

4. Résultats détaillés – volet qualitatif

1. Conclusion et recommandations

2. Faits saillants

3. Résultats détaillés – volet quantitatif

3.1 Enquête téléphonique auprès des producteurs de porcs

3.2 Enquêtes téléphonique auprès du public

⇒ **4. Résultats détaillés – volet qualitatif**

5. Questionnaires et guide de discussion

6. Méthodologies et profils des répondants – volet quantitatif

4.1 VISIONS DES PRODUCTEURS DE PORCS ET DE LA PRODUCTION PORCINE

Être producteurs de porcs : un métier exigeant et en constante mutation.

Avant toute chose, les producteurs de porcs exercent ce métier par amour de la terre et des animaux, plus spécifiquement des porcs. Les producteurs de porcs étant pour la plupart issus de milieux agricoles, l'amour de la profession s'est souvent transmise de père en fils. Ainsi, la plupart des producteurs interrogés exploitent aujourd'hui des fermes familiales, où conjoints, enfants et parents travaillent ensemble. Ce style de vie, axé sur la famille et la nature est grandement apprécié des producteurs.

Le producteur de porcs étant avant tout un entrepreneur, l'autonomie que lui confère sa profession est mentionnée par plusieurs. Ceux-ci apprécient avoir l'opportunité de gérer leur vie et leur temps, même avec toutes les contraintes que cela implique.

Le dynamisme de cette profession agricole est également ressorti spontanément dans les commentaires de plusieurs participants. En comparaison avec les autres productions (lait, bœuf, volaille), la production porcine est jugée comme étant plus dynamique et stimulante. Les innovations, la recherche, les technologies et la volonté des producteurs de porcs assurent un rythme de développement élevé à cette production.

Quoique valorisant et permettant un haut degré d'autonomie, le métier de producteur de porcs s'avère toutefois fort exigeant au plan des heures demandées.

Malgré tous les efforts déployés, les producteurs de porcs sont soumis aux pressions croissantes du milieu.

Contraints de respecter un nombre croissant de normes environnementales et alimentaires, les producteurs de porcs ont fait beaucoup d'efforts pour modifier leurs pratiques. Conscients de l'importance de ces normes, ceux-ci se sont volontairement soumis à apporter les améliorations requises, sans toutefois que leurs efforts ne soient récompensés. En effet, malgré les investissements considérables réalisés par les producteurs de porcs, le prix du porc demeure le même année après année. Ceux-ci n'ont aucun contrôle sur cet aspect de leur profession.

Paradoxalement et malgré les nombreux efforts déployés par les producteurs de porcs, la pression exercée sur eux par la population québécoise, les médias, les groupes de pression et le gouvernement se fait toutefois de plus en plus forte avec les années.

Ainsi, les plus grandes difficultés rencontrées par les producteurs de porcs ne sont pas intrinsèques au métier, mais proviennent plutôt du milieu.

Cette pression fait dire à plusieurs producteurs de porcs, spécialement en Mauricie, dans le centre du Québec, à Sainte-Hyacinthe et en Estrie, que la passion du métier commence à s'effriter.

Les producteurs de porcs : des gestionnaires, qui cumulent plusieurs qualités.

Bien plus qu'un travailleur manuel, le producteur de porcs est avant tout un gestionnaire qui détient plusieurs qualités.

Voici, selon les participants, la liste des principales qualités d'un producteur de porcs ;

- ✓ Gestionnaire,
- ✓ Aime la terre et les animaux,
- ✓ Travaillant,
- ✓ Disponible,
- ✓ Flexible,
- ✓ Dynamique,
- ✓ Polyvalent : combine plusieurs métiers (vétérinaire, plombier, électricien, menuisier, mécanicien, soudeur, etc.),
- ✓ Tenace,
- ✓ Aime relever des défis,
- ✓ Patient,
- ✓ Discipliné,
- ✓ Confiance en soi.

Ainsi, la profession de producteur de porcs ayant grandement évolué depuis les 15 ou 20 dernières années, les qualités d'un producteur de porcs ne sont évidemment plus les mêmes. Un plus grand nombre de qualités sont aujourd'hui requises pour réussir dans ce métier, les exigences de la profession étant aujourd'hui beaucoup plus grandes.

Selon les producteurs de porcs, la population à une image négative et désuète de leur profession et de la production porcine en générale.

Globalement, selon les producteurs interrogés, la population québécoise à une image négative des producteurs de porcs et de la production porcine. Ceux-ci s'estiment perçus comme des pollueurs, irrespectueux de l'environnement, de la population et des animaux, qui profitent du soutien financier du gouvernement.

Dans leur milieu, la majorité des producteurs ressentent également qu'on les juge plus négativement que les producteurs laitiers ou de volaille par exemple. En effet, la population associe spontanément les odeurs à la production porcine et non pas aux autres productions, comme si les producteurs de porcs étaient responsables de tous les maux. En milieu rural, les producteurs de porcs sont également perçus comme des gens à l'aise financièrement en raison des investissements importants qu'ils font annuellement sur leur ferme.

Les producteurs de porcs ont également l'impression que les perceptions de la population québécoise à leur égard n'ont pas évolué depuis 20 ans. Malgré l'évolution spectaculaire qu'a connue la production porcine et la profession de producteur de porcs au cours des dernières décennies, une image désuète et traditionnelle demeure toutefois bien ancrée dans l'esprit de la population québécoise.

Quelques producteurs affirment toutefois que des segments de population sont plus sensibles à leur cause. Ceux-ci donnent spontanément comme exemple l'appui et la collaboration de la population québécoise, à l'échelle locale et provinciale, lors de la manifestation de l'autoroute 20.

Cette inadéquation entre la réalité et les perceptions de la population s'explique de deux façons selon les producteurs : 1) le fossé qui sépare la ville de la campagne et 2) les images véhiculées par les médias.

L'urbanisation a sans contre dit créé un fossé entre le milieu rural et le milieu urbain. De ce fait, la population québécoise, surtout en milieu urbain, connaît mal la production porcine selon les producteurs. Plus spécifiquement, la population connaît mal les efforts déployés par les producteurs de porcs pour préserver l'environnement et mieux répondre à leurs préoccupations alimentaires ainsi que l'ampleur du développement qu'a connu la production porcine aux cours des dernières décennies.

Selon l'avis des producteurs, les médias ont grandement contribué à créer l'image actuelle des producteurs de porcs dans la population. À la recherche de sensationnalisme, les médias mettent l'accent sur les mauvais aspects de la production porcine dans leur traitement de l'information. Ainsi, on entend davantage parler des producteurs pollueurs, que des efforts et de l'engagement de la majorité des producteurs de porcs en matière d'environnement. Il s'agit là d'un des principaux irritants auxquels sont confrontés les producteurs de porcs.

Soulignons que la mise en marché du porc naturel a également contribué, selon certains, à créer une mauvaise image des producteurs de porcs. En effet, la promotion du porc biologique passe bien souvent par la dépréciation du porc tel qu'il est produit actuellement.

En milieu rural, l'avènement des intégrateurs a contribué, selon plusieurs, à modifier négativement les perceptions à l'égard de tous les producteurs de porcs. En effet, face à l'implantation de ces plus grandes entreprises, la population rurale devient plus craintive et réactionnaire.

Selon les producteurs de porcs, la population a une meilleure opinion et une meilleure connaissance de la viande de porcs que des producteurs de porcs du Québec en tant que tel.

De façon unanime, le porc du Québec est perçu comme une viande de qualité par la population québécoise. Selon les producteurs interrogés, la population connaît mieux la viande de porcs que les producteurs de porcs, en raison des nombreuses campagnes publicitaires effectuées sur cette viande.

4.2 IMPLICATION

Les producteurs de porcs se jugent impliqués dans leur milieu.

La majorité des producteurs de porcs interrogés sont impliqués ou se sont déjà impliqués dans leur milieu. Pour plusieurs producteurs de porcs qui s'impliquent dans la communauté, l'implication est jugée comme un excellent moyen pour améliorer les relations avec le voisinage. Les liens qui se créent dans le cadre d'activités sociales ou politiques leur permettent souvent d'améliorer les perceptions de la population à leur égard et de faire connaître leur production.

Certains producteurs avec de jeunes familles ou sans employé pour les seconder considèrent plus difficile de s'impliquer.

Les producteurs de porcs s'impliquent tant du côté social que politique.

On remarque que les producteurs de porcs s'impliquent tant du côté social que politique. Toutefois, les implications politiques ont davantage un rayonnement sur la valorisation de la profession de producteurs de porcs que les implications d'ordre sociale.

Du point de vue des implications politiques, plusieurs producteurs de porcs interrogés sont membres d'organismes ou d'associations à caractère environnemental (organisme de gestion des lisiers, de protection des cours d'eau, etc.). Certains s'impliquent aussi comme conseiller municipal ou comme membre de table de concertation régionale et d'organismes socio-économiques.

En fait d'implications sociales, plusieurs participent à des événements régionaux, tels que des méchouis, des foires agricoles, des fêtes champêtre, des visites de fermes, etc. Certains sont également membres de Club Optimiste, responsables des loisirs municipaux ou entraîneurs d'équipes sportives.

Pour certains, l'implication dans le milieu passe avant tout par l'attitude ouverte et respectueuse, qui favorise les relations harmonieuses avec la communauté.

Bref, l'ensemble des implications des producteurs de porcs leur confère une bonne visibilité au plan régional.

4,3 HARMONIE AVEC LE MILIEU

Spontanément, la majeure partie des producteurs de porcs interrogés affirment être en harmonie avec le milieu.

En majorité, les relations des producteurs de porcs avec le voisinage sont jugées harmonieuses. Ceux-ci estiment pour la plupart être bien perçus dans leur municipalité, tant par les élus que par la population. Certains cas de relations particulièrement difficiles (menaces physiques et verbales) ont toutefois été relatés par des producteurs, mais ceux-ci représentent des cas extrêmes.

En tant que producteurs de porcs propriétaires, les participants se jugent mieux perçus par leur milieu que les intégrateurs. En comparaison, les producteurs propriétaires peuvent plus facilement créer des liens avec le voisinage, car ils habitent sur les lieux. Ils sont plus facilement acceptés, vivant dans le même milieu.

Certains groupes locaux sont plus méfiants à l'endroit des producteurs de porcs.

Alors que la majorité des producteurs de porcs affirment avoir de bonnes relations avec leur voisins immédiats, certains mentionnent pour leur part que les relations avec la population des municipalités où ils habitent sont plus problématiques. En effet, il est plus difficile pour les producteurs d'établir un lien qui favorisera leur acceptation auprès des villageois qui n'habitent pas à proximité de leur ferme. Quelques producteurs ont mentionné que les odeurs dégagées par leur production peuvent parfois être plus fortes dans les villages, qu'à proximité de leur ferme.

Quelques participants ont mentionné que les citadins venus trouver refuge en campagne ont parfois une attitude plus négative à leur endroit. Nouvellement arrivés en milieu rural, ceux-ci s'irritent parfois de voir leur paix troublée par les odeurs de fumiers dégagées par la production porcine.

La qualité des relations avec le voisinage ; d'abord une question d'attitude.

De façon générale, les producteurs mentionnent que l'attitude ouverte et respectueuse s'avère le meilleur moyen de s'assurer des relations de voisinages harmonieuses. La compréhension des besoins de l'autre représente selon les producteurs de porcs la

base des bonnes relations de voisinage.

Plusieurs moyens sont utilisés afin de s'assurer des relations de voisinage harmonieuses.

Voici une liste des principaux moyens utilisés par les producteurs de porcs afin de garder de bonnes relations avec le voisinage ;

- ✓ La majorité choisissent un moment propice à l'épandage (en semaine, pas lors des chaleurs ou des périodes de vacances, etc.).
- ✓ Certains avertissent leurs voisins avant l'épandage.
- ✓ Plusieurs socialisent avec le voisinage, leur expliquent le métier et les rassurent quant au traitement des fumiers et à la protection de l'environnement.
- ✓ Plusieurs donnent ou étendent gratuitement leurs fumiers chez les agriculteurs.
- ✓ Certains ont installé un système d'irrigation pour épandre le fumier.
- ✓ On essaie d'épandre le plus rapidement possible.
- ✓ On épand après une période de pluie.
- ✓ On baisse le niveau des fosses pour réduire les odeurs.

Soulignons que plusieurs des moyens énumérés par les producteurs de porcs permettent de réduire les odeurs, sans doute le principal irritant de la production porcine à l'échelle locale.

4.4 OUVERTURE

De façon unanime, les producteurs de porcs s'estiment très ouverts, tant sur le plan des tendances de marché, que des questions environnementales et alimentaires.

En comparaison avec les autres productions, les producteurs de porcs s'estiment très ouverts, et ce, à plusieurs niveaux. Ceux-ci se perçoivent en fait comme des précurseurs en ce qui a trait aux normes environnementales et alimentaires. Constamment à la recherche de qualité et d'efficacité, les producteurs de porcs disent souvent devancer les demandes des gouvernements et des consommateurs. Les nombreux investissements, en temps et en argent, effectués par les producteurs de porcs du Québec depuis 20 ans témoignent de leur ouverture.

Ouverts aux nouvelles tendances de marché, telles que l'exportation et les nouvelles technologies.

Les producteurs de porcs se considèrent très à l'affût des innovations et des développements dans le milieu de la production porcine. La majorité d'entre eux se font un devoir de se tenir constamment informés et à jour en la matière. Il s'agit là d'une question de survie, dans un domaine qui évolue et se perfectionne année après année.

Ainsi, les producteurs de porcs n'hésitent pas à investir pour satisfaire à la demande des consommateurs d'ici et d'ailleurs, pour assurer le développement des exportations. Malgré les implications financières de l'exportation (génétique, etc.), les producteurs de porcs n'ont pas hésité à aller de l'avant sur les marchés internationaux.

À l'écoute des questions environnementales.

Unanimement, les producteurs de porcs croient que la population n'est actuellement pas au courant des nombreux efforts déployés afin de préserver l'environnement. Ceux-ci s'estiment pour leur part conscients des préoccupations de la population, c'est-à-dire la préservation de la nappe phréatique (qualité de l'eau, des terres) et les odeurs. Soulignons que les producteurs considèrent que les odeurs préoccupent davantage la population locale que provinciale.

Voici les principaux exemples, cités par les producteurs de porcs, qui démontrent leur engagement en matière de protection de l'environnement :

- ✓ Implantation et respect des lois environnementales.
- ✓ Développement d'un plan agroenvironnemental.
- ✓ Mise en place des plans de fertilisation (PAEF).
- ✓ Réduction des rejets de phosphore et d'azote avec la phytase dans la moulée.
- ✓ Réduction des odeurs.
- ✓ Mise en place de rampe d'épandage.
- ✓ Perfectionnement des méthodes de gestion et d'épandage du fumier.
- ✓ Système de distribution de l'eau potable aux porcs : réduction du gaspillage.
- ✓ Investissement dans l'équipement pour l'épandage du fumier : système d'irrigation, etc.
- ✓ Investissement collectif dans la recherche pour le traitement des lisiers.
- ✓ Élimination des engrais chimique : le fumier est venu remplacer les engrais chimiques, sans valeur nutritive pour la terre.

À l'écoute des questions alimentaires.

L'implantation des normes HACCP et la motivation des producteurs de porcs à y adhérer démontrent selon les répondants leur volonté de s'engager à produire un porc de qualité. La façon de nourrir les porcs représente selon les producteurs de porcs la principale préoccupation alimentaire de la population. A leur avis, la population craint également l'usage de médicaments sur les porcs.

Les producteurs de porcs estiment que le simple fait de faire connaître l'existence des normes HACCP permettrait de réduire, voire d'éliminer, les préoccupations alimentaires de la population. De plus, dans une perspective comparative avec les pratiques d'élevage d'il y a 20 ans, le porc produit actuellement au Québec est de qualité nettement supérieure.

Aux dires des producteurs de porcs, les efforts suivants ont été déployés afin de garantir la qualité du porc et de mieux répondre aux exigences des consommateurs :

- ✓ Implantation des normes HACCP : garantie la qualité et la salubrité de la viande.
- ✓ Réduction de l'usage des médicaments : au besoin seulement et non à titre préventif.
- ✓ Amélioration notable de la qualité de la nourriture donnée aux porcs (moulée naturelle, sans hormone, etc.).

- ✓ Investissement collectif dans un centre de recherche et développement du porc.
- ✓ Diminution de la teneur en gras du porc.
- ✓ Inspection à l'abattage.
- ✓ Développement de nouvelles coupes de viandes.
- ✓ Efforts en génétique : modification de la longe de porcs en réponse aux demandes des consommateurs.
- ✓ Suivi systématique des porcs afin de déceler tout problème de croissance, maladies, etc.
- ✓ Mise en place d'un processus de traçabilité.

Les producteurs de porcs considèrent le bien-être des animaux comme primordial.

Avant tout, les producteurs de porcs ont choisi cette profession pour le contact avec les animaux. Ils ont ainsi à cœur leur bien-être car il s'agit de l'essence même de leur travail. De plus, d'un point de vue purement économique, s'assurer du bien-être des animaux constitue pour eux la façon la plus efficace et rentable de produire. En effet, le bien-être des animaux est une condition essentielle à la qualité du produit.

Les producteurs mentionnent toutefois que le bien-être des animaux est un concept relatif. Ceux-ci le définissent d'une certaine façon et la population sans doute d'une autre. Ainsi, selon les producteurs de porcs, les techniques d'élevage actuelles garantissent le bien-être des animaux.

Voici une liste de efforts déployés par les producteurs de porcs pour s'assurer du bien-être des animaux :

- ✓ Contrôle de l'air ambiant dans les bâtiments (température et ventilation).
- ✓ Mise en place de cages de mise bas.
- ✓ Amélioration notable de la qualité de la nourriture donnée aux porcs.
- ✓ Propreté dans les bâtiments : sol sec et propre.
- ✓ Dispositif de distribution d'eau potable.
- ✓ Espace alloué aux porcs : taille des enclos.
- ✓ Suivi systématique des porcs afin de déceler tout problème de croissance, maladies, etc.
- ✓ Intervention régulière des vétérinaires.

4.5 PERSPECTIVES D'AVENIR

Globalement, les producteurs de porcs sont confiants face à l'avenir de la production porcine.

En général, les producteurs de porcs ont déclaré être confiants et positifs face à l'avenir de la production porcine au Québec. Seuls les participants du groupe de Trois-Rivières, composé de producteurs des régions de la Mauricie et du Centre-du-Québec, se sont montrés plus négatifs que la moyenne. Ces derniers semblent plus vulnérables que l'ensemble des producteurs de porcs aux pressions exercées par la population, les groupes de pression, les médias et le gouvernement (normes, exigences, etc.).

Conscients qu'ils sortent actuellement d'une période difficile, plusieurs producteurs laissent entrevoir des améliorations potentielles au cours des prochaines années (traitements des fumiers, problèmes des odeurs, prix du porc, etc.). Certains mentionnent également la croissance de la demande pour le porc, tant au plan national qu'international, ainsi que pour le fumier. De plus, la motivation de la relève familiale permet à certains producteurs de croire en l'avenir de la production porcine.

Les producteurs de porcs sont toutefois préoccupés face à certaines questions.

Quoique généralement confiants, plusieurs questions inquiètent toutefois les producteurs de porcs face à l'avenir de leur production. La majorité des producteurs se préoccupent des problèmes de traitement des lisiers et de réduction des odeurs. Dans certaines régions où le nombre de terres disponibles pour l'épandage semble plus réduit (Centre-du-Québec, Mauricie, Sainte-Hyacinthe, Beauce), la solution au problème de traitement des lisiers représente une préoccupation majeure.

Les exigences croissantes des gouvernements en matière de protection de l'environnement, de salubrité et de qualité du produit représentent également une pression importante, qui inquiètent plusieurs producteurs. Afin de répondre à ces exigences croissantes, les producteurs n'auront d'autres choix que d'investir. Ceux-ci sont toutefois conscients que ces investissements, parfois majeurs, n'auront aucun impact direct sur leur rentabilité ou leur rendement. En effet, n'ayant aucun contrôle sur le prix du porc, leurs revenus demeureront stables malgré la hausse de leurs coûts de production.

Selon plusieurs, ces exigences laissent donc la place aux plus grandes entreprises et aux intégrateurs qui pourront assumer la hausse des coûts de production en raison, notamment, de la possibilité de contrôler le prix du porc par la transformation. La diminution des fermes familiales, au profit des intégrateurs représente donc une préoccupation grandissante dans l'esprit des producteurs de porcs interrogés. De plus, cette situation inquiète plusieurs en ce qui concerne les possibilités offertes à la relève.

4.6 MESSAGES À COMMUNIQUER

La population devrait être informée sur de multiples aspects touchant à la production porcine, de façon à créer une meilleure opinion publique.

Selon l'avis des producteurs de porcs interrogés, la population manque actuellement d'information en ce qui concerne la production porcine et la profession de producteur de porcs. Leurs connaissances étant minimales, une multitude de messages devront être véhiculés par le plan de valorisation de la profession. À l'aide d'un exercice individuel effectué lors des groupes de discussion, nous avons pu faire ressortir les principaux messages à diffuser au sein de la population.

❶ Efforts en matière d'environnement :

Sans contredit, la majorité des producteurs s'entendent pour dire que les efforts déployés en matière de protection de l'environnement devraient être davantage connus du public (voir section 4.4 Ouverture, pour la liste des efforts). Il s'agit selon les producteurs de porcs du principal sujet qui préoccupe la population.

À ce sujet, les producteurs de porcs interrogés comparent beaucoup les efforts qu'ils ont collectivement déployés à ceux des autres producteurs ou encore ceux des producteurs de porcs dans d'autres pays.

❷ Efforts en matière alimentaire et qualité de la viande de porc :

Selon les producteurs interrogés, la qualité du produit et les efforts déployés afin de mieux répondre aux préoccupations alimentaires de la population devraient être véhiculés par le plan de valorisation de la profession (voir section 4.4 Ouverture, pour la liste des efforts). L'imaginaire collectif est rempli d'idées erronées véhiculées par les médias, telles que l'usage des médicaments et d'hormones sur le porc, les OGM.

❸ Retombées économiques :

Selon la majorité des producteurs de porcs, les retombées économiques associées à la production porcine sont fort méconnues de la population, surtout en milieu urbain.

La population aurait avantage à connaître la quantité d'emplois directs et indirects associée à la production porcine, de même que les industries qui y sont reliées de près ou de loin. Aux dires des producteurs de porcs interrogés, l'ensemble des activités de la production porcine assure la richesse de plusieurs régions rurales québécoises.

④ **Bien-être des animaux :**

L'essence même du travail des producteurs de porcs, soit l'amour des animaux, doit être mieux connue de la population. Selon les producteurs de porcs, les efforts qu'ils font afin d'assurer le bien-être des animaux sont méconnus (voir section 4.4 Ouverture, pour la liste des efforts).

⑤ **Image de la ferme familiale :**

Bien que la population perçoive les producteurs de porcs comme étant traditionnels et peu dynamiques, l'image qu'elle a des entreprises porcines est quant à elle beaucoup trop avant-gardiste. Selon les producteurs de porcs, le plan de valorisation de la profession devrait faire ressortir la dimension familiale de la production porcine. Bref, on doit dissiper de l'imaginaire collectif la notion de « *production industrielle* » associée à l'agriculture.

⑥ **Image des producteurs de porcs :**

Trois dimensions ressortent spontanément des commentaires des participants sur la façon de personnifier les producteurs de porcs. Tout d'abord, le caractère entrepreneur et dynamique de ceux-ci doit être mis de l'avant dans le plan de valorisation de la profession. En seconde lieu, la fierté à l'égard du métier de producteur de porcs doit nécessairement être mise en valeur par les messages véhiculés. Finalement, l'ouverture dont font preuve les producteurs de porcs aux demandes de la population doit également ressortir des communications.

Remarquons que les producteurs de porcs interrogés parlent très peu des exportations de la viande de porc comme message à véhiculer dans de futures communications.

La notion « d'évolution » de la production porcine est très importante.

Les producteurs de porcs interrogés parlent beaucoup de l'évolution qu'a subie la production porcine depuis les 20 dernières années. Cette évolution concerne principalement les nouvelles normes environnementales, les techniques d'élevage et l'écoute de besoins alimentaires des consommateurs.

Ainsi, la production porcine d'aujourd'hui n'est plus ce qu'elle a déjà été et les consommateurs doivent en être informés afin de changer leur image de la profession.

4.7 MOYENS DE COMMUNICATION

La liste suivante fait état des principaux moyens de communication proposés par les participants. Soulignons que ces moyens permettent, pour la plupart, de promouvoir à la fois le produit et la profession. Le chiffre entre parenthèse représente le nombre de groupe ayant mentionné chacun des moyens.

- ✓ **Campagne de publicité** et de promotion provincial : télévision, radio, quotidiens et journaux spécialisés, affichages (5/5).
- ✓ Court **vidéo** présentant la production porcine et la profession de producteurs de porcs (5/5). Ce vidéo pourrait être présenté dans les écoles ou être disponible à la bibliothèque.
- ✓ **Méchoui régional** (4/5).
- ✓ **Campagne de publicité** et de promotion régionale : journaux régionaux, affichage – pistes cyclable, pistes de moto neige (4/5).
- ✓ **Reportage télévisé** sur la production porcine et la profession de producteurs de porcs – émission « La semaine verte » par exemple (4/5).
- ✓ **Présentation dans les écoles** primaires et secondaires (3/5).
- ✓ **Foires agricoles** (3/5).
- ✓ **Fêtes champêtres et festivals** (3/5).
- ✓ **Commandites** d'événements spéciaux (3/5).
- ✓ **Publicité en magasin** ou sur **l'emballage** des produits (2/5).
- ✓ Journée **porte ouverte** de ferme (2/5).
- ✓ **Rencontres socio-économiques** organisées dans les MRC pour échanger (élu, population, producteurs) (2/5).

Certains autres moyens de communication ont été mentionné par seulement un des cinq groupes :

- ✓ **Napperons** distribués dans les restaurants pour faire la promotion de la production porcine local.
- ✓ **Site Internet** davantage axé sur l'information aux consommateurs (recettes, production porcine, profil des producteurs de porcs, etc.).
- ✓ **Journal régional** sur la production porcine.
- ✓ **Lobbying** auprès des municipalités et des gouvernements.

Les producteurs questionnent l'efficacité de certains moyens de communication énumérés précédemment.

Plusieurs producteurs de porcs jugent risqué de faire des **visites de fermes**, compte tenu des risques d'infections pour les animaux. Pour la même raison, certains producteurs semblent peu favorables au prêt d'animaux pour des activités, telles que des foires. A ce titre, la création d'une **ferme musée** permettrait de contourner le problème. De plus, le concept de la ferme musée est jugé plus attirant que le **centre d'interprétation du porc** par plusieurs producteurs de porcs. On questionne en effet l'intérêt suscité par un tel centre d'interprétation auprès de la population.

Plusieurs des moyens mentionnés par les producteurs de porcs sont déjà utilisés.

Les **méchouis**, les **foires agricoles** et les **fêtes champêtre avec dégustation** semblent être les actions promotionnelles qui fonctionnent actuellement le mieux au plan régional. Selon les commentaires de quelques producteurs ayant tenté l'expérience, les **présentations dans les écoles** semblent actuellement un excellent moyen de communiquer de l'information aux plus jeunes.

Par ailleurs, convoquer la population locale à des rencontres avec des producteurs de porcs pour discuter de diverses questions semble être un moyen fort peu efficace, aux dires de certains producteurs.

4.8 ENGAGEMENT DES PRODUCTEURS

Globalement, les producteurs de porcs interrogés semblent vouloir s'impliquer dans le plan de valorisation de la profession.

De façon générale, les producteurs de porcs considèrent important et souhaitent par le fait même s'impliquer dans le plan de valorisation de la profession. Les producteurs élus comme délégués ou conseillers des syndicats régionaux semblent davantage conscients de l'importance de leur implication pour assurer la réussite du plan de valorisation. Mentionnons que les participants du groupe de Sainte-Hyacinthe (Sainte-Hyacinthe et Estrie), on mentionné une volonté d'implication moins élevée que la moyenne des producteurs de porcs.

Ainsi, le taux remarquable de participation aux groupes de discussion a été cité en exemple par plusieurs comme preuve de la volonté des producteurs de porcs à s'impliquer activement dans le cadre du plan. D'autres ont également mentionné qu'ils sont déjà très impliqués à ce niveau dans leurs régions et que le plan de valorisation de la profession ne pourra que raviver leur enthousiasme.

Soulignons que certains producteurs déplorent que ce soit toujours les mêmes personnes qui s'impliquent dans un but collectif.

Les producteurs de porcs sont intéressés à s'impliquer activement dans le plan de valorisation de la profession, tant du point du vue social que politique. Leur seule mise en garde concerne le temps demandé.

En terme d'engagement à modifier certaines de leurs pratiques afin de mieux répondre aux exigences de consommateurs, les producteurs de porcs sont également ouverts mais avec quelques réticences.

Au fil des ans, les producteurs de porcs ont déployé de multiples efforts afin de mieux répondre aux exigences du milieu. Ces efforts se sont soldés par des investissements massifs, en terme de temps et d'argent, sans toutefois pouvoir n'en retirer aucun gain financier.

Ainsi, comme il en a toujours été ainsi, les producteurs de porcs sont encore prêts à s'engager à modifier certaines de leurs pratiques. Toutefois, ils réclament une hausse des prix du porc afin de compenser la hausse de leurs coûts de production qu'ils doivent actuellement absorber. Ceci est d'autant plus important, que les efforts qu'il reste à déployer impliqueront des investissements encore plus importants que par le passé.

4.9 ATTENTES À L'ÉGARD DE LA FÉDÉRATION DES PRODUCTEURS DE PORCS DU QUÉBEC

La Fédération ; le maître d'œuvre du plan de valorisation de la profession.

Les producteurs de porcs interrogés attendent de la Fédération qu'elle dirige et coordonne le plan de valorisation de la profession. Une fois les lignes directrices dressées, la Fédération devra s'assurer de la participation régionale des producteurs de porcs. Parallèlement, la promotion de la viande de porc du Québec devrait se poursuivre selon la majorité.

Toujours dans le cadre du plan de valorisation de la profession, certains producteurs ont mentionné leur crainte de devoir faire face aux médias, n'étant pas aptes à le faire. Ceux-ci suggèrent de former certains producteurs spécialement pour cette tâche afin d'éviter d'être mal représenté.

Afin de soutenir les actions du plan de valorisation de la profession, la Fédération devrait, selon certains producteurs, être davantage proactive dans ses communications avec les médias. Ainsi, les efforts de lobbying de la Fédération devrait être intensifiés.

De plus, afin d'assurer l'efficacité du plan de valorisation de la profession, il est recommandé que les efforts de tous les producteurs de porcs aillent dans le même sens. Ce sont ces quelques producteurs irrespectueux qui confèrent une mauvaise image à la profession. Certains s'inquiètent aussi de la vitesse à laquelle la Fédération désire implanter certaines normes. Par exemple, ceux-ci estiment trop rapide l'implantation de la norme phosphore en 2004, alors que le problème de la disponibilité des terres pour l'épandage demeure. A ce titre, certains mentionnent que des investissements sont requis afin d'assurer la recherche sur le traitement des lisiers.

5. Questionnaires et guide de discussion

1. Conclusion et recommandations

2. Faits saillants

3. Résultats détaillés – volet quantitatif

3.1 Enquête téléphonique auprès des producteurs de porcs

3.2 Enquêtes téléphonique auprès du public

4. Résultats détaillés – volet qualitatif

⇒ **5. Questionnaires et guide de discussion**

6. Méthodologies et profils des répondants – volet quantitatif

Questionnaire téléphonique – Enquête auprès des producteurs de porcs

INTRODUCTION

Bonjour (bonsoir) monsieur, madame. Mon nom est Je vous appelle de la maison de sondages (recherche) Léger Marketing. Nous effectuons présentement une étude auprès des producteurs de porcs du Québec pour le compte de la Fédération des producteurs de porcs du Québec. Nous apprécierions votre collaboration (approximativement 8 minutes).

Q1. Comment qualifieriez-vous la performance économique des producteurs de porcs au Québec (création d'emplois, retombées économiques)? Est-elle ...

LIRE

- | | |
|-----------------------------|---|
| Très importante..... | 1 |
| Assez importante..... | 2 |
| Peu importante..... | 3 |
| Pas du tout importante..... | 4 |
| Ne sait pas..... | 8 |
| Refus..... | 9 |

Q2a. Comment qualifieriez-vous les relations que vous entretenez avec votre voisinage, c'est-à-dire les personnes qui habitent à proximité de votre entreprise porcine ? Vos relations sont-elles... ?

LIRE - 1 choix possible

- | | | |
|----------------------|---|-------|
| ...mauvaises..... | 1 | |
| ...inexistantes..... | 2 | => Q3 |
| ...bonnes..... | 3 | => Q3 |
| Ne sait pas..... | 8 | => Q3 |
| Refus..... | 9 | => Q3 |

Q2b. Pour quelle principale raison qualifiez-vous vos relations avec votre voisinage comme étant mauvaises ?

Notez la réponse: 1 mention possible

- | | | |
|-----------------------------------|----|---|
| Les odeurs..... | 01 | |
| La pollution..... | 02 | |
| Autre..... | 96 | 0 |
| Aucune raison en particulier..... | 97 | |
| Ne sait pas..... | 98 | |
| Refus..... | 99 | |

Q3. Vous considérez-vous comme étant impliqué socialement dans votre milieu, c'est-à-dire votre ville ou votre région (exemple: implication à la vie communautaire, participation à des comités socioéconomiques, etc.) ? Si OUI : De quelles principales façons vous impliquez-vous ?

2 mentions possibles

Oui, est impliqué (inscrire comment)	96	O
Non, n'est pas impliqué dans le milieu	97	X
Ne sait pas.....	98	X
Refus.....	99	X

Q4. Parmi la liste suivante, quelles valeurs attribuez-vous le plus aux producteurs de porcs du Québec en général ? Est-ce ...

LIRE, 2 mentions possibles

Rotation => 6		
... dynamique.....	1	
... fiable (produits / technique de production)	2	
... traditionnel	3	
... impliqué (engagé socialement dans le milieu).....	4	
... passionné	5	
... revendicateur	6	
Ne sait pas.....	8	X
Refus.....	9	X

Q5. Personnellement, diriez-vous que vous êtes TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT fier d'être producteur de porcs ?

Très fier.....	1
Assez fier.....	2
Peu fier.....	3
Pas du tout fier.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q6d. En matière de protection et de respect de l'environnement, quelle devrait être selon vous la priorité d'intervention des producteurs de porcs du Québec pour les années à venir ? Est-ce ...

Inscrire la réponse, 1 mention possible

Rotation => 4	
... Réduire les quantités de phosphore et d'azote appliquées (pollution) ..	01
... Réduire les émissions d'odeurs à l'épandage	02
... Augmenter les capacités d'entreposage	03
... Mettre en place les technologies de traitement des lisiers.....	04
Aucune	97
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99
.....	RR NO

Q7. En tant que producteurs de porcs, considérez-vous comme TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT important le fait d'adhérer aux normes HACCP afin de garantir la salubrité de votre produit ?

Très important	1
Assez important.....	2
Peu important	3
Pas du tout important	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q8. Êtes-vous TOUT À FAIT EN ACCORD, EN ACCORD, EN DÉSACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSACCORD pour que les producteurs de porcs du Québec s'engagent à modifier certaines de leurs pratiques en matière d'élevage de porcs (OGM, usage de médicaments, etc.) et de traçabilité, afin de mieux répondre aux préoccupations de la population à cet égard?

Tout à fait en accord.....	1
En accord	2
En désaccord	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q9. Parmi la liste suivante, quels devraient être les principaux défis que devraient se fixer les producteurs de porcs pour les années à venir ? Est-ce

LIRE - 2 mentions possibles

Rotation => 5

... la protection de l'environnement	01	
... l'amélioration de la qualité du produit.....	02	
... l'amélioration de la salubrité du produit	03	
... le développement de la production porcine	04	
... le bon voisinage	05	
Aucun en particulier	97	X
Ne sait pas.....	98	X
Refus.....	99	X

Q10a. Êtes-vous TOUT A FAIT EN ACCORD, EN ACCORD, EN DÉSAccORD ou TOUT A FAIT EN DÉSAccORD avec les énoncés suivants. " Le fait que plus de la moitié des porcs élevés au Québec soient exportés et consommés dans une cinquantaine de pays étrangers, dont les États-Unis et le Japon, démontre bien la grande qualité du porc du Québec. "

Tout à fait en accord.....	1
En accord	2
En désaccord	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q10b. Êtes-vous TOUT À FAIT EN ACCORD, EN ACCORD, EN DÉSAccORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAccORD avec les énoncés suivants. " Les producteurs de porcs sont actuellement mal perçus par la population québécoise en général. "

Tout à fait en accord.....	1	
En accord	2	
En désaccord	3	=> Q11A
Tout à fait en désaccord.....	4	=> Q11A
Ne sait pas.....	8	
Refus.....	9	

Q10c. Croyez-vous qu'une campagne de sensibilisation et de valorisation de la profession de producteur de porcs auprès du public québécois permettrait d'améliorer l'image des producteurs de porcs québécois ? (par exemple: campagne de publicité, etc.)

Oui.....	1
Non	2
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q11a. A votre avis, le potentiel de développement futur de la production porcine au Québec est-il TRES ÉLEVÉ, PLUTOT ÉLEVÉ, PLUTOT FAIBLE ou TRES FAIBLE ?

Très élevé.....	1	=> Q12A
Plutôt élevé.....	2	=> Q12A
Plutôt faible.....	3	
Très faible.....	4	
Ne sait pas.....	8	=> Q12A
Refus.....	9	=> Q12A

Q11b. Pour quelle principale raison jugez-vous que le potentiel de développement futur de la production porcine au Québec est faible ?

INSCRIRE LA RÉPONSE, 1 mention possible

Moins de possibilités d'épandage / moins de terres pour l'épandage du fumier.....	01	
Contraintes environnementales en général.....	02	
Autre.....	96	○
Aucune raison en particulier.....	97	
Ne sait pas.....	98	
Refus.....	99	

Q12a. A votre avis, les producteurs de porcs du Québec sont-ils TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT à l'écoute des préoccupations ENVIRONNEMENTALES de la population québécoise ?

Très à l'écoute.....	1
Assez à l'écoute.....	2
Peu à l'écoute.....	3
Pas du tout à l'écoute.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q12b. A votre avis, les producteurs de porcs du Québec sont-ils TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT à l'écoute des préoccupations ALIMENTAIRES de la population québécoises (préoccupations en matière de salubrité de la viande de porc, qualité du produit, usage des OGM, etc.) ?

Très à l'écoute.....	1
Assez à l'écoute.....	2
Peu à l'écoute.....	3
Pas du tout à l'écoute.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q12c. A votre avis, les producteurs de porcs du Québec sont-ils TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT ouverts aux tendances du marché, telles que l'exportation, les nouvelles techniques d'élevage, etc.?

Très ouverts.....	1
Assez ouverts.....	2
Peu ouverts.....	3
Pas du tout ouverts.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q13. 50% de la production porcine québécoise est exportée dans une cinquantaine de pays à travers le monde, dont le Japon et les États-Unis. De votre point de vue, considérez-vous cela TRES POSITIVEMENT, PLUTOT POSITIVEMENT, PLUTOT NÉGATIVEMENT ou TRES NÉGATIVEMENT ?

Très positivement.....	1
Plutôt positivement.....	2
Plutôt négativement.....	3
Très négativement.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q14. Êtes-vous élu dans la structure syndicale de la Fédération des producteurs de porcs du Québec ?

Oui.....	1
Non.....	2
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q15. En terminant, depuis combien d'années exercez-vous comme producteur de porcs ?

NOTEZ LE NOMBRE D'ANNÉES

Moins d'un an.....	00
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99

SEXE

Indiquez le sexe du répondant:

Homme.....	1
Femme.....	2

Léger Marketing vous remercie.

Questionnaire téléphonique Omnibus – Enquête auprès du public

INTRODUCTION

Bonjour(bonsoir) monsieur, madame. Mon nom est ... Je vous appelle de la maison de recherche LÉGER MARKETING, anciennement LÉGER & LÉGER. Nous effectuons présentement une étude concernant divers sujets d'actualité et tendances de société et nous apprécierions la collaboration d'une personne dans votre foyer. Êtes-vous âgé de 18 ans ou plus ? Pour débiter...

Q1. A votre avis, le porc du Québec, est-ce une viande de TRES BONNE, PLUTOT BONNE, PLUTOT MAUVAISE ou TRES MAUVAISE qualité ?

Très bonne	1
Plutôt bonne	2
Plutôt mauvaise.....	3
Très mauvaise.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q2. Globalement, sur une échelle de 1 à 10, où 1 représente la note la plus faible et 10 la note la plus élevée, comment évaluez-vous votre degré de connaissance de la production porcine au Québec et des producteurs de porcs québécois ?

Note la plus faible.....	01
02	02
03	03
04	04
05	05
06	06
07	07
08	08
09	09
Note la plus élevée	10
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99

Q3a. Avez-vous une TRES BONNE, ASSEZ BONNE, ASSEZ MAUVAISE ou TRES MAUVAISE opinion des producteurs de porcs du Québec ?

Très bonne opinion.....	1	
Assez bonne opinion	2	
Assez mauvaise opinion.....	3	=> QP3C
Très mauvaise opinion	4	=> QP3C
Ne sait pas.....	5	=> QP4
Refus.....	6	=> QP4

Q3b. Pour quelles principales raisons avez-vous une BONNE opinion à l'endroit des producteurs de porcs du Québec ?

2 mentions possibles

Inscrire:.....	96	O	=> +2
Aucune raison en particulier	97	X	=> +2
Ne sait pas.....	98	X	=> +2
Refus.....	99	X	=> +2

Q3c. Pour quelles principales raisons avez-vous une MAUVAISE opinion à l'endroit des producteurs de porcs du Québec ?

2 mentions possibles

Inscrire:.....	96	O
Aucune raison en particulier	97	X
Ne sait pas.....	98	X
Refus.....	99	X

Q4. Comment qualifieriez-vous la performance économique (création d'emplois, retombées économiques) des producteurs de porcs au Québec ? Est-elle ...

LIRE

très importante.....	1
assez importante	2
peu importante.....	3
pas du tout importante.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q5. Parmi la liste suivante, quelles valeurs attribuez-vous le plus aux producteurs de porcs du Québec en général ? Est-ce ...

lire 6 choix, 2 mentions possibles

Rotation => 6	
...Dynamique.....	01
...Traditionnel.....	02
...Professionnel.....	03
...Impliqué (engagés dans leur milieu)	04
...Revendicateur	05
...Moderne	06
Ne sait pas.....	98 X
Refus.....	99 X

Q6a. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 représente la note la plus faible et 10 la note plus élevée, comment évaluez-vous le degré d'engagement des producteurs de porcs du Québec en matière de protection et de respect de l'environnement ?

Note la plus faible.....	01
02.....	02
03.....	03
04.....	04
05.....	05
06.....	06
07.....	07
08.....	08
09.....	09
Note la plus élevée.....	10
Ne sait pas.....	98
Refus.....	99

QP6b. Au cours des 5 dernières années, diriez-vous que les producteurs de porcs du Québec ont entrepris BEAUCOUP, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT d'actions concrètes en matière de protection et de respect de l'environnement ?

Beaucoup.....	1
Assez.....	2
Peu.....	3
Pas du tout.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q6c. Selon vous, reste-t-il encore BEAUCOUP, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT d'efforts à déployer dans les années à venir par les producteurs de porcs du Québec en matière de protection et de respect de l'environnement ?

Beaucoup.....	1
Assez.....	2
Peu.....	3
Pas du tout.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q7a. Est-ce que les odeurs dégagées par les entreprises porcines québécoises sont un problème que vous jugez comme étant TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT important?

Très important	1
Assez important.....	2
Peu important	3
Pas du tout important	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q7b. A votre avis, la production de porcs cause-t-elle des problèmes de pollution TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT importants au Québec ?

Très important	1
Assez important.....	2
Peu important	3
Pas du tout important	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q8. Parmi la liste des préoccupations suivantes, quelles sont celles qui vous importent le plus en ce qui concerne la viande de porc qui est vendue sur le marché ? Est-ce...

lire 4 choix, 2 mentions possibles

Rotation => 4

...l'utilisation des OGM (organismes génétiquement modifiés)	1
...l'usage de médicaments sur les porcs	2
...la qualité et la salubrité de la viande de porc (contrôle et inspection)	3
...le prix du porc	4
Aucun de ces choix	7 X
Ne sait pas.....	8 X
Refus.....	9 X

Q9. 50% de la production porcine québécoise est exportée dans une cinquantaine de pays à travers le monde, dont le Japon et les États-Unis. De votre point de vue, considérez-vous cela TRES POSITIVEMENT, PLUTOT POSITIVEMENT, PLUTOT NÉGATIVEMENT ou TRES NÉGATIVEMENT ?

Très positivement.....	1
Plutôt positivement.....	2
Plutôt négativement.....	3
Très négativement.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q10a. Êtes-vous TOUT À FAIT EN ACCORD, EN ACCORD, EN DÉSAACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAACCORD avec l'énoncé suivant. " Le fait que plus de la moitié des porcs élevés au Québec soient exportés et consommés dans une cinquantaine de pays étrangers, dont les États-Unis et le Japon, démontre bien la grande qualité du porc du Québec. "

Tout à fait en accord.....	1
En accord	2
En désaccord	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q10b. Êtes-vous TOUT À FAIT EN ACCORD, EN ACCORD, EN DÉSAACCORD ou TOUT À FAIT EN DÉSAACCORD avec l'énoncé suivant. " Compte tenu du fait que le soutien financier du gouvernement est nécessaire en agriculture, ce soutien doit demeurer en place dans le futur afin d'assurer le maintien de la production porcine québécoise. "

Tout à fait en accord.....	1
En accord	2
En désaccord	3
Tout à fait en désaccord.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q10c. A votre avis, les producteurs de porcs du Québec sont-ils TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT à l'écoute des préoccupations de la population québécoise en ce qui concerne l'alimentation, c'est-à-dire la qualité de la viande de porcs ?

Très à l'écoute.....	1
Assez à l'écoute.....	2
Peu à l'écoute	3
Pas du tout à l'écoute	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q11. Êtes-vous TOUT À FAIT, PLUTOT, PEU ou PAS DU TOUT favorable au développement de la production de porcs au Québec ?

Tout à fait favorable	1
Plutôt favorable	2
Peu favorable	3
Pas du tout favorable.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q12. A votre avis, les producteurs de porcs du Québec sont-ils TRES, ASSEZ, PEU ou PAS DU TOUT à l'écoute des préoccupations environnementales de la population québécoise?

Très à l'écoute.....	1
Assez à l'écoute.....	2
Peu à l'écoute.....	3
Pas du tout à l'écoute.....	4
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

Q13. Parmi la liste suivante, quels devraient être les 2 principaux défis que devraient se fixer les producteurs de porcs pour les années à venir ? Est-ce ...

lire 5 choix - 2 mentions possibles

Rotation => 5

...la protection de l'environnement.....	01
...l'amélioration de la qualité du produit (la viande de porc).....	02
...l'amélioration de la sécurité du produit (la viande de porc).....	03
...le développement de la production.....	04
...l'amélioration des relations avec le voisinage.....	05
Aucun en particulier.....	97 X
Ne sait pas.....	98 X
Refus.....	99 X

AGE

Afin de classer les données, nous aurions besoin de quelques renseignements supplémentaires d'ordre statistique; A) Pouvez-vous me dire dans quelle catégorie d'âge vous vous situez, est-ce entre...?

LIRE ***

18-24 ans.....	01
25-34 ans.....	02
35-44 ans.....	03
45-54 ans.....	04
55-64 ans.....	05
65-74 ans.....	06
ou 75 ans et plus.....	07
Refus.....	99

STATUT

Avez-vous déjà vécu un divorce ou une séparation?

Oui.....	1
Non.....	2
Ne sait pas.....	8
Refus.....	9

ENFANTS

Avez-vous des enfants âgés entre 10 et 17 ans habitant avec vous à la maison?

- Oui..... 1
Non..... 2
Refus..... 9
-

OCCUPATION

Quelle est votre occupation principale actuelle?

- EMPLOYÉ DE BUREAU (Caissier, commis de bureau, commis comptable, secrétaire, etc...).....01
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LA VENTE (Agent d'assurances, vendeur, commis-vendeur, agent immobilier, courtier immobilier, représentant)02
PERSONNEL SPÉCIALISÉ DANS LES SERVICES (Agent sécurité, chauffeur taxi, coiffeur, cuisinier, esthéticienne, membre clergé, militaire, policier)03
TRAVAILLEUR MANUEL (agriculteur, emballer, journalier manoeuvre, mineur, pêcheur, travailleur forestier).....04
OUVRIER SPÉCIALISÉ/SEMI-SPÉCIALISÉ (briqueteur, chauffeur de camion, électricien, machiniste, mécanicien opérateur machine, peintre)05
TRAVAILLEUR DES SCIENCES & TECHNOLOGIES (informaticien, programmeur-analyste, technicien, technicien-audiotechnicien de labo, techn)06
PROFESSIONNEL (archéologue, architecte, artiste, avocat, banquier, biologiste, comptable, consultant, dentiste, etc..).....07
GESTIONNAIRE/ADMINISTRATEUR/PROPRIÉTAIRE (administrateur, directeur, éditeur, entrepreneur, exécutif, gérant, homme d'aff, politicien, autonome)08
AU FOYER.....09
ETUDIANT (à temps plein ou dont les études constituent l'occupation principale).....10
RETRAITÉ (pré-retraité, rentier).....11
SANS EMPLOI (Assurance-emploi, assisté social,...)12
Notez si incertain.....13 O
Refus.....99
-

SCOLARITÉ

A quel niveau se situe la dernière année de scolarité que vous avez terminée? Est-ce...

LIRE

- Primaire (7 ans ou moins) 1
Secondaire DES de formation générale ou professionnelle (8 à 12 ans) 2
Collégial DEC de formation préuniversitaire, de formation technique, certificats (CEP), attestations (ASP) ou diplômes de perfectionnement (DEP)..... 3
Universitaire certificats et diplômes 4
Universitaire 1er cycle Baccalauréat (incluant cours classique) 5
Universitaire 2ième cycle Maîtrise..... 6
Universitaire 3ième cycle Doctorat..... 7
Refus..... 9
-

REVENU

Dans quelle catégorie se situe le REVENU TOTAL avant impôts de tous les membres de votre foyer pour l'année 2000, est-ce...?

- LIRE
- 19,999\$ et moins..... 1
 - entre 20,000\$ et 39,000\$..... 2
 - entre 40,000\$ et 59,000\$..... 3
 - entre 60,000\$ et 79,000\$..... 4
 - ou 80,000\$ et plus..... 5
 - Nsp/Refus..... 9

LANGUE

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours?

- Français..... 1
- Anglais..... 2
- Autre..... 3
- Français et anglais..... 7
- Français et autres..... 4
- Anglais et autres..... 5
- Autres et autres..... 6
- Nsp/Refus..... 9

Léger Marketing vous remercie.

Guide de discussion – Groupes auprès des producteurs de porcs

ÉTAPE 1	PRÉSENTATION GÉNÉRALE
DURÉE	10 minutes
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none">• Décontraction• Mettre en confiance

1.1 INTRODUCTION

- Présentation de l'animatrice et du groupe Léger Marketing
- Durée
- Les informations recueillies ne serviront qu'aux fins de l'étude.

1.2 RÈGLE DE DISCUSSION

- Enregistrement audio ou vidéo
- Miroir sans tain
- Importance de la spontanéité et des opinions personnelles
- Pas de mauvaises réponses

1.3 OBJECTIF DE LA RENCONTRE

- Connaître la vision des producteurs de porcs quant à l'image de la profession et leur point de vue quant à un plan de valorisation de la profession.

1.4 PRÉSENTATION DES PARTICIPANTS

- Nom/prénom
- Région
- Années d'expérience comme producteurs de porcs
- Élu ou non dans la structure syndicale

ÉTAPE 2	Axe de communication
DURÉE	70 minutes
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> • Réchauffement des participants. • Déterminer des axes de communication. • Valider certaines conclusions du sondage quantitatif.
OUTILS	<ul style="list-style-type: none"> • Discussion

2.1 Perception de la profession (25 minutes)

- Qu'est-ce que ça représente pour vous être producteur de porcs du Québec ?
- Comment décririez-vous votre profession à quelqu'un qui ne la connaît pas et qui aimerait en apprendre davantage sur les producteurs de porcs ?
- Si je vous demandais de me décrire un producteur de porcs du Québec typique, comment le décririez-vous en vos mots ?
- Qu'est-ce que ça prend comme qualité pour être un bon producteur de porc?
- Je vais vous nommer certaines caractéristiques et vous demander de me dire si chacune décrit bien les producteurs de porcs du Québec en général et pourquoi :
 - Dynamique
 - Revendicateur
 - Traditionnel
- Maintenant si je demandais à un Québécois ou une Québécoise de me décrire un producteur de porc du Québec, comment croyez-vous qu'il me le décrirait ?
- A votre avis, quel mot ou quelle caractéristique serait utilisé par ce Québécois ou cette Québécoise pour décrire un producteur de porc du Québec ?
- Avez-vous l'impression que la population du Québec a plutôt une bonne ou une mauvaise opinion à l'égard des producteurs de porcs ? Pourquoi ?

- Si je vous disais que la population du Québec a une opinion positive à l'endroit des producteurs de porcs du Québec, seriez-vous surpris ?
- Avez-vous l'impression que la population du Québec a plutôt une bonne ou une mauvaise opinion à l'égard de la viande de porc du Québec, en termes de qualité et de sécurité ? Pourquoi ?
- Si je vous disais que la population du Québec considère le porc du Québec comme une viande de qualité, seriez-vous surpris ?
- Avez-vous l'impression que la population du Québec a plutôt une bonne ou une mauvaise connaissance à l'égard de la production porcine au Québec et des producteurs de porcs du Québec ? Pourquoi ?
- Si je vous disais que la population du Québec affirme ne pas bien connaître la production porcine et les producteurs de porcs, seriez-vous surpris ?

2.2 Implication des producteurs (7 minutes)

- Vous considérez-vous comme étant impliqués dans votre milieu (implications ayant un rayonnement sur la valorisation de votre profession) ?
- Comment vous impliquez-vous ?
- Pourquoi êtes-vous ou n'êtes-vous pas impliqué ?
- Est-ce que vos implications ont plutôt une dimension politique ou social ?

SI DIMENSION POLITIQUE :

- Comment sont perçus vos implications politique par les élus (maires, députés) ?

2.3 Harmonie avec le milieu (15 minutes)

- Comment décririez-vous les relations que vous entretenez avec votre voisinage ?
- De quelle façon êtes-vous perçus dans votre milieu? Expliquez ?

- Vous sentez-vous comme étant bien perçus par votre voisinage ? Pourquoi ?
- Vous est-il déjà arrivé de vivre des relations difficiles avec votre voisinage?

SI OUI :

- Donnez-moi des exemples de situations ou vous avez été confrontés à un problème avec vos voisins.
- Comment cela s'est-il conclu ?

SI NON :

- Comment faites-vous pour entretenir de bonnes relations avec vos voisins ?
- Donne-moi des exemples de « bons coups » en matière de relation avec le voisinage auxquels vous avez été témoin ou vous avez participé.
- Par exemple : En période d'épandage, est-ce que vous tenez compte de votre voisinage pour décider de la période ou vous allez vider les fosses à purins.

2.4 Ouverture (18 minutes)

- Avez-vous l'impression que les producteurs de porcs sont ouverts aux tendances du marché, par exemple en termes d'exportation ou de nouvelles techniques d'élevage ?
- Nommez-moi des exemples qui démontrent cette ouverture des producteurs de porcs.
- Avez-vous l'impression que les producteurs de porcs du Québec sont à l'écoute des préoccupations alimentaires de la population ?
- Quelles sont selon vous les principales préoccupations alimentaires de la population du Québec en matière de viande de porc ?
- Les pratiques actuelles des producteurs de porcs permettent-elles de respecter les préoccupations de la population en matière alimentaire ?

- Avez-vous l'impression que les producteurs de porcs du Québec sont à l'écoute des préoccupations environnementales de la population ?
- Quelles sont selon vous les principales préoccupations environnementales de la population du Québec en matière de production porcine ?
- Les pratiques actuelles des producteurs de porcs permettent-elles de respecter les préoccupations de la population en matière environnementale ?
- Pour vous, est-ce que le bien être des animaux est important?
- Que faites-vous pour vous assurer du bien être des animaux (exemples d'actions concrètes)?
- Êtes-vous prêts à vous engager à modifier certaines de vos pratiques en matière de production porcine afin de mieux répondre aux préoccupations alimentaires et environnementales de la population québécoise ?
- Quelles pratiques êtes-vous conscients que vous devrez modifier ?

2.5 Performance économique et potentiel de développement (5 minutes)

- Avez-vous l'impression que la population québécoise est suffisamment conscientisée à l'égard de la performance économique des producteurs de porcs dans l'économie de la province ?
- Plus spécifiquement, en matière de création d'emplois ou de retombées économiques de l'industrie de la production porcine, qu'aimeriez-vous dire aux Québécois ?
- Comment entrevoyez-vous l'avenir de la production porcine au Québec, c'est-à-dire le potentiel de développement futur ?
- Comment pourrait-on vous aider à développer la production porcine au Québec ?

ÉTAPE 3	Mise en place du plan de valorisation et volonté d'engagement
DURÉE	40 minutes
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluer la volonté d'engagement des producteurs de porcs dans le plan de valorisation de la profession. • Cerner des pistes d'actions à développer. • Valider certaines interventions de valorisation et les moyens à privilégier.
OUTILS	<ul style="list-style-type: none"> • Discussion • Exercices #1 (individuel) et #2 (de groupe)

3.1 Interventions (30 minutes)

EXERCICE #1 : Inscrivez tout ce que vous aimeriez dire à la population québécoise afin de mieux faire connaître ou d'améliorer les perceptions à l'égard de la profession de producteur de porcs et de la production porcine en général.

RETOUR SUR L'EXERCICE #1

- Qu'aimeriez-vous dire à la population québécoise sur la production porcine en général ?
- Qu'aimeriez-vous dire à la population québécoise sur votre profession de producteur de porcs ?
- Quels messages aimeriez-vous faire passer en matière :
 - De protection et de respect de l'environnement
 - De qualité du produit
 - De salubrité du produit
 - De techniques d'élevage
 - De performance économique (création d'emploi, retombées économique)
 - D'exportations
 - Qualités des producteurs de porcs

EXERCICE #2 : Si vous étiez responsables du plan de valorisation de la profession de producteur de porcs auprès de la population québécoise, par quels moyens concrets ou avec quels outils mettriez-vous ce plan en pratique ?

Il est important de penser à des actions innovatrices à poser dans le cadre de ce plan.

RETOUR SUR L'EXERCICE #2

- Par quels moyens concrets ou avec quels outils mettriez-vous ce plan en pratique ?
- Dans votre région, quels moyens ont été utilisés afin de valoriser la profession de producteur de porcs ?
- Quels sont ceux qui ont le mieux fonctionné ? Quels sont ceux qui ont le moins bien fonctionné ?
- Que pensez-vous de l'efficacité des moyens suivants :
 - Fêtes champêtres (en région)
 - Foires agricoles avec kiosques
 - Caravane des producteurs de porcs
 - Relations médias intensives (publicité / reportages)
 - Commandites
 - Programme pédagogique dans les écoles
 - Visites de fermes
 - Vidéos
 - Centre d'interprétation du porc
 - Prix régionaux en agroenvironnement

3.2 Volonté d'engagement (10 minutes)

- Souhaiteriez-vous vous engager en tant que producteurs de porcs du Québec à participer activement à un plan de valorisation de la profession auprès de la population québécoise ? (par exemple : faire connaître la profession dans votre milieu, participer à des rencontres d'information dans des écoles)

SI OUI :

- De quelles façons seriez-vous prêts à vous engager activement à participer à un plan de valorisation de la profession de producteur de porcs ?

SI NON :

- Pour quelles raisons ne souhaitez-vous pas vous engager à participer à un tel plan ?
- Qu'est-ce que la Fédération des producteurs de porcs pourrait faire de plus pour valoriser votre profession ?
- Vous sentez-vous suffisamment outillé pour améliorer les perceptions à l'égard de votre profession ? Pourquoi ?

SI NON :

- Que vous manque-t-il ?

EXERCICE #1

Nom : _____

Groupe : _____

Inscrivez ce que vous aimeriez dire à la population québécoise afin de mieux faire connaître ou d'améliorer les perceptions à l'égard de la profession de producteur de porcs et de la production porcine en général.

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

EXERCICE #2

Nom : _____

Groupe : _____

Si vous étiez responsable du plan de valorisation de la profession de producteur de porcs auprès de la population québécoise, par quels moyens concrets ou avec quels outils mettriez-vous ce plan en pratique ?

Il est important de penser à des actions innovatrices à poser dans le cadre de ce plan.

•

•

•

•

•

•

•

•

•

•

6. Méthodologies et profil des répondants – volet quantitatif

1. Conclusion et recommandations

2. Faits saillants

3. Résultats détaillés – volet quantitatif

3.1 Enquête téléphonique auprès des producteurs de porcs

3.2 Enquêtes téléphonique auprès du public

4. Résultats détaillés – volet qualitatif

5. Questionnaires et guide de discussion

⇒ 6. Méthodologies et profils des répondants – volet quantitatif

Enquête auprès des producteurs de porcs

Population étudiée

La présente étude effectuée par Léger Marketing a été réalisée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 350 producteurs de porcs québécois, et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Échantillonnage

Échantillon probabiliste. Sélection d'un échantillon aléatoire à partir de la liste exhaustive des 1555 producteurs de porcs du Québec.

Cueillette des données

Les entrevues ont été réalisées à partir de notre central téléphonique de Montréal sur le logiciel INTERVIEWER. Nous avons la possibilité d'effectuer jusqu'à 10 appels dans les cas de non-réponse.

Monitoring

10% des entrevues sont placées systématiquement sous écoute par les superviseurs.

Pré-test

Un pré-test de 10 cas a été effectué afin de valider le questionnaire.

Période et durée des entrevues

Les entrevues ont été réalisées du 28 mars au 01 avril 2001. La durée moyenne des entrevues est de 9,7 minutes.

Traitement et analyse statistique

Le traitement et l'analyse statistique des résultats ont été effectués par le logiciel STATXP sur réseau NOVELL.

Marge d'erreur maximale

La marge d'erreur maximale pour les 350 producteurs sondés est de $\pm 4,6\%$, et ce, pour un intervalle de confiance de 95,0%.

Taux de réponse

Le taux de réponse est de **50.1%**

**PROFIL DES RÉPONDANTS DE L'ENQUÊTE TÉLÉPHONIQUE
 AUPRÈS DES PRODUCTEURS DE PORCS DU QUÉBEC**

SEXE	%
• Hommes	87,1%
• Femmes	12,9%
TYPE DE PRODUCTEURS	%
• Naisseurs	13,4%
• Finisseurs	77,7%
• Naisseurs finisseurs	8,9%
ÉLU DANS LA STRUCTURE SYNDICALE	%
• Oui	13,7%
• Non	85,4%
ANCIENNETÉ DANS LA PROFESSION	%
• Moins de 10 ans	24,9%
• Entre 10 et 20 ans	24,9%
• 21 et plus	50,3%
RÉGION	%
• Beauce	22,0%
• Sainte Hyacinthe	20,0%
• Québec Ouest	13,1%
• Québec Est	10,0%
• Centre du Québec	9,1%
• Lanaudière	8,6%
• Estrie	6,9%
• Mauricie	3,7%
• Côte du Sud	1,7%
• Bas St-Laurent	1,4%
• Québec Nord	1,1%
• Laurentides	0,9%
• St-Jean-Valleyfield	0,8%
• Abitibi Témiscamingue	0,3%
• Saguenay Lac St-Jean	0,3%

Enquête Omnibus auprès du public

La présente étude effectuée par Léger Marketing a été réalisée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1003 Québécoises et Québécois âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

Les entrevues ont été réalisées à partir de notre central téléphonique de Montréal du 28 mars au 2 avril 2001. Nous avons la possibilité d'effectuer jusqu'à 10 appels dans les cas de non-réponse. Le taux de réponse de l'étude est de 61,4%.

À l'aide des statistiques du recensement de 1996, les résultats ont été pondérés selon les régions, le sexe et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population adulte du Québec. Finalement, nous obtenons avec les 1003 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de $\pm 3,1\%$, et ce, 19 fois sur 20.

PROFIL DES RÉPONDANTS DE L'ENQUÊTE TÉLÉPHONIQUE

SEXE	%	OCCUPATION	%
• Homme	48%	• Service / bureau / vente	21,3%
• Femme	52%	• Travail manuel	15,5%
LANGUE MATERNELLE	%	• Professionnel	20,8%
• Français	81,2%	• Au foyer	8,3%
• Autre	18,8%	• Étudiant	9,1%
RÉGION	%	• Retraité	18,8%
• Montréal RMR	45,9%	• Sans emploi	4,9%
• Québec RMR	9,4%	CATÉGORIE D'ÂGE	%
• Est du Québec	11,0%	• 18-24 ans	11,4%
• Centre du Québec	14,5%	• 25-34 ans	18,3%
• Ouest du Québec	19,3%	• 35-44 ans	23,2%
RÉGION RURALE / URBAINE	%	• 45-54 ans	20,6%
• Rurale	44,8%	• 55-64 ans	14,9%
• Urbaine	55,2%	• 65 ans et plus	11,5%
REVENU DU MÉNAGE	%	SCOLARITÉ	%
• moins de 20,000\$	14,1%	• Primaire	5,8%
• entre 20,000 et 39,999\$	27,6%	• Secondaire	39,8%
• entre 40,000 et 59,999\$	21,7%	• Collégial	28,6%
• plus de 60,000\$	25,7%	• Universitaire	25,3%