



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
**Pour diffusion immédiate**

*Sondage Indicateur Melior 2015:*

## **Les Québécois sont prêts à payer plus pour mieux manger**

**Montréal, le 19 novembre 2015**— Le programme Melior dévoile aujourd'hui les résultats de son quatrième Indicateur annuel sur les habitudes alimentaires des Québécois. Bonne nouvelle : les Québécois aspirent plus que jamais à mieux s'alimenter et agissent en ce sens, à la maison comme à l'épicerie et au restaurant. Tout n'est pas gagné, mais le Québec se dirige dans la bonne direction.

### **Les Québécois aspirent à manger mieux... et y arrivent en partie**

Seulement 10 % des répondants disent mal s'alimenter, alors que pas moins de 90 % de la population affirme bien manger. Et au niveau de la fréquence, ils le font de façon plus assidue : 17 % le font toujours, 70 % souvent, pour un total de 87 %. Cela revient à dire que 90 % des gens mangent santé presque neuf fois sur dix. Et il semblerait que ce soit plus facile à faire qu'en 2014 : 49 % des Québécois considèrent qu'il est de plus en plus facile d'améliorer ses habitudes alimentaires, contrairement à 43 % en 2014.

Les Québécois ont un réel désir d'être plus en santé en mangeant mieux. Le tiers a d'ailleurs la ferme intention d'améliorer son alimentation au cours de la prochaine année. Les femmes (38 %) et les 18-34 ans (39 %) sont ceux qui sont les plus décidés à passer à l'action. Autre signe du temps : quand on demande aux Québécois quelles sont les principales raisons qui les poussent à le faire, on voit une augmentation (de 7 % en 2014 à 10 % en 2015) de gens qui disent le faire pour avoir plus d'énergie. Une réponse qui ne surprend pas Youri Rivest, vice-président chez CROP : « Un climat de fatigue, voire même de morosité s'est installé au Québec depuis quelques années et les gens essaient de combattre cela par tous les moyens, dont par l'alimentation. »

### **Les consommateurs ont mis un prix sur leur santé**

Également, pour la première fois cette année, dans le cadre du sondage, une expérience de magasinage en épicerie a été simulée afin de déterminer l'importance qu'accordent les Québécois aux attributs d'un produit, dans ce cas-ci un pain, et de mesurer l'importance relative de chacun de ces facteurs sur les choix des consommateurs.

L'équipe de CROP a conclu que les Québécois sont prêts à payer presque 0,50 \$ de plus pour un produit « fait de grains entiers » que pour celui qui contient l'allégation « goût amélioré ». En effet, devant un étalage, une fois sur deux le consommateur va choisir un pain fait de grains entiers à 3,98 \$ versus un pain au goût amélioré à 3,50 \$. Le prix compterait pour 51 % de la décision d'achat.

Ce n'est pas tout : les répondants au sondage ont confirmé qu'à prix égal, pas moins de 76 % d'entre eux achèteraient une nouvelle marque de pain au même prix que leur marque régulière, mais qui aurait une meilleure valeur nutritive.



### **Produits améliorés : une solution payante pour tous**

Pour Annick Van Campenhout, directrice générale du Conseil des initiatives pour le progrès en alimentation (CIPA), l'organisme qui pilote le programme Melior, cela confirme que les Québécois accordent une réelle importance à leur santé et croient que la santé passe aussi par leur assiette : « Quand le consommateur est prêt à payer davantage pour un produit, c'est qu'il est convaincu que c'est une meilleure option pour lui. Pour moi, c'est un message clair aux entreprises. Les Québécois veulent manger mieux et ils sont prêts à investir dans leur santé. »

D'ailleurs, une marque appréciée des consommateurs qui améliore ses produits gagne énormément en capital de sympathie. Pas moins de 94 % des répondants indiquaient qu'une entreprise qui modifierait sa recette pour la rendre meilleure pour la santé se préoccupe réellement de ses consommateurs et 88 % qu'elle a à cœur la fidélité de ses clients, des pourcentages en augmentation depuis 2014.

« Lorsque c'est bon pour le consommateur et qu'en plus, on y gagne en crédibilité comme entreprise, il semble évident que l'amélioration des produits est la voie à suivre », indique Annick Van Campenhout. « Le mouvement d'amélioration de l'offre alimentaire est en marche, je convie toutes les entreprises agroalimentaires à ne pas manquer le bateau », conclut-elle.

Pour connaître les résultats de l'*Indicateur Melior*, un outil de mesure qui permet aux Québécois de suivre le progrès des quarante-sept engagements pris par quatorze entreprises dans le programme :

[www.programmemelior.com/indicateur-melior](http://www.programmemelior.com/indicateur-melior).

-30-

### **Méthodologie du sondage**

Pour réaliser cette enquête, CROP a contacté 1 000 Québécois âgés de 18 ans ou plus via un panel web. Le sondage a été mené entre le 13 et le 19 août 2015. Les résultats ont été pondérés afin de refléter la distribution de la population adulte du Québec selon le sexe, l'âge, la région de résidence, la langue maternelle et le niveau de scolarité des répondants. Compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

### **À propos de Melior**

Le programme Melior, du mot latin *Meliorare* qui signifie « améliorer », est une initiative québécoise visant à stimuler le progrès alimentaire et contribuer à l'amélioration de l'offre alimentaire au Québec. Il s'agit d'un programme de charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel destiné aux industriels agroalimentaires. Inspiré d'un modèle semblable en France, il est le premier programme du genre en Amérique du Nord et il est entièrement conçu à l'image des réalités d'ici.



Cette initiative est rendue possible grâce au soutien et à l'appui financier de Québec en Forme.

### **Pour renseignements et entrevues:**

Vanessa Roland

[vroland@tactconseil.ca](mailto:vroland@tactconseil.ca) | 514 966-8963