

Mangez frais, mangez près

Circuits courts de distribution
de légumes et saines habitudes de vie

RÉSUMÉ



Résumé

Objectifs du projet

Le présent rapport d'Extenso examine les circuits courts de distribution de légumes selon la perspective du consommateur et de ses habitudes de vie. Le mandat était:

- D'identifier les perceptions, attitudes, motivations et freins à l'achat exprimés par des utilisateurs de circuits courts de distribution de légumes au Québec;
- D'identifier les perceptions, attitudes, motivations et freins à l'achat exprimés par des non-utilisateurs de circuits courts de distribution de légumes au Québec;
- D'explorer les relations entre les saines habitudes de vie, particulièrement l'alimentation, et les circuits courts de distribution de légumes au Québec.

Collecte de données: échantillonnage

Une collecte de données quantitatives et qualitatives a été menée à l'aide d'un sondage web, de groupes de discussion et de quelques entrevues téléphoniques. Trois régions du Québec ont été ciblées pour la collecte de données (Chaudière-Appalaches, Centre-du-Québec, Montréal). L'approche méthodologique est distincte pour chacune des régions : Montréal a été identifiée par défaut comme lieu de collecte de données qualitatives car les initiatives de circuits courts de distribution de légumes y sont nombreuses. Son bassin de population en fait un choix incontournable dans l'étude des modes de distribution alimentaire. Le choix des deux autres régions retenues pour le sondage web se base sur l'analyse du déploiement territorial des initiatives de circuits courts. Nous désirions choisir des régions où les circuits courts étaient nombreux et diversifiés ou avaient un fort potentiel de développement. Les régions de Chaudières-Appalaches et du Centre-du-Québec ont été retenues. Le tableau suivant résume l'échantillon ainsi que les différents circuits de distribution explorés.

Dans le cadre du projet «Mangez frais, mangez près - comment les initiatives de circuits courts contribuent aux saines habitudes de vie» coordonné par Équiterre.



Cette recherche a été rendue possible grâce au soutien et à l'appui financier de



Tableau 1. Caractéristiques de la taille de l'échantillon

	GROUPES DE DISCUSSION/ENTREVUES TÉLÉPHONIQUES MONTRÉAL	SONDAGE WEB CHAUDIÈRES- APPALACHES (N)	SONDAGE WEB CENTRE-DU-QUÉBEC (N)
USAGERS DE MARCHÉS PUBLICS	4 groupes (n=20)	179	211
USAGERS DE MARCHÉS VIRTUELS	1 entrevue téléphonique avec un gestionnaire	8	53
ACHETEURS DE LÉGUMES BIOLOGIQUES NON-USAGERS DE PROGRAMMES D'AGRICULTURE SOUTENUE PAR LA COMMUNAUTÉ (ASC)	4 groupes (n=26)	189	192
ACHETEURS DE LÉGUMES BIOLOGIQUES VIA UN PROGRAMME D'ASC	4 groupes (n=22)	31	25
NOUVEAUX USAGERS D'ASC	4 groupes (n=25)	-	-
EX-USAGERS DE PROGRAMME D'ASC	4 groupes (n=22)	41	31
ACHETEURS DE LÉGUMES EN ÉPICERIE OU FRUITERIE	4 groupes (n=32)	370	163
EX-USAGERS DE BONNE BOÎTE BONNE BOUFFE	6 entrevues téléphoniques	-	-
USAGERS DE BONNE BOITE BONNE BOUFFE	4 groupes (n=34)	-	-
NON-USAGERS DE BONNE BOITE BONNE BOUFFE	4 groupes (n= 32)		

Les consommateurs ont été classés sous un profil si celui-ci rejoignait leur mode d'achat rapporté. Toutefois, les profils ne sont pas hermétiques et n'excluent pas une certaine hybridité entre les différents lieux d'achat. Par exemple, des consommateurs qui reçoivent des légumes via un programme d'ASC vont aussi fréquenter d'autres lieux pour leurs achats alimentaires et il n'est pas impossible qu'ils y achètent aussi des légumes. À l'inverse, les consommateurs qui déclarent acheter régulièrement leurs légumes à l'épicerie peuvent tout de même avoir visité un marché public à quelques reprises en été par exemple.



Sommaire des caractéristiques dominantes par profil d'acheteurs

Pour chaque type d'acheteur, le rapport Circuits courts de distribution de légumes et saines habitudes de vie présente leur profil, une description de leur expérience d'achat et de leurs motivations et freins à l'achat de légumes en circuit court, ainsi que l'importance accordée à plusieurs variables d'intérêt telles que le prix, l'offre, la variété, la fraîcheur et la dimension sociale. Le tableau suivant présente les caractéristiques dominantes des différents profils d'acheteurs selon les circuits de distribution explorés.

TYPES D'ACHETEURS	PROFILS	DESCRIPTION SOMMAIRE	
Usagers de marchés publics	L'Épicurien social	Consommateur qui prend non seulement plaisir à consommer des produits frais et variés qu'il achète au marché, mais qui apprécie aussi l'expérience d'achat dont l'ambiance, la dimension humaine et la possibilité d'échanger.	
Usagers de marché virtuel	Le Vert et fier	Consommateur qui accorde de l'importance à l'environnement et au soutien des producteurs locaux, tout en ressentant une certaine fierté à acheter québécois.	
Acheteurs de légumes biologiques non-usagers de programme d'ASC	Le Croque-santé économe	Consommateur qui, tout en manifestant une sensibilité au prix, exprime une préoccupation importante pour la santé, la sienne et celle des autres. Il s'intéresse aussi aux relations entre la santé et l'environnement et la santé et les aliments biologiques.	
Acheteurs de légumes biologiques via un programme d'ASC	Le Gourmand responsable – flexible	Consommateur qui, dans ses choix, accorde de l'importance au goût, au plaisir et à la découverte, tout en ayant des convictions relatives à l'environnement et à l'achat local.	Que ce soit par conviction, par débrouillardise ou par organisation, il fait preuve d'une certaine flexibilité, entre autres face aux défis logistiques des achats via les programmes d'ASC.
Ex-usagers de programme d'ASC	Le Gourmand responsable – pragmatique		Il perçoit les différents obstacles, surtout ceux reliés à la logistique de l'achat, comme étant plus contraignants, voire irritants.
Acheteurs de légumes en épicerie ou fruiterie	Le Pratico-pratique économe	Consommateur soucieux de son budget qui apprécie et recherche la commodité et la simplicité.	
Acheteurs et ex-acheteurs de légumes via Bonne Boîte Bonne Bouffe	L'Explorateur culinaire	Consommateur amateur de qualité, de variété et de fraîcheur, particulièrement curieux de découvrir de nouveaux légumes, appréciant les nouvelles recettes et l'apprentissage relié à la cuisine.	



Circuits courts de distribution et saines habitudes de vie

Au Québec, en favorisant la consommation de légumes notamment grâce à leur plus grande disponibilité à la maison, les circuits courts de distribution de légumes peuvent avoir un impact positif sur l'alimentation. Le goût et la fraîcheur de ces légumes est certainement un incitatif à les intégrer avec plaisir au menu et donc à les retrouver plus souvent dans l'assiette du consommateur. Les quantités de légumes achetés en circuits courts ou reçus par les paniers invitent aussi à une plus grande consommation par souci d'éviter le gaspillage. Par ailleurs, cette abondance de légumes variés peut amener les consommateurs à cuisiner davantage à la maison à partir d'ingrédients de base, un comportement qui rime avec saines habitudes alimentaires et saines habitudes de vie. Ainsi, les résultats du sondage et les témoignages des groupes de discussion nous suggèrent plusieurs bienfaits potentiels des circuits courts sur les habitudes alimentaires.

Or tous ces résultats ne font pas que souligner les bienfaits potentiels des circuits courts sur les saines habitudes de vie, ils permettent aussi de mettre certains besoins en évidence. En effet, pour bénéficier des bienfaits potentiels des circuits courts sur les saines habitudes alimentaires, les consommateurs doivent être outillés, et ce sur différents volets : pour gérer l'abondance sans gaspiller, pour gérer la nouveauté, et enfin pour gérer le temps et s'organiser afin de rendre possible la cuisine à la maison de manière plus fréquente.

Les résultats suggèrent également des liens à explorer entre les circuits courts de distribution de légumes, le mode de vie physiquement actif (transport actif) et la santé mentale liée aux échanges sociaux et à l'humeur en général.

Pistes de réflexion

Les résultats de cet axe amènent à cibler des pistes de réflexion et d'action pouvant optimiser l'expérience des consommateurs et leur permettre de profiter au maximum des bienfaits potentiels des circuits courts de distribution sur les saines habitudes de vie :

- **Outiller les usagers pour gérer l'abondance de légumes**
- **Outiller les usagers pour gérer la nouveauté dans les produits alimentaires**
- **Outiller les usagers pour favoriser la planification et l'organisation des repas et faciliter la réappropriation de la cuisine maison au quotidien**
- **Sensibiliser les producteurs maraîchers au rôle d'«outilleurs» qu'ils peuvent exercer**
- **Sensibiliser les producteurs maraîchers à l'importance de former et d'outiller leurs revendeurs (et les épiciers à l'importance de former et d'outiller leurs employés)**
- **Ouvrir des canaux de communication efficaces entre les utilisateurs de circuits courts et les producteurs maraîchers**

- **Sensibiliser les parents à l'importance de l'éducation agro-alimentaire et à la transmission de connaissances et de compétences culinaires**
- **Sensibiliser la collectivité et les décideurs à l'importance d'une éducation agro-alimentaire et culinaire dans le cursus scolaire**
- **Sensibiliser la collectivité à la transformation urbaine sous-jacente à la présence de certains circuits courts de distribution alimentaire**
- **Sensibiliser la collectivité à la transformation des relations de voisinage et d'entraide sous-jacente à la présence de circuits courts de distribution alimentaire**

En bref, bien épaulés, informés et outillés, les consommateurs québécois semblent se trouver à une étape propice aux changements dans leurs habitudes alimentaires. Le rapport souligne le rôle que peuvent jouer les circuits courts en terme d'accessibilité à des légumes savoureux, en quantité et en variété. Il souligne également la pertinence des stratégies d'éducation alimentaire, nutritionnelle et culinaire qui devraient être déployées tant au niveau individuel que collectif.



