de cannibalisation (avec les labels bios et de provenance locale notamment), du faible niveau de littératie agricole des populations, ainsi que du sentiment d'indifférence grandissant à l'égard des certifications dû, entre autres, à leur multiplicité et à une crise de confiance généralisée des consommateurs québécois (exemples récents d'Aliments du Québec et du défunt Panier Bleu rapportés par le Vérificateur général du Québec en 2021), il serait plus opportun que la mise en route de ce type de label intervienne dans un horizon à long terme, comme une étape finale d'un processus qui prendrait graduellement corps à travers, tout d'abord, l'élaboration d'une stratégie québécoise favorisant des choix alimentaires durables.

Cette stratégie serait, par exemple, bâtie autour de la valorisation des productions agricoles orientées vers l'adoption de pratiques environnementalement vertueuses, le but étant de leur donner de la visibilité et d'accroître leur notoriété dans l'espace public. Les pratiques agroenvironnementales à prioriser au départ pourraient être celles qui sont définies dans le Plan d'agriculture durable. Une primauté d'approvisionnement dans les établissements publics assortie de mesures d'écoconditionnalité pourrait être accordée pour favoriser ces exploitations agricoles discriminantes. À ce propos, un coup de pouce politique par le biais, par exemple, d'un élargissement de la *Loi sur l'achat québécois et l'intégrité des marchés publics* serait potentiellement bénéfique afin de tenir compte de la spécificité de ce type de production durable. Pour éviter que la démarche ne soit initialement instrumentalisée à des fins concurrentielles ou de positionnement stratégique entre adoptants et non-adoptants de pratiques agroenvironnementales, il serait intéressant d'identifier différents créneaux d'adoption (p. ex. amorce, intermédiaire, mature), avec pour chacun d'eux des objectifs/attentes de durabilité, des programmes d'accompagnement (politiques de rétribution des efforts agroenvironnementaux, octroi d'écoconditionnalités, etc.) et des exigences spécifiques et adaptées aux réalités des adoptants.

Cette première phase du processus devra essentiellement mettre l'accent sur le progrès, c'est-à-dire aider les producteurs qui n'auraient jamais manifesté d'intérêt à franchir le premier pas à amorcer un début de mouvement vertueux vers la durabilité de leurs fermes.

La seconde phase du processus serait davantage portée sur les consommateurs. Celle-ci tirerait parti de la notoriété et des réflexes de durabilité qui ont été développés à la première étape tant chez les institutions que chez les citoyens.

L'objectif à cette phase serait d'orienter le comportement d'achat des consommateurs vers des produits alimentaires découlant de productions agricoles à valorisation environnementale (c'est-à-dire des producteurs qui garantissent que les pratiques agricoles mises en œuvre sur leurs exploitations préservent les écosystèmes et limitent les pressions sur l'environnement). Pour ce faire, on pourrait user du statut déjà bien établi de la marque « Aliments du Québec » et créer une sous-signature destinée aux productions présentant cette valeur ajoutée environnementale (p. ex. « Aliments du Québec — Valeur environnementale »). Il faut cependant s'interroger sur le rôle potentiel du CARTV dans ce type d'approche. Ainsi des démarches plus approfondies devraient être entreprises avec les responsables du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) afin d'évaluer la faisabilité de cette avenue en regard de la loi sur les Appellations réservées et les termes valorisants du Québec.

Une autre approche qui aurait pu être envisagée aurait été d'inclure les aliments dans la liste des produits pouvant faire l'objet de la certification « Produit du Québec » que le gouvernement du Québec a récemment mise de l'avant. Cette approche aurait ainsi pu répondre aux exigences des consommateurs souhaitant que le gouvernement soit un acteur majeur de toute démarche de certification de provenance. Cependant, nous sommes conscients que l'existence de la loi sur les Appellations réservées et les termes valorisants du Québec a fait en sorte que les aliments ont été exclus de la liste de produits pouvant bénéficier de l'étiquette « Produit du Québec ».

Cette sous-signature devrait viser une catégorie de producteurs agricoles présentant un niveau de maturité jugé acceptable dans l'adoption des pratiques agroenvironnementales. Afin d'éviter certaines erreurs constatées dans des démarches similaires ailleurs dans le monde, il est important qu'il y ait une concertation suffisante entre les représentants des différentes filières bioalimentaires afin d'établir un cahier de charges partagé qui identifierait, d'une part, les critères/indicateurs de durabilité les plus importants à prendre en compte pour discriminer entre les exploitations et, d'autre part, les mécanismes de contrôle objectifs à mettre en œuvre pour auditer les performances environnementales des certifiés.

Finalement, la dernière phase serait de lancer une certification environnementale à part entière. Celle-ci bénéficierait de la notoriété acquise de la stratégie précédente et des ajustements et commentaires découlant de son expérimentation.

Bien qu'il s'agisse d'une stratégie gagnante, les décideurs doivent se garder de considérer systématiquement le développement d'une certification comme une panacée qui viendrait satisfaire à la fois les exigences politiques et sociétales en matière de durabilité. L'efficacité

d'une certification de cette nature repose aussi, comme l'indique la littérature, sur plusieurs facteurs humains (Bendahmane, 2017; Frayssignes, 2011) et organisationnels (Ilbert et Rastoin, 2010) ainsi que sur des caractéristiques bien définies des produits (qualité, prix, format, crédibilité de l'affichage, etc.) (Dekhili et Achabou, 2014; Ceci-Renaud, Clément & Tarayoun, 2017; Fort, Séré de Lanauze & Siadou-Martin, 2024). Parmi les principaux facteurs de succès, les plus importants sont sans doute le leadership d'un ou de plusieurs acteurs dans le collectif, la participation d'acteurs représentatifs de l'industrie ou de la filière, le consensus sur les objectifs clairement définis, la vision du collectif et la cohésion des membres de l'industrie ou de la filière. De même, il faut qu'une étude d'opportunité préalable ait démontré la pertinence de la mise en place de cette appellation.

5. Remodelage de l'architecture informelle des canaux gouvernementaux

Pour plusieurs des enjeux de durabilité, les répondants ont indiqué ne pas percevoir d'efforts suffisants de la part du gouvernement. Tout porte à croire que cette perception relève davantage d'une communication mal adaptée puisque, dans la pratique, le gouvernement, par le biais du MAPAQ, met en œuvre plusieurs vitrines afin de vulgariser ses acquis environnementaux au grand public. Toutefois, les attentes architecturales des citoyens à l'égard de ces informations semblent dissonantes par rapport au style de communication plutôt traditionnel employé par les plateformes gouvernementales. À preuve, les résultats de l'enquête indiquent une préférence des citoyens/consommateurs pour des approches de communication plus réflexives, synthétiques, visuelles et engageantes.

Pour l'heure, les informations disponibles sur les plateformes gouvernementales québécoises ne répondent pas nécessairement à ces besoins sur le plan du design de l'information. Elles sont généralement présentées sous une forme descriptive et textuelle qui ne permet pas de capter ou même de maintenir durablement l'attention des visiteurs potentiels.

Afin d'aider les citoyens à comprendre les enjeux de durabilité et à mieux apprécier les progrès qui sont réalisés, il pourrait être pertinent, par exemple, que chacun des enjeux de durabilité soit décliné en thématiques principales d'actions et associé à un ensemble d'objectifs gouvernementaux (principaux et secondaires) à atteindre. En effet, étant donné que la durabilité se présente comme un concept parfois abstrait pour le public, cette structuration a l'avantage de faciliter une meilleure catégorisation mentale de ces enjeux.

Par ailleurs, pour faciliter la visualisation des avancées réalisées, les actions mises en œuvre pour chaque enjeu pourraient être catégorisées selon trois niveaux d'accomplissement (Réalisé/finalisé, Avancé et Démarré) permettant au public d'évaluer leur degré d'avancement en fonction des objectifs gouvernementaux de durabilité initialement définis. Cela permettrait aux citoyens de jauger objectivement et plus visuellement les points de réalisation sur chacun des enjeux. Un bel exemple de cette architecture est le modèle de présentation d'informations

actuellement utilisé par le ministère de l’Agriculture et de la Souveraineté alimentaire³⁵ de la France.

Autant que possible, les thématiques, les objectifs et, éventuellement, les indicateurs de progression associés à chacun des enjeux pourraient être également déclinés en fonction des différents acteurs de la chaîne de valeur afin de permettre au public d’avoir une vision systémique de la durabilité dans le secteur agricole et se faire une idée plus précise des responsabilités spécifiques de ces acteurs à l’égard de chacun des enjeux de durabilité.

³⁵ <https://agriculture.gouv.fr/suivi-des-mesures-en-faveur-des-agriculteurs> (consulté le 30 janvier 2025)

Conclusion

L'objectif de la présente étude était de cerner les représentations des citoyens/consommateurs à l'égard des efforts agroenvironnementaux déployés par les producteurs agricoles québécois. Cet objectif global s'est décliné en deux sous-objectifs principaux qui consistaient, pour le premier, à caractériser la nature et l'ampleur de ces efforts à partir d'entrevues avec des producteurs, et, pour le second, à sonder un échantillon représentatif de Québécois sur leurs perceptions, connaissances et attentes à l'égard de ceux-ci et de la durabilité du secteur agricole en général. Des constatations intéressantes ont mis en évidence la littératie agricole relativement faible du public, notamment sur la connaissance des enjeux de durabilité, des pratiques agricoles et des efforts agroenvironnementaux qui les sous-tendent, ce qui a fait ressortir la nécessité d'éduquer les citoyens et de développer des outils appropriés afin de faciliter, à l'échelle des filières bioalimentaires, une meilleure promotion des acquis environnementaux.

Ces lacunes ont fait justement l'objet de propositions de recommandations qui permettront aux décideurs politiques, aux analystes, aux spécialistes du transfert de connaissances et de la communication agricole ainsi qu'aux autres intervenants du secteur bioalimentaire de disposer de bases de réflexion afin d'amorcer des initiatives communicationnelles adaptées aux réalités d'apprentissage des Québécois.

Le recours à une méthodologie de travail structurée (en trois étapes) et détaillée a permis de valider, par le biais d'approches transversales (documentaire, qualitative et quantitative), les conclusions et recommandations qui ont découlé de nos analyses. Bien que cela ne fasse pas l'objet du mandat de cette étude, il est tout de même important de relever certains aspects dont la prise en compte future permettrait de mieux apprécier les pistes de réflexion qui ont été proposées.

En effet, même si cette étude a fait le choix de privilégier la perspective de compréhension des citoyens/consommateurs, il demeure que la question de la reconnaissance des efforts agroenvironnementaux des producteurs s'inscrit dans une complexité qui invite à prendre en compte également les points de vue des autres acteurs de la chaîne de valeur (transformateurs, détaillants, acteurs gouvernementaux, etc.). Ce regard croisé permettrait de déterminer les défis communs et spécifiques, en plus d'offrir la possibilité d'une mise en œuvre d'actions concertées plus appropriées. Bien que pour l'instant minimes, les analyses ont montré qu'une proportion de Québécois n'utilisent aucune des sources d'informations traditionnelles disponibles pour rechercher de l'information sur les pratiques agricoles du secteur. Avec l'utilisation sans cesse croissante de l'intelligence artificielle et ses défis en matière de véracité de l'information, il serait pertinent d'examiner en profondeur le profil, les motivations, les attentes, les habitudes et les préférences informationnelles de ces non-utilisateurs de plateformes classiques.

Dans un autre registre, les statistiques descriptives portant sur les perceptions des répondants à l'égard de l'agriculture et des agriculteurs québécois ont mis en évidence des pourcentages relativement élevés de non-réponses (oscillant entre 11 et 18 %) pour certains énoncés.

Une analyse minutieuse permet de constater que ces non-réponses relèvent majoritairement d'une connaissance insuffisante des répondants quant aux pratiques endogènes des agriculteurs relativement au respect de l'environnement, aux risques sanitaires, à la transparence de l'information ainsi qu'aux règles adoptées pour assurer des rapports harmonieux entre les producteurs et les citoyens du voisinage agricole. Ces conclusions sont corroborées notamment par les caractéristiques sociodémographiques de ces répondants, qui, dans une forte proportion (environ 70 %), proviennent essentiellement des régions métropolitaines (p. ex. Montréal et Laval) et de l'Ouest (p. ex. Outaouais, Lanaudière, Laurentides, Montérégie). Les résidents des régions plus urbaines ont justement la particularité d'être plus éloignés des centres de production agricole, ce qui limite considérablement leurs connaissances réelles et fonctionnelles des enjeux de durabilité et des pratiques agricoles telles qu'elles sont véritablement déployées à la ferme. Korai, Lambert & Ducharme (2024) ont abouti à des conclusions similaires qui permettent d'expliquer, par exemple, comment la faible identité agricole dans les régions métropolitaines constitue un facteur explicatif du niveau de désintérêt de leurs résidents à l'égard des identifiants régionaux.

Bien que des activités agricoles soient pratiquées dans les régions de l'Ouest, leur superficie en termes d'occupation du territoire agricole reste relativement moindre (p. ex. 44 % pour l'Outaouais et 29 % pour l'Abitibi-Témiscamingue)³⁶, en comparaison avec d'autres régions (Montérégie, Laurentides, etc.). De plus, ces productions agricoles sont généralement moins polluantes (on n'y retrouve pas, par exemple, d'élevages de porcs), ce qui pourrait expliquer que les résidents de ces régions sont moins exposés à des enjeux environnementaux sources de controverses publiques (voisinage, qualité de vie en milieu rural, pollution, etc.). Finalement, pour certaines régions de l'Ouest comme l'Outaouais, où la population est généralement très concentrée aux alentours de Gatineau, les constatations sont les mêmes que pour les régions à proximité de grands centres urbains.

Cette étude ouvre des perspectives de recherche intéressantes à explorer. En effet, même si les données collectées dans cette enquête n'ont pas l'ambition d'être une évaluation économique de l'adoption des pratiques agroenvironnementales par les producteurs, cette analyse s'avère pertinente, car elle permettrait de quantifier le coût excédentaire que la population est prête à assumer pour des biens publics, en l'occurrence les changements de pratiques bénéfiques pour l'environnement. Ainsi, il serait possible de décomposer la valorisation du public pour chacune des PA identifiées, ce qui pourrait ensuite être comparé aux coûts de chacune, et ce, de manière à déterminer lesquelles pourraient être adoptées avec le plus haut taux de succès en tenant compte aussi de différents niveaux de littératie agricole. Cette analyse pourrait, d'ailleurs, s'inspirer des travaux de Tchana *et al.* (2022), qui ont réalisé une évaluation économique similaire afin de mesurer le consentement à payer de la population québécoise pour des pratiques agricoles affectant les biens et services écosystémiques produits par le lac Saint-Pierre.

³⁶ <https://www.quebec.ca/agriculture-environnement-et-ressources-naturelles/agriculture/industrie-agricole-au-quebec/portraits-regionaux-agriculture> (consulté le 30 mars 2025)

Sur la question de la certification environnementale, plusieurs études récentes ont mis en évidence la pertinence de tenir compte du design d'affichage des labels environnementaux comme critère important de leur efficacité auprès du public (Fort, Séré de Lanauze & Siadou-Martin, 2024; Majer *et al.*, 2022; Stein et de Lima, 2022; Thøgersen *et al.*, 2024). En effet, il ne suffit pas qu'ils soient réclamés par les consommateurs pour être attractifs. Ils doivent également être structurés et présentés selon un format d'affichage qui facilite leur repérage, leur compréhension, leur crédibilité et leur utilisation dans la prise de décision. De ce fait, il serait pertinent dans le cadre de futures études de se pencher sur les formats de présentation de labels (texte et/ou logo) les plus appropriés afin de valoriser auprès des Québécois une certification environnementale axée sur l'adoption de bonnes pratiques agricoles. Par exemple, entre les affichages « réducteurs » (qui ont pour but de synthétiser les informations découlant des indicateurs de durabilité sous forme d'une note ou d'une lettre, comme le Nutri-Score) et les affichages « évaluatifs » (qui ont pour objectif de donner un score sur chacune des dimensions de la durabilité), quelle approche de formatage serait la plus efficace aux yeux des consommateurs québécois?

Finalement, il ne faudrait pas exclure le fait que les données collectées dans l'étude portent essentiellement sur des préférences autodéclarées reconnues dans la littérature comme porteuses de biais (Bessette *et al.*, 2020; Corcos et Pannequin, 2008). Même si certaines techniques statistiques (p. ex. inclusion d'une échelle de désirabilité sociale) et psychométriques (p. ex. inclusion de questions filtres attentionnelles) ont été utilisées afin de contrôler les biais les plus importants (p. ex. désirabilité sociale) et d'assurer la qualité des données, il demeure qu'à certains égards, les réponses ont pu être entachées par d'autres biais, notamment ceux de disponibilité, de primauté ou d'ancrage pour certaines thématiques du questionnaire, comme les perceptions à l'égard des agriculteurs et de l'agriculture québécoise. En effet, le manque de connaissances objectives des réalités de l'adoption des pratiques agroenvironnementales à la ferme pourrait conduire certains répondants à fonder leurs jugements sur les informations très négatives et/ou positives auxquelles ils ont accès dans leur environnement informationnel de référence. Cela pourrait déterminer, par exemple, le poids psychologique attribué à certaines croyances à l'égard de l'impact sur l'environnement des pratiques des agriculteurs et inférer des représentations construites autour de l'agriculture québécoise et de ses acteurs. Il convient de mener d'autres études plus qualitatives à la suite de celle que nous avons réalisée afin de mieux saisir les dynamiques et processus cognitifs par lesquels se construisent, se développent et s'articulent les biais, croyances et représentations des Québécois à l'égard de la durabilité de l'agriculture québécoise.

Bibliographie

- Agriculture et Agroalimentaire Canada. (2022). *Recherche qualitative sur les points de vue des consommateurs et des producteurs sur la durabilité en agriculture. Rapport de recherche*. https://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/poref/agriculture_agri-food/2022/065-21-f/POR065-21-Report-FR.pdf (consulté le 12 janvier 2025).
- Akanmu, A. O., Akol, A. M., Ndolo, D. O., Kutu, F. R., & Babalola, O. O. (2023). Agroecological techniques: Adoption of safe and sustainable agricultural practices among the smallholder farmers in Africa. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1143061.
- Asioli, D., Aschemann-Witzel, J., & Nayga, R. M. Jr. (2020). Sustainability-related food labels. *Annual Review of Resource Economics*, 12(1), 171-185.
- Bastien, T., Morel, A.-M., & Torres, S. (2020). *Impact de la pandémie de la COVID-19 sur la santé et la qualité de vie des femmes au Québec*. Association pour la santé publique du Québec. Rapport de recherche. https://www.maisons-femmes.qc.ca/wp-content/uploads/2021/02/Rapport_Femmes-et-COVID_ASPQ_Observatoire.pdf (Consulté le 21 juillet 2025).
- Bendahmane, M. (2017). La marque territoriale. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 2(17), 342-356.
- Bessette, M. O., Dioubate, M., Hébert, M., Tchana, M. E. K., Morissette, L., Toupin, J. C., ... & Doyon, M. (2020). *La présence de biais cognitifs en analyse économique : une étude de cas*. 2020s-12, CIRANO.
- Bigot, R., Croutte, P., & Recours, F. (2010). Enquêtes en ligne, peut-on extrapoler les comportements et les opinions des internautes à la population générale. *Cahier de recherche*, (273).
- Brévault, T., & Clouvel, P. (2019). Pest management: Reconciling farming practices and natural regulations. *Crop Protection*, 115, 1-6.
- Brisson, G., Richardson, M., & Gagné, D. (2010). Relation entre l'agriculture et la qualité de vie des communautés rurales et périurbaines. Institut National de la Santé Publique.
- Ceci-Renaud, N., Clément, M., & Tarayoun, T. (2017). *L'affichage environnemental pour une consommation plus verte*. Essentiel, Commissariat général au développement durable (CGDD).
- Centre canadien pour l'intégrité des aliments (CCIA). (2019). *Étude sur la confiance du public*. <https://www.integritealimentaire.ca/rapports-de-letude-sur-la-confiance-du-public/> (consulté le 12 juin 2024).
- Charbonneau, F. (2008). *Étude sur la perception de la consommation alimentaire au Québec*. Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal.
- Chouinard, L. (2020). Bilan de la saison 2019, Réseau pommier. *Rapport de recherche*, IRDA.

- Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois (CAAQ). *Rapport final*.
<https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/46414?docref=K9YH1slgmgssTnLQN8XTsg> (consulté le 15 février 2025).
- Corcos, A., & Pannequin, F. (2008). Conservatisme, représentativité et ancrage dans un contexte dynamique : Une approche expérimentale. *Recherches économiques de Louvain*, 74(1), 77-110.
- Dekhili, S., & Achabou, M. A. (2014). How the “made in” can influence the eco-equality assessment of a product: An experimental study on the case of the European Ecolabel. *Working Papers 2014-140*, Department of Research, IPAG Business School.
- Doutreligne, S. (2023). *Les normes valorisées par la masculinité traditionnelle impactent-elles la santé mentale et le suicide des agriculteurs québécois?: Analyse de cas d'agriculteurs s'étant suicidés entre les années 1763 et 1986 dans la province de Québec*. Thèse de doctorat, Université d'Ottawa/University of Ottawa.
- Ferretti, P., Petkeviciute, A., & Zolin, M. B. (2023). Consumption of low pesticides food: Implications for producers and policymakers. Results from a multi-attribute analysis. *British Food Journal*, 125(13), 277-295.
- Fischer, C., & Lyon, T. P. (2019). A theory of multitier ecolabel competition. *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, 6(3), 461-501.
- Fort, F., De Lanauze, G. S., & Siadou-Martin, B. (2024). Quel étiquetage de la durabilité des produits alimentaires? *Management & Avenir*, 140(2), 67-92.
- Frayssignes, J. (2011). Marques territoriales et développement rural : Lecture critique pour la construction d'un programme de recherche. Communication présentée au Colloque international et interdisciplinaire « Labellisation et “mise en marque” des territoires », Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, France.
- Fuller, K., Grebitus, C., & Schmitz, T. G. (2022). The effects of values and information on the willingness to pay for sustainability credence attributes for coffee. *Agricultural Economics*, 53(5), 775-791.
- Garrett, D. R., Pelletier, F., Garant, D., & Bélisle, M. (2022). Combined influence of food availability and agricultural intensification on a declining aerial insectivore. *Ecological Monographs*, 92(3), e1518.
- Gassie, J., Bidaud, F., Kakpo, N., & Lerbourg, J. (2024). Images et représentations de l'agriculture dans la société française d'aujourd'hui. *Document de travail*, ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.
- Gendreau-Martineau, F. (2018). *Portrait de la production biologique des fraises et framboises au Québec et à l'international — Rapport d'enquête sur le secteur québécois des fraises et framboises biologiques*. CETAB+, Victoriaville.

- Goedertier, F., Weijters, B., Van den Bergh, J., & Schacht, O. (2024). What does sustainability mean in the minds of consumers? A multi-country panel study. *Marketing Letters*, 35(2), 317-333.
- Gouvernement du Québec. (2022). *Le plan d'agriculture durable (PAD)*. <https://www.quebec.ca/gouvernement/politiques-orientations/politique-bioalimentaire/agriculture-durable> (consulté le 17 août 2022).
- Government of Alberta. (2019). *Consumer corner — Demand for convenience*. <https://open.alberta.ca/dataset/b5d936eb-2127-424e-b1b8-818c486d12aa/resource/5d7a504d-ab10-4f1c-843c-79801cf0d412/download/af-consumer-corner-54-demand-for-convenience-2019-11.pdf> (consulté le 28 octobre 2024).
- Hauser, D. J., & Schwarz, N. (2016). Attentive Turkers: MTurk participants perform better on online attention checks than do subject pool participants. *Behavior Research Methods*, 48, 400-407.
- Ilbert, H., & Rastoin, J. L. (2010). *Le système alimentaire mondial : Concepts et méthodes, analyses et dynamiques*. Éditions Quæ.
- Jones-Bitton, A., Best, C., MacTavish, J., Fleming, S., & Hoy, S. (2020). Stress, anxiety, depression, and resilience in Canadian farmers. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55, 229-236.
- Kaczorowska, J., Rejman, K., Halicka, E., Szczybyło, A., & Górska-Warsewicz, H. (2019). Impact of food sustainability labels on the perceived product value and price expectations of urban consumers. *Sustainability*, 11(24), 7240.
- Korai, B., & Bocoum, I. (2022). *Outils d'information sur l'alimentation, les produits bioalimentaires et les risques alimentaires au Québec*. 2022rp-02, CIRANO.
- Korai, B., & Lambert, R. (2023). *Les marques territoriales dans le secteur bioalimentaire : un outil pour favoriser l'achat local et de proximité*. 2023rp-17), CIRANO.
- Korai, B., Lambert, R., & Ducharme, M. È. (2024). Les marques territoriales bioalimentaires à l'épreuve des perceptions et des représentations des consommateurs québécois. *Revue Organisations & territoires*, 33(2), 208-225.
- Lafleur, G. (2021). *Facteurs de risque et protection de la santé mentale et des conduites suicidaires des agriculteurs québécois et suisses romands : Une étude par méthodes mixtes*. Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal.
- Lafleur, G., & Allard, M. A. (2006). *Enquête sur la santé psychologique des producteurs agricoles du Québec*. Rapport final présenté à La Coop fédérée.
- Larbi-Youcef, Y. (2017). *Les politiques agroenvironnementales au Québec : Enjeux, perspectives et recommandations*. Thèse de doctorat, Université de Sherbrooke.
- Larue, B., West, G. E., Singbo, A., & Tamini, L. D. (2017). Risk aversion and willingness to pay for water quality: The case of non-farm rural residents. *Journal of Environmental Management*, 197, 296-304.

- Laurent, M. C. (2023). *Leviers d'action et adoption des bonnes pratiques agroenvironnementales par les entreprises agricoles en production végétale au Québec*. Mémoire de maîtrise, Université Laval.
- Lévesque, A., Kermagoret, C., Poder, T. G., L'Ecuyer-Sauvageau, C., He, J., Sauvé, S., & Dupras, J. (2021). Financing on-farm ecosystem services in southern Quebec, Canada: A public call for pesticides reduction. *Ecological Economics*, 184, 106997.
- Levesque, P., Mishara, B., & Perron, P. A. (2021). *Le suicide au Québec : 1981 à 2018 — Mise à jour 2021*. Québec, Bureau d'information et d'études en santé des populations, Institut national de santé publique du Québec.
- Majer, J. M., Henschler, H. A., Reuber, P., Fischer-Kreer, D., & Fischer, D. (2022). The effects of visual sustainability labels on consumer perception and behavior: A systematic review of the empirical literature. *Sustainable Production and Consumption*, 33, 1-14.
- Malone, T., & Lusk, J. L. (2018). Consequences of participant inattention with an application to carbon taxes for meat products. *Ecological Economics*, 145, 218-230.
- MAPAQ. (2015). *Sondage sur les pratiques agroenvironnementales*. https://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Publications/Synthese_Sondage_Agro_2015.pdf (consulté le 13 novembre 2024).
- MAPAQ. (2017). *Sommet sur l'alimentation 2017. Cahier thématique 3. Perspectives d'avenir pour des entrepreneurs agricoles et des pêcheurs*. <https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/2682828> (consulté le 19 août 2022).
- Marcellis-Warin, D., Peignier, I., & Gleize, T. (2023). *Baromètre de la confiance des consommateurs québécois à l'égard des aliments – Troisième édition*. 2023PJ-06, CIRANO.
- Marchand, A. (2009). *Quête de reconnaissance des agricultrices et des agriculteurs au sein de la ferme familiale*. Thèse de doctorat, Université de Sherbrooke).
- Moriceau, M., Alberio, M., & Velde, C. V. D. (2021). Pratiquer l'agriculture en temps de pandémie : sens et reconnaissance au travail des néo-agriculteurs québécois. *Revue Interventions économiques. Papers in Political Economy*, 66.
- Mundler, P., & Laughrea, S. (2015). *Quels bénéfices pour le développement des territoires? Étude de cas dans trois territoires Québécois*. 2015RP-21, CIRANO. <https://cirano.qc.ca/en/summaries/2015RP-21>
- Nyanga, P. H., Umar, B. B., Chibamba, D., Mubanga, K. H., Kunda-Wamuwi, C. F., & Mushili, B. M. (2020). Chapter 6 - Reinforcing ecosystem services through conservation agriculture in sustainable food systems. In L. Rusinamhodzi (Ed.), *The Role of Ecosystem Services in Sustainable Food Systems*. Academic Press, 119-133.
- Petrontino, A., Frem, M., Fucilli, V., Tria, E., Campobasso, A. A., & Bozzo, F. (2024). Consumers' purchase propensity for pasta tracked with blockchain technology

- and labelled with sustainable credence attributes. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8, 1367362.
- Rana, J., & Paul, J. (2020). Health motive and the purchase of organic food: A meta-analytic review. *International Journal of Consumer Studies*, 44(2), 162-171.
- Rousseau, G. (2010). *Analyse de l'isolement social, de la sociabilité et de la qualité du soutien social chez les jeunes agriculteurs québécois*. Mémoire de maîtrise, Université Laval.
- Royer, A., de Marcellis-Warin, N., Peignier, I., Warin, T., Panot, M., & Mondin, C. (2020). *Les enjeux du numérique dans le secteur agricole — Défis et opportunités*. 2020RP-12, CIRANO. <https://cirano.qc.ca/fr/sommaires/2020RP-12>
- Rubik, F., & Frankl, P. (2017). *The future of eco-labelling: making environmental product information systems effective*. Routledge.
- Sánchez-Bravo, P., Chambers, E., Noguera-Artiaga, L., Sendra, E., Chambers IV, E., & Carbonell-Barrachina, Á. A. (2021). Consumer understanding of sustainability concept in agricultural products. *Food Quality and Preference*, 89, 104136.
- Saulais, L., & Espougne, B. (2024). Shaping sustainable consumption: Quebec consumers' knowledge and beliefs about the environmental impacts of food. *Appetite*, 203, 107659.
- Statistique Canada (2020). *Histoire de famille : partage des tâches domestiques chez les couples au Canada : qui fait quoi?*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/200219/dq200219e-fra.htm> (consulté le 21 juillet 2025).
- Stein, A. J., & de Lima, M. (2022). Sustainable food labelling: considerations for policy-makers. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 103(2), 143-160.
- Svensson, J. (2014). Enquêtes par panel en ligne — un défi pour les statistiques officielles. *Recueil du symposium de Statistique Canada*.
- Sylvestre, R. (2024). *L'agriculture comme projet de société : les obstacles à une transition agroécologique juste au Québec*. Mémoire de maîtrise, Université de Montréal.
- Tamini, L. D., Larue, B., & West, G. (2012). Technical and environmental efficiencies and best management practices in agriculture. *Applied Economics*, 44(13), 1659-1672.
- Tchana, M. E. K., Tamini, L. D., Doyon, M., & Bergeron, S. (2022). *Consentement à payer pour des changements de pratiques affectant les biens et services écosystémiques produits par le lac Saint-Pierre*. Rapport de recherche, Centre de recherche en économie de l'environnement, de l'agroalimentaire des transports et de l'énergie (CREATE).
- Thøgersen, J., Dessart, F. J., Marandola, G., & Hille, S. L. (2024). Positive, negative or graded sustainability labelling? Which is most effective at promoting a shift towards more sustainable product choices? *Business Strategy and the Environment*, 33(7), 6795-6813.
- UPA. (2019). *Mémoire présenté à la Commission de l'agriculture, des pêcheries, de l'énergie et des ressources naturelles*.

<https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/4002620> (consulté le 12 décembre 2024).

- Traoré, O. Z., Tamini, L. D., & Korai, B. (2023). Willingness to pay for credence attributes associated with agri-food products - Evidence from Canada. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, 71(3-4), 303-327.
- Van Bussel, L. M., Kuijsten, A., Mars, M., & Van't Veer, P. (2022). Consumers' perceptions on food-related sustainability: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 341, 130904.
- Willems, P., Van Ossenbruggen, R., & Vonk, T. (2006). The effects of panel recruitment and management on research results: A study across 19 online panels. *Proceedings of ESOMAR Panel Research*.
- Young, J. C., Calla, S., Lécuyer, L., & Skrimizea, E. (2022). Understanding the social enablers and disablers of pesticide reduction and agricultural transformation. *Journal of Rural Studies*, 95, 67-76.
- Zaga-Mendez, A., Kolinjivadi, V., Bissonnette, J. F., & Dupras, J. (2020). Mixing public and private agri-environment schemes: Effects on farmers participation in Quebec, Canada. *International Journal of the Commons*, 14(1).

Annexe

Liste des efforts agroenvironnementaux recensés à la suite du questionnaire qualitatif et des entretiens avec les producteurs

- Les producteurs agricoles investissent des sommes d'argent considérables (qui ne sont pas nécessairement couvertes par leurs assurances) afin d'expérimenter des techniques de culture favorisant une réduction de la consommation de pesticides au champ.
- À défaut d'utiliser des pesticides, une grande majorité de producteurs agricoles sont contraints de passer plusieurs heures à marcher dans les champs afin d'identifier les ravageurs nuisibles à leurs cultures.
- L'adoption des pratiques bénéfiques à l'environnement exige des producteurs un temps considérable de formation et de suivi avec les agronomes, ce qui les empêche de se consacrer à d'autres tâches importantes sur leur ferme.
- Les producteurs agricoles sont exposés à un niveau élevé de stress personnel et financier en raison de la plus grande probabilité de perte de récoltes résultant d'une utilisation de plus en plus réduite de pesticides dans les champs.
- En plus de la diminution du volume de leurs récoltes découlant d'une utilisation de plus en plus réduite de pesticides, les producteurs agricoles doivent également composer avec les changements climatiques qui réduisent encore plus leur capacité à produire.
- L'adoption de pratiques agroenvironnementales exige souvent des agriculteurs de planter des arbres autour de leurs superficies agricoles, ce qui peut attirer de nombreux animaux nuisibles (dindes, ours, rats laveurs, etc.) causant des pertes financières importantes sur le plan des récoltes (non couvertes par les subventions gouvernementales).
- Les pratiques agroenvironnementales à la ferme nécessitent parfois de nombreuses heures de travail dans un contexte où le taux horaire des employés agricoles est élevé, ce qui réduit encore plus la marge bénéficiaire déjà très faible des producteurs agricoles.
- Avec l'adoption au champ de pratiques minimisant l'utilisation des pesticides, les producteurs agricoles font face à une plus grande probabilité de maladies (p. ex. le mildiou pour la laitue), de parasites (p. ex. pucerons, punaises) et d'autres défauts esthétiques (p. ex. aliments plus moches) affectant leurs cultures.
- Les subventions et autres aides que reçoivent les producteurs agricoles pour les encourager à adopter des pratiques agroenvironnementales à la ferme sont, dans la pratique, très inférieures aux coûts et investissements financiers (équipements, machineries, entretien des cultures, etc.) qu'ils doivent réellement supporter pour rendre leurs pratiques au champ plus durables. Ainsi, une grande partie de ces coûts sont généralement supportés sur leurs fonds propres.
- Étant donné que plusieurs fermes sont de type familial avec des revenus restreints, l'essentiel du travail pour mettre en œuvre les pratiques agroenvironnementales au champ reste manuel, ce qui fait en sorte que les agriculteurs (et leur conjoint.e.) doivent souvent sacrifier leur temps de repos ou de vacances.
- Afin de préserver la santé des sols et de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) à la ferme, les producteurs agricoles font de plus en plus d'efforts pour éviter de labourer leur champ. Cette tendance, bien que respectueuse de l'environnement, les contraint à faire face davantage à la menace des mauvaises herbes et à l'apparition des maladies des cultures qui constituent l'une des raisons essentielles pour lesquelles les agriculteurs ont généralement recours aux pesticides.
- Les producteurs agricoles sont souvent amenés à traiter leurs cultures en fin de nuit (réduction du temps de sommeil) afin de profiter des meilleures conditions météorologiques possibles (absence de vent, température et humidité, etc.) garantissant une utilisation réduite (à petites doses) des produits phytosanitaires au champ et une protection des insectes pollinisateurs.