

Habitudes de consommation écologiques au Canada



Dans l'ensemble, les Canadiens sont préoccupés par l'environnement et les changements climatiques



8 sur 10 valorisent un mode de vie durable¹

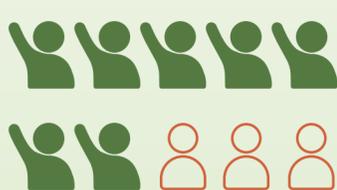


65 % estiment avoir l'obligation morale d'utiliser des produits respectueux de l'environnement²



6 sur 10 déclarent que les changements climatiques sont leur principale préoccupation¹

Les consommateurs canadiens achètent des aliments durables



70 % affirment rechercher des aliments dont la production est écologique³



DE CE NOMBRE

91 % déclarent avoir acheté ces aliments **au moins parfois**³

Les personnes qui ont de fortes motivations pour un mode de vie durable sont plus susceptibles de faire passer leur éthique avant le prix lorsqu'il s'agit des achats d'aliments¹



Les déchets et les emballages sont une priorité pour les consommateurs



Préférences d'emballage

- ▶ Les consommateurs ont une forte préférence pour l'emballage écoresponsable¹
- ▶ Les consommateurs disent qu'ils sont plus disposés à acheter des emballages durables comme « compostables » et « recyclables à 100 % »⁴
- ▶ Plus de 90 % sont préoccupés par les répercussions des emballages alimentaires sur l'environnement⁴
- ▶ Plus de la moitié sont préoccupés par l'utilisation de plastique¹

Réduction du gaspillage

- ▶ 80 % déclarent faire attention à la façon dont ils achètent et préparent les aliments pour réduire le gaspillage alimentaire³
- ▶ Près de 60 % limitent le gaspillage dans leur ménage¹



Le prix est le principal obstacle à l'achat d'aliments durables



Sur les **30 %** de consommateurs qui recherchent rarement ou jamais des aliments étiquetés comme étant écologiques³ :



51 % disent que le prix est trop élevé³



32 % affirment ne pas être convaincus que ces produits sont véritablement plus durables³



22 % croient qu'il n'y a pas de différence par rapport aux autres produits³



22 % ne voient pas la valeur³



21 % disent qu'ils ne lisent pas les étiquettes de durabilité environnementale³

Les valeurs sont importantes pour les consommateurs

- ▶ Environ 50 % des consommateurs estiment que les valeurs d'une marque sont importantes et devraient mettre davantage l'accent sur la protection de l'environnement¹
- ▶ Près des deux tiers des consommateurs affirment qu'ils achèteraient probablement une nouvelle marque durable, si le prix et la qualité sont les mêmes¹



Les consommateurs passent à l'action

La moitié des consommateurs disent qu'ils achètent plus de produits durables que cinq ans auparavant¹

36 % ont dit **qu'ils achètent des produits alimentaires différents** pour des motifs de durabilité²

32 % déclarent **boycotter un produit alimentaire** parce qu'ils craignent que les pratiques écologiques ne soient pas respectées³

11 % déclarent avoir **changé leurs habitudes d'achat d'aliments** en 2022 en raison des changements climatiques³