

Atelier Parlons Bouffe du 23 avril 2021

Analyse des pratiques de recherche d'informations alimentaires en ligne : Quelles leçons tirer de la pandémie?

Présenté par Bernard Koräi, CIRANO, CREATE, FSAA, Université Laval

Au Québec, il existe une panoplie d'informations destinées au consommateur et généralement promues par des organismes provinciaux et fédéraux, entreprises privées, par le milieu universitaire et communautaire. Des données provenant du Sommet sur l'alimentation de 2017 indiquent toutefois que près de 78% des québécois et québécoises déclarent ne pas disposer d'informations suffisantes pour faire des choix alimentaires sains. On peut donc se questionner quant à cette discordance entre d'une part, la perception du consommateur à ne pas être suffisamment outillé afin de faire les bons choix et d'autre part, la disponibilité des informations. Deux principales hypothèses sont suggérées afin d'expliquer ce constat, soit 1) les informations disponibles ne sont peut-être pas adaptées aux besoins réels du consommateur et 2) l'information n'est pas suffisamment attrayante pour être captée par le consommateur. C'est dans le cadre d'un projet de recherche que le Dr Koräi et son équipe ont tenté de vérifier ces hypothèses. Le projet visait notamment à dresser un portrait global de l'offre d'information alimentaire disponible au Québec et à recueillir empiriquement les perceptions / opinions des consommateurs. Le projet reposait sur le cadre théorique de Vidgen & Gallegos (2014), selon lequel la littératie alimentaire est un concept composé de plusieurs éléments tels que les connaissances, compétences, comportements, tous interreliés, qui requièrent une capacité à **planifier et gérer** (accès et disponibilité des aliments), **sélectionner** (salubrité des aliments et maladies associées), **préparer** (compétences suffisantes) et **consommer** (impact de l'alimentation sur la santé, la perspective sociale).

Le **premier objectif** visait à établir le portrait global de l'offre d'information alimentaire au Québec et fut réalisé à partir des plateformes les plus connues. Cette étape a permis d'identifier un total de 439 outils et plateformes à partir des mots-clés rapportés par un échantillon d'environ 30 consommateurs (correspond environ aux trois premières pages de recherche sur Google). L'équipe s'est finalement concentrée uniquement à la première page de recherche pour effectuer une analyse bibliométrique puisque 70-80% des résultats de recherche sont généralement basés sur la première page. Un total de 228

outils a ainsi été recensé. Une analyse par zone géographique a montré que 49% des outils provenaient du Québec et 18% du Canada. Les résultats recueillis ont permis de constater que les dimensions « sélectionner » et « préparer » ont généré plus de mots-clés que la dimension « planifier et gérer ». Il est possible de penser que la recherche par mots-clés se fait de façon plus intuitive pour la dimension « planifier et gérer » et que les dimensions « sélectionner » et « préparer », au regard du nombre de mots-clés qu'elles génèrent, constituent les dimensions pour lesquelles les consommateurs semblent le plus associer le concept de littératie alimentaire. De plus, la majorité des outils / plateformes informationnels gouvernementaux (75%) semble bien couvrir les différentes dimensions de la littératie alimentaire.

Le **second objectif** visait à recueillir les perceptions et opinions des consommateurs québécois à l'égard de certains critères d'évaluation et d'appréciation de l'offre informationnelle en matière alimentaire. Un total de 1200 répondant(e)s ont complété un sondage. Les participant(e)s étaient âgé(e)s de 18 ans et plus et l'échantillon était représentatif de la population québécoise. Les répondants provenaient en majorité de Montréal, la Montérégie et la Capitale-Nationale, étaient âgés entre 25 et 64 ans, avec une proportion de 50,3% de femmes et dont le ménage était en moyenne composé de deux individus. Le questionnaire comportait différentes sections, dont une sur les habitudes en matière de recherche d'informations alimentaires et une autre sur l'évaluation des niveaux de difficulté reliés à l'accès à l'information. Parmi les répondants, 62% accordaient une importance forte à la valeur nutritive, 54% à la provenance et 52% à la composition des aliments. Le sondage a révélé qu'au niveau des **connaissances alimentaires**, la dimension « préparer » était la mieux maîtrisée alors que la dimension « sélectionner » était la moins maîtrisée. Parmi les répondants, 15,5% des individus avaient fait des études ou suivi un cours / une formation dans les domaines de l'alimentation, la nutrition ou la santé.

Avant la pandémie, 62% des individus considéraient la qualité de leur alimentation comme étant très bonne, voire excellente, puis cette statistique est passée à 48,8% au début de la pandémie (mars à mai 2020). Au niveau des **pratiques culinaires**, 70,5% des répondants ont rapporté cuisiner eux-mêmes tous ou la plupart de leurs repas alors que 12% ont indiqué rarement cuisiner voire pas du tout leurs repas. Parmi les répondants ayant mentionné davantage cuisiner leurs repas eux-mêmes, on constate que ceux-ci ont également un niveau de préoccupation plus élevé concernant la composition et l'origine des aliments, ainsi qu'un score de compétences plus élevé que l'ensemble des répondants. L'inverse était observé chez les répondants ayant rapporté rarement cuisiner leurs repas.

Au niveau des **compétences alimentaires**, comme pour les connaissances, la dimension « préparer » a obtenu le score le plus élevé alors que la dimension « sélectionner » a obtenu le score le plus faible. Pour la dimension « sélectionner », l'identification de la fraude alimentaire a été rapporté comme une pratique jugée difficile par la plupart des répondants. Parmi les autres pratiques ressorties figuraient la capacité à reconnaître les aliments les plus nutritifs et à comprendre le tableau de valeur nutritive d'un produit.

Les données recueillies quant à la **fréquence de recherche d'informations** sur les dimensions de la littératie alimentaire ont permis de constater qu'il y a moins de recherche d'information pour la dimension « sélectionner » et ce, malgré le fait que les données rapportent un niveau limité de connaissances et de compétences par rapport à cette dimension chez la plupart des répondants. Au contraire, on constate que plus de recherche est faite sur la dimension « préparer » malgré le fait que les répondants semblent posséder davantage de connaissances et de compétences liées à cette dimension. Parmi les sources d'information consultées, on retrouvait les sources suivantes selon un ordre décroissant de popularité : Émissions de télévision, sites de commerçants alimentaires, sites de blogueurs (où ont été exclus les blogues gérés par des individus ayant des compétences professionnelles) et sites gouvernementaux. Les résultats issus de ce projet ont également permis de constater une influence faible de la COVID sur l'intensité de la recherche d'information (lors du premier confinement), avec une légère augmentation pendant le confinement et une augmentation des achats en ligne, puis une baisse par la suite pour les dimensions « sélectionner », « préparer » et « consommer ». Enfin, les répondants ont également été questionnés sur les critères les plus et les moins importants pour eux en lien avec la recherche d'informations alimentaires. Pour ces derniers, les cinq critères jugés les plus importants étaient les suivants : 1) l'accessibilité sur la même plateforme; 2) une plateforme québécoise; 3) l'information disponible sous forme d'images et d'illustrations; 4) une plateforme canadienne et 5) une plateforme divertissante.