

**ÉCOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION PUBLIQUE**

**MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ À L'ÉNAP  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION PUBLIQUE  
– OPTION POUR ANALYSTES**

**PAR  
DOMINIC BABEUX  
B. SC.**

**L'ADHÉSION DES RESTAURANTS INDÉPENDANTS AU  
PROGRAMME FRUITS ET LÉGUMES EN VEDETTE 2009-2010**

JANVIER 2015

# TABLE DES MATIÈRES

Remerciements .....	v
Sommaire.....	vii
Liste des tableaux.....	ix
Liste des figures .....	xi
Liste des sigles.....	xii
<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>1. Problématique .....</b>	<b>2</b>
1.1 Contexte .....	2
1.2 Problématique.....	2
1.3 Objectifs et questions d'évaluation .....	5
<b>2. Recension des écrits et cadre conceptuel .....</b>	<b>6</b>
2.1 Recension des écrits.....	6
2.1.1 Environnement alimentaire des restaurants.....	6
2.1.2 Théorie de programme.....	9
2.2 Cadre conceptuel .....	10
2.3 Programme FLV .....	13
2.3.1 Historique du programme .....	13
2.3.2 Modèle logique .....	16
2.3.3 Principales composantes du programme.....	18
<b>3. Méthodologie.....</b>	<b>23</b>
3.1 Objets de l'évaluation .....	23
3.2 Stratégie d'échantillonnage .....	24
3.3 Collecte de données .....	26
3.3.1 Recherche documentaire.....	27
3.3.2 Sondage auprès des restaurants indépendants du Québec .....	28
3.4 Méthode d'analyse.....	31
<b>4. Présentation des résultats .....</b>	<b>32</b>
4.1 Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	32

4.1.1 Profil des répondants et des restaurants.....	33
4.1.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant .....	35
4.1.3 Participation au programme .....	36
4.1.4 Promotion et adhésion au programme.....	42
4.1.5 Satisfaction à l'égard du programme .....	44
4.1.6 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes .....	48
4.1.7 Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant.....	50
4.2 Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	51
4.2.1 Profil des répondants et des restaurants.....	52
4.2.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant .....	53
4.2.3 Promotion de la saine alimentation.....	55
4.2.4 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes .....	56
4.2.5 Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant.....	57
4.2.6 Connaissance du programme .....	58
4.3 Analyse comparative des deux groupes de restaurateurs.....	61
4.3.1 Profil des répondants et des restaurants.....	62
4.3.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant .....	63
4.3.3 Promotion de la saine alimentation.....	64
4.3.4 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes .....	65
4.3.5 Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant.....	66
4.4 Limites de la stratégie d'évaluation.....	67
4.4.1 Accès à l'information.....	67
4.4.2 Biais de rétrospection .....	67
4.4.3 Biais de désirabilité sociale .....	68
4.4.4 Biais d'auto-sélection .....	68
4.4.5 Biais de non réponse.....	68
4.4.6 Contraintes de temps et d'argent.....	69
<b>5. Discussion .....</b>	<b>69</b>
5.1 Est-ce que le programme FLV atteint sa clientèle cible? .....	69

5.2 Quel est le niveau d'adhésion des restaurants indépendants (inscription, participation, engagement et satisfaction) au programme FLV pour l'année 2009-2010?.....	70
5.2.1 <i>Inscription au programme</i> .....	71
5.2.2 <i>Participation et engagement des restaurateurs participants</i> .....	71
5.2.3 <i>Satisfaction à l'égard du programme</i> .....	72
5.3 Le programme FLV a-t-il permis d'améliorer l'offre de fruits et légumes dans les restaurants indépendants inscrits au programme pour l'année 2009-2010?.....	73
<b>Conclusion</b> .....	<b>76</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>78</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>81</b>
Annexe 1 : Calendrier du déploiement du programme FLV, édition 2009-2010	
Annexe 2 : Budget du programme FLV, édition 2009-2010	
Annexe 3 : Description des bases de sondage	
Annexe 4 : Rapport méthodologique du sondage	
Annexe 5 : Questionnaire pour les restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010	
Annexe 6 : Questionnaire pour les restaurants n'ayant jamais participé au programme FLV	



## REMERCIEMENTS

L'auteur tient à remercier les personnes suivantes de leur contribution à ce mémoire :

- le professeur Pierre Simard, directeur de mémoire, École nationale d'administration publique;
- les professeurs Isabelle Bourgeois et Moktar Lamari, membres du jury, École nationale d'administration publique;
- tous les professionnels du ministère de la Santé et des Services sociaux ainsi que du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation ayant collaboré à cette évaluation.



## SOMMAIRE

Le programme *Fruits et légumes en vedette* (FLV) découle du Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012, *Investir pour l'avenir*. Le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) et le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) étaient responsables du programme FLV avant sa disparition en 2011. Le programme FLV visait principalement à promouvoir et à soutenir le développement d'environnements favorables à la saine alimentation dans les restaurants indépendants du Québec. En 2009-2010, 474 restaurants ont participé au programme, ce qui correspondait à un taux de participation de 4 % au Québec.

Au cours de cette première édition annuelle du programme FLV, il s'est avéré nécessaire d'évaluer l'implantation du programme dans les 16 régions sociosanitaires participantes qui a donné lieu à premier rapport d'évaluation. Cependant, le présent mémoire porte sur certains effets du programme FLV chez les restaurants participants, notamment une offre accrue de fruits et légumes en restaurant. Pour ce faire, l'évaluation des effets repose sur un devis quasi-expérimental où le groupe expérimental constitué des restaurateurs indépendants inscrits au programme FLV en 2009-2010 a été apparié à un groupe témoin constitué de restaurateurs indépendants n'ayant jamais participé au programme FLV dans le cadre d'un sondage autoadministré.

Les résultats montrent que l'offre de fruits et légumes dans les restaurants participants ne semble pas s'être améliorée de façon particulière. Par ailleurs, certaines régions ont procédé à une évaluation du programme sur leur territoire. Les résultats de ces évaluations sont également mitigés, car certaines montrent une amélioration de l'offre alimentaire, alors que d'autres affirment le contraire. Cependant, ces évaluations reposaient sur des méthodes de collecte de données différentes les unes des autres. De plus, on ne peut pas véritablement mesurer l'ampleur du problème à l'origine du programme à cause de l'absence de données



probantes concernant l'offre de fruits et légumes dans les restaurants indépendants du Québec, et ce, tant pour la période ayant précédé ou suivi l'implantation du programme FLV.

Néanmoins, les restaurateurs indépendants inscrits au programme FLV en 2009-2010 adhèrent en général au programme. En effet, la plupart d'entre eux se disent satisfaits du programme et affirment devoir jouer un rôle dans la promotion d'une saine alimentation au restaurant. Mais l'adhésion des restaurateurs n'est pourtant pas acquise à l'avance. En effet, les restaurateurs ont mentionné des obstacles à leur participation, notamment l'absence d'intérêt de la clientèle envers le programme, une méconnaissance du programme et le manque de publicité en région. Ces obstacles soulignent l'importance de la visibilité et de la promotion du programme dans le but d'obtenir l'adhésion des restaurateurs. Cependant, l'adhésion des restaurateurs ne constitue pas une condition suffisante afin d'assurer le succès du programme, c'est-à-dire une offre accrue de fruits et légumes en restaurant.

Enfin, les restaurateurs indépendants inscrits au programme FLV en 2009-2010 ne semblent pas se distinguer des restaurateurs n'ayant jamais participé au programme. Ces résultats indiquent que le programme FLV parvient à recruter des restaurateurs qui étaient plus ou moins favorables à la saine alimentation au départ.

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Nombre de restaurants inscrits et taux de participation au programme FLV 2009-2010 selon la région .....	21
Tableau 2	Taille de l'échantillon et taux de réponse selon la région sociosanitaire .....	31
Tableau 3	Taux de participation au sondage parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	33
Tableau 4	Profil des restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	34
Tableau 5	Profil des restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	34
Tableau 6	Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	35
Tableau 7	Participation au programme parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	39
Tableau 8	Promotion des fruits et légumes parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	43
Tableau 9	Satisfaction envers le programme parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	46
Tableau 10	Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	48
Tableau 11	Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 .....	50
Tableau 12	Taux de participation au sondage parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	51
Tableau 13	Profil des restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	52
Tableau 14	Profil des restaurants n'ayant jamais participé au programme FLV .....	53
Tableau 15	Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	54
Tableau 16	Promotion des fruits et légumes parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	56
Tableau 17	Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	57

Tableau 18	Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	58
Tableau 19	Intérêt envers le programme parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV .....	60
Tableau 20	Comparaison (%) de la participation au sondage selon la région sociosanitaire et le groupe de restaurateurs.....	62
Tableau 21	Comparaison (%) du profil des répondants selon la caractéristique et le groupe de restaurateurs.....	63
Tableau 22	Comparaison (%) du profil des restaurants selon la caractéristique et le groupe de restaurateurs.....	63
Tableau 23	Comparaison (%) des pratiques en matière de saine alimentation selon le type de pratique et le groupe de restaurateurs.....	64
Tableau 24	Comparaison (%) des pratiques en matière de promotion des fruits et légumes selon le type de promotion et le groupe de restaurateurs.....	65
Tableau 25	Comparaison (%) des pratiques en matière de réseautage et d'approvisionnement en fruits et légumes selon le type de pratique et le groupe de restaurateurs .....	65
Tableau 26	Comparaison (%) des attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine selon le thème et le groupe de restaurateurs .....	66
Tableau 27	Nombre de restaurants inscrits à la campagne de promotion (2006 à 2009) et au programme FLV (édition 2009-2010).....	71

## **LISTE DES FIGURES**

Figure 1	Modèle logique du programme FLV 2009-2010 .....	17
Figure 2	Nombre d'années de participation à FLV chez les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010.....	38
Figure 3	Appréciation des critères de participation par les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010 .....	38
Figure 4	Niveau de satisfaction à l'égard du programme parmi les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010 .....	46

## LISTE DES SIGLES

AJMQ	Association des jardiniers maraîchers du Québec
AQDFL	Association québécoise de la distribution de fruits et légumes
ARQ	Association des restaurateurs du Québec
ASSS	Agence de la santé et des services sociaux
CCRQ	Conseil des chaînes de restaurants du Québec
CFA	<i>Critical Friend Approach</i>
CSPQ	Centre de services partagés du Québec
CSSS	Centre de santé et de services sociaux
CTAC	Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation
DGDRDD	Direction générale du développement régional et du développement durable
DGSP	Direction générale de la santé publique
DRMAPAQ	Direction régionale du ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec
DSP	Directions de la santé publique
ENAP	École nationale d’administration publique
ESCC	Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes
FLV	Fruits et légumes en vedette
GAC	Guide alimentaire canadien
HRI	Secteur de l’hôtellerie, de la restauration et des institutions
INSPQ	Institut national de santé publique du Québec
MAPAQ	Ministère de l’Agriculture, des Pêcheries et de l’Alimentation du Québec
MDEIE	Ministère du Développement économique, de l’Innovation et de l’Exportation
MSSS	Ministère de la Santé et des Services sociaux
PAG	Plan d’action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012 : investir pour l’avenir
UPA	Union des producteurs agricoles
VASY	Vas-y, fais-le pour toi!

## INTRODUCTION

Le présent mémoire découle de l'évaluation de l'implantation du programme *Fruits et légumes en vedette* (FLV) en 2009-2010 (ministère de la Santé et des Services sociaux, 2011) qui a eu lieu au ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) en 2010 et réuni deux évaluateurs dont l'auteur du présent mémoire. À l'origine, l'évaluation du programme FLV comportait différents volets dont plusieurs avaient trait au processus d'implantation du programme FLV. Mais étant donné la portée plus restreinte de ce mémoire, ceux-ci n'ont pas été considérés dans leur intégralité, notamment les efforts consentis par les ministères engagés dans la mise en œuvre du programme FLV. En revanche, une attention accrue a été portée à certains effets du programme FLV.

Plus particulièrement, ce mémoire porte sur l'adhésion des restaurateurs indépendants envers le programme FLV en 2009-2010 qui constitue l'une des conditions de succès du programme dans son ensemble. À l'aide de données autodéclarées, il évalue les effets du programme sur l'offre alimentaire dans les restaurants indépendants ayant participé au programme FLV en 2009-2010. Ainsi, les données relatives à la présence de fruits et légumes ainsi qu'à la promotion des plats à base de fruits et légumes dans les restaurants participants ont permis une appréciation intéressante de la situation. À noter que la détermination des effets découle du modèle logique du programme FLV qui a été conçu lors de la première évaluation en 2010 et mis à jour dans le présent mémoire.

Enfin, la présente évaluation trouve ses assises dans une approche théorique différente de celle ayant servi pour l'évaluation d'implantation, soit le *Critical friend approach* (Balthasar, 2011). En effet, la précédente évaluation du programme FLV était basée sur les travaux de Rondeau, Bowen et Bélanger (1999) où la mise en œuvre d'un programme est constituée de trois grandes dimensions : 1) l'organisation et la planification, 2) l'animation et la participation, 3) la satisfaction de la clientèle. Cependant, cette approche théorique s'est avérée inadéquate pour le présent mémoire qui se concentre sur certains effets du programme FLV en 2009-2010.

# **1. PROBLÉMATIQUE**

## **1.1 CONTEXTE**

À l'automne 2009, le programme FLV était passé d'une campagne de promotion à un programme annuel. De nouvelles orientations ont été définies à cette occasion dans le but de proposer des actions plus structurantes en combinaison aux activités de promotion qui avaient lieu depuis quelques années. Cependant, les principaux acteurs du programme ont eu des doutes par rapport à certains éléments du programme en 2009-2010. En effet, les responsables ministériels du programme, de même que certains répondants régionaux, étaient préoccupés par rapport à la sollicitation des restaurateurs, la notoriété du programme et l'accompagnement offert aux restaurateurs. L'évaluation d'implantation du programme FLV a permis de répondre à ces préoccupations.

## **1.2 PROBLÉMATIQUE**

La consommation quotidienne de fruits et légumes en quantité suffisante peut prévenir certaines maladies chroniques ou cardiovasculaires ainsi que certains types de cancers. En effet, les fruits et légumes constituent une source appréciable de bêta-carotène, de vitamines C et E, d'acide folique, de plusieurs minéraux et autres nutriments (ex. : fibres) susceptibles de protéger les individus contre plusieurs maladies chroniques dont l'obésité (Utrecht et autres, 1999).

Par ailleurs, l'obésité résulte d'un déséquilibre entre l'apport et la dépense énergétiques, menant à un surplus d'énergie sur une longue période. Un tel déséquilibre découle des transformations survenues dans le mode de vie des gens (Strecko et autres, 2009). Ainsi, les facteurs génétiques ne peuvent expliquer à eux seuls la croissance rapide de l'obésité au sein de la population québécoise. Des facteurs environnementaux sont en cause. Parmi ces

facteurs qui ont été classés selon le niveau de preuve scientifique, certains concernent directement les services alimentaires (Strecko et autres, 2009, p. 3) :

- l'apport élevé d'aliments à forte teneur énergétique et à faible valeur nutritive (facteur probant);
- la promotion d'aliments à forte teneur énergétique et à faible valeur nutritive, la promotion des restaurants à service rapide et l'apport élevé en boissons gazeuses et en jus de fruits additionnés de sucre (facteurs probables);
- la grande taille des portions et l'apport alimentaire composé d'une proportion importante d'aliments préparés hors foyer (facteurs possibles).

Selon les données autodéclarées de la taille et du poids au Québec (Institut national de santé publique du Québec, 2010), près d'un adulte sur deux (48,3 %) rapportait avoir un surplus de poids en 2007-2008 (dont 32,6 % souffrent d'embonpoint et 15,7 % d'obésité). Entre 2003 et 2007-2008, la proportion d'adultes ayant déclaré avoir un surplus de poids s'est accrue légèrement, et ce, tant chez les femmes adultes (de 39,2 % à 40,7 %) que chez les hommes adultes (de 55 % à 56 %). Quant à la proportion d'adolescents âgés de 12 à 17 ans ayant déclaré avoir un surplus de poids, elle s'établissait à 16,6 % en 2005<sup>1</sup> et à 14,4 % en 2008 (Secrétariat rural du gouvernement du Canada, 2010).

Cependant, ces premiers résultats peuvent entraîner une sous-estimation de la prévalence de l'embonpoint et de l'obésité au Québec, puisqu'ils sont basés sur des données autodéclarées. L'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes (ESCC) de 2004 a permis de décrire de manière plus représentative la situation à travers le pays, ses données étant fondées sur des mesures anthropométriques de la taille et du poids des individus (Tjepkema, 2005). Selon l'ESCC, 56,3 % des adultes québécois présentaient un surplus de poids, dont 34,5 % faisaient de l'embonpoint et 21,8 % souffraient d'obésité. Les hommes adultes affichaient une proportion plus élevée (62 %) que les femmes adultes (50,7 %), mais selon un écart moindre comparativement aux données précédentes. Chez les enfants et adolescents québécois âgés de

---

<sup>1</sup> Il s'agit de la seule année pour laquelle nous disposons de données significatives pour les différentes régions sociosanitaires du Québec, à l'exception des Terres-Cries-de-la-Baie-James et du Nunavik.



2 à 17 ans, 22,6 % présentaient un surplus de poids selon la même enquête, dont 15,5 % de l'embonpoint et 7,1 % de l'obésité (Lamontagne et Hamel, 2009).

En 2007, la proportion des dépenses alimentaires pour les repas consommés au restaurant parmi l'ensemble des ménages déclarants<sup>2</sup> au Québec se situait en moyenne à 22 % (Institut de la statistique du Québec, 2010). Cette proportion était plus élevée chez les personnes vivant seules (28 %), tandis qu'elle atteignait son plus bas niveau parmi les familles monoparentales (17 %). Selon Transformation alimentaire Québec (2003), les Québécois ont pris 4,5 repas ou collations par semaine dans les restaurants et y ont dépensé plus du tiers de leur budget consacré à la nourriture en 2002. Les repas de services rapides et les collations comptent pour la majorité de ces occasions de repas, soit 3,2 visites par semaine. Par ailleurs, les mets les plus populaires dans les restaurants en 2002 sont les suivants, par ordre décroissant : les frites, les salades, les mets cuisinés non sucrés (croissants, pain tranché et rôties, muffins anglais, bagels, etc.), le poulet, la pizza, les hamburgers, les desserts, les sandwiches, les soupes et les mets cuisinés sucrés (muffins, beignes, danoises et autres).

La restauration commerciale de base, qui exclut la restauration institutionnelle, occupait 77 % du secteur de la restauration dans son ensemble, soit un chiffre d'affaires de plus de 9,4 milliards de dollars en 2008. La restauration commerciale de base est composée majoritairement de restaurants à service complet, qui eux totalisaient plus de la moitié (52 %) des ventes dans ce secteur. De plus, les Québécois avaient dépensé en moyenne 638 \$ par individu au cours de 2008 pour l'achat d'aliments dans les restaurants à service complet, comparativement à une moyenne de 397 \$ par individu en ce qui concerne les restaurants à service rapide.

---

<sup>2</sup> Les ménages déclarants sont les ménages ayant rapporté une dépense pour ce poste. En 2007, 94 % des ménages québécois avaient rapporté une dépense pour des aliments achetés au restaurant (Institut de la statistique du Québec, 2010).

En 2010, au Québec, il y avait au total 33 807 établissements dans le secteur de la restauration (ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, 2010). De ce nombre, 13 114 établissements appartenait à la catégorie des restaurants à service complet, dont environ 71 % de restaurants indépendants et 29 % de chaînes de restaurants.

Enfin, la consommation de fruits et légumes était à la hausse au Québec entre 2003 et 2008 (Secrétariat rural du gouvernement du Canada, 2010). En effet, la proportion d'individus consommant moins de cinq fois par jour des fruits et légumes (portion minimale recommandée) diminuait de 54,9 % à 46,8 % entre 2003 et 2008. Le Québec détenait alors une position intéressante par rapport au reste du Canada, car la moyenne canadienne concernait plus de la moitié de la population (56,3 %) en 2008. Cependant, une part importante de la population québécoise consommait toujours des fruits et légumes en quantité insuffisante sur une base quotidienne.

### **1.3 OBJECTIFS ET QUESTIONS D'ÉVALUATION**

Ce mémoire vise d'abord à décrire certaines composantes de l'environnement alimentaire des restaurants indépendants au Québec, c'est-à-dire à mieux connaître les besoins et les attentes des propriétaires de restaurant indépendant. Il vise également à mesurer l'intérêt général des restaurateurs pour la saine alimentation au restaurant, notamment pour l'offre et la consommation de fruits et légumes au restaurant. Enfin, il permet d'apprécier l'adhésion des restaurateurs indépendants du Québec et leur satisfaction envers le programme FLV. Par conséquent, il ne vise pas à mesurer les effets ultimes (impacts) du programme auprès de la clientèle ou de la population, mais à rendre compte de certains effets intermédiaires du programme pour la période du 1<sup>er</sup> septembre 2009 au 31 août 2010.

Un modèle logique a été élaboré en vue de schématiser la structure du programme FLV en 2009-2010, car aucune démarche de ce type n'avait eu lieu au moment de son élaboration (voir section 2.2). Le présent mémoire tente de répondre aux trois questions suivantes :

- est-ce que le programme FLV atteint sa clientèle cible?

- quel est le niveau d'adhésion des restaurants indépendants (inscription, participation, engagement et satisfaction) au programme FLV pour l'année 2009-2010?
- le programme FLV a-t-il permis d'améliorer l'offre de fruits et légumes dans les restaurants indépendants inscrits au programme pour l'année 2009-2010?

## **2. RECENSION DES ÉCRITS ET CADRE CONCEPTUEL**

### **2.1 RECENSION DES ÉCRITS**

#### **2.1.1 Environnement alimentaire des restaurants**

La recension des écrits s'appuie notamment sur le rapport *Analyse sommaire d'initiatives favorables à l'amélioration de l'environnement alimentaire des restaurants* (Strecko et autres, 2009) qui a guidé ce mémoire dans son contenu relatif à l'environnement alimentaire des restaurants. Bien que des articles scientifiques aient complétés les constats émis dans ce rapport, le présent mémoire n'a pas pour but de fournir un résumé exhaustif de la littérature scientifique. Toutefois, Strecko et autres (2009) dressent un portrait intéressant des initiatives visant à améliorer l'environnement alimentaire dans les restaurants pour la période 2003 à 2008, et ce, tant au Québec qu'ailleurs. De plus, la période visée par le rapport précède de peu la création du programme FLV ainsi que son évaluation. C'est la raison pour laquelle la recension des écrits présente les grandes lignes du rapport tout en mettant en évidence quelques exemples québécois ou canadiens, le cas échéant.

Selon Strecko et autres (2009), les restaurants constituent une cible de choix en matière de promotion de la santé et des problèmes reliés au poids étant donné qu'ils sont de plus en plus présents au sein de l'environnement alimentaire de la population en raison de l'accroissement du nombre de repas consommés à l'extérieur du foyer au Québec. Parmi l'ensemble des initiatives répertoriées par les auteurs, certaines adoptaient une approche

volontaire à l'égard des restaurants, alors que d'autres constituaient des mesures législatives visant à contrôler la teneur en gras trans dans les aliments ou définir les règles en matière d'affichage nutritionnelle dans les restaurants.

Parmi les initiatives volontaires, peu d'entre elles ont fait l'objet d'une évaluation formelle. Globalement, les principaux moyens utilisés pour améliorer l'environnement alimentaire des restaurants concernaient l'utilisation d'un symbole au menu pour identifier les items comme étant meilleurs pour la santé, l'établissement de critères nutritionnels et la promotion de certains items dans les restaurants. Ces différents moyens visaient en fait à augmenter la disponibilité des aliments sains et non pas à réduire l'offre d'aliments malsains. Les auteurs rapportent d'ailleurs des études montrant que la promotion à l'intérieur du restaurant peut avoir un certain effet sur la consommation des aliments promus dans le cadre de ces initiatives. De plus, une rémunération spéciale pour le personnel des restaurants en lien avec la vente des repas dits « santé » peut également avoir un effet positif sur les ventes de repas sains. Cependant, les preuves scientifiques issues de ces évaluations variaient de modestes à nulles selon Strecko et autres (2009).

Au Québec, les auteurs ont recensé 5 initiatives volontaires durant la période visée. Parmi celles-ci, une seule a fait l'objet d'une évaluation. Il s'agit d'un programme de marketing nutritionnel qui a vu le jour vers la fin des années 1980 dans quelques restaurants de Montréal (Strecko et autres, 2009). Le programme visait à favoriser une offre alimentaire faible en gras et en cholestérol dans les restaurants participants et à augmenter la demande des clients envers les plats dits « santé ». Le programme reposait essentiellement sur des activités de transfert de connaissances (formation) et de sensibilisation (promotion). L'évaluation d'implantation du programme portait notamment sur l'analyse nutritionnelle des recettes, la formation des serveurs ainsi que la promotion des plats visés par le programme. L'évaluation des effets portait quant à elle sur les ventes pré et post implantation des plats dits « santé » dans six des sept restaurants participants. Les résultats montrent qu'à plus long terme, le programme n'a pas permis d'augmenter la demande pour les plats concernés.

En ce qui concerne les mesures législatives, les études ne permettent pas de qualifier l'implantation de telles mesures selon les auteurs. Cependant, on observe une plus grande implication des restaurateurs dans le fait de rendre plus accessible et utile l'information nutritionnelle aux consommateurs en vue qu'ils puissent faire des choix éclairés au point d'achat selon Strecko et autres (2009). Néanmoins, il n'existe pas de garantie à l'effet que l'information soit utilisée adéquatement par les consommateurs et qu'elle produise un quelconque effet positif sur les choix de ces derniers. Cependant, ces mesures législatives pourraient, dans certains cas, inciter les restaurants à améliorer leur offre alimentaire selon les auteurs.

Au Canada, tous les produits alimentaires font l'objet d'une étiquette nutritionnelle qui indique entre autres le pourcentage de la valeur quotidienne par portion déterminée pour chaque nutriment (Strecko et autres, 2009). Cette obligation relative à l'étiquetage nutritionnel n'influence pas cependant la composition des aliments. D'ailleurs, le gouvernement fédéral n'a pas, à ce jour, légiféré pour limiter ou interdire l'utilisation de certains nutriments ou aliments considérés comme nuisibles pour la santé de la population. Toutefois, Santé Canada a adopté des recommandations concernant les gras trans en 2007 en vue de limiter leur consommation.

Par conséquent, Strecko et autres (2009) plaident en faveur de la recherche afin d'accroître les connaissances dans le domaine des initiatives visant à améliorer l'offre alimentaire dans les restaurants et de disposer de plus de données quant à l'applicabilité de ces initiatives dans le contexte québécois.

Enfin, les initiatives visant le secteur de la restauration pourraient avoir des répercussions positives sur d'autres secteurs de l'industrie agroalimentaire selon Strecko et autres (2009). En effet, les changements observés au niveau de l'environnement alimentaire des restaurants sont susceptibles d'influencer les transformateurs et les distributeurs qui auront à leur tour à répondre à la nouvelle demande des restaurateurs et des consommateurs. C'est la raison pour

laquelle ce type d'initiatives s'inscrit dans un mouvement social plus vaste impliquant plusieurs acteurs en provenance de différents secteurs selon les auteurs.

### **2.1.2 Théorie de programme**

La recension des écrits porte également sur les approches d'évaluation axées sur la théorie qui est d'ailleurs apparue comme une faiblesse en ce qui concerne le programme FLV. En effet, au moment de sa création en 2009, le programme FLV ne possédait ni modèle logique ni cadre conceptuel qui précise les liens entre les différentes composantes du programme et ses effets. Par conséquent, les approches d'évaluation axées sur la théorie constituent une voie intéressante afin « d'évaluer dans quelle mesure une intervention a produit les résultats observés ou influé sur ces résultats » (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2012, p.2)

En effet, les approches d'évaluation axées sur la théorie constituent un type d'approches théoriques en évaluation et non pas seulement une méthodologie ou une technique d'enquête (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2012). Ces approches visent à expliciter la « théorie » sous-jacente à un programme en vue de déterminer si le changement induit par le programme contribue réellement aux résultats observés. Autrement dit, est-ce que le programme fait ce qu'il est supposé faire et de la bonne façon? Ainsi, la théorie de programme donne la séquence des événements (extrants, résultats immédiats, résultats intermédiaires, résultats finaux) découlant de la mise en œuvre du programme dont le modèle logique constitue la principale illustration. Toutefois, ce type d'approches ne vise pas uniquement à décrire les composantes d'un programme et met également en lumière les « mécanismes » (événements ou conditions clés) ainsi que les « facteurs externes » (contexte) susceptibles d'influencer positivement ou négativement la théorie de programme. C'est véritablement une « théorie du changement » qui est mise de l'avant par les tenants de ce type d'approches. Ainsi, chaque résultat attendu constitue un lien entre deux composantes du modèle logique (théorie) et sous-tend une hypothèse quant au bon fonctionnement du programme. Par ailleurs, des « risques » (influences ou événements externes au programme)

peuvent faire en sorte « d’inhiber la manifestation du lien de causalité » (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2011, p.7).

Par conséquent, les résultats observés seraient la manifestation concrète du changement apporté par le programme. L'évaluateur peut alors formuler des hypothèses quant à la chaîne de causalité entre les extrants et les différents effets du programme. La tâche de l'évaluateur consiste également à vérifier, à l'aide de données probantes, chaque lien et chaque hypothèse afin de confirmer ou d'informer la théorie dans son ensemble (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2012).

Enfin, les approches d'évaluation axées sur la théorie peuvent être utilisées de façon unique ou en combinaison avec d'autres approches ou techniques d'évaluation puisqu'elles visent à compléter la plupart des approches en termes de « logique d'enquête » (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2012).

## **2.2 CADRE CONCEPTUEL**

En choisissant de centrer l'évaluation sur certains des effets du programme, notamment une offre accrue de fruits et légumes en restaurant et l'adhésion des restaurants indépendants au programme, une nouvelle approche théorique a été privilégiée pour l'évaluation : le *Critical Friend Approach* (Balthasar, 2011). Cette méthode préconise l'utilisation d'un modèle logique afin de procurer les informations nécessaires à l'optimisation du programme en cours de mise en œuvre. De plus, les travaux de Marceau, Otis et Simard (1992) ont guidé de manière plus précise l'élaboration du modèle logique du programme FLV en 2009-2010.

Le *Critical Friend Approach* (CFA) vise à procurer un cadre formelle à l'évaluation en lui assurant une plus grande validité, pertinence et transparence. Selon Balthasar (2011), le CFA accorde une grande importance à l'utilisation et aux effets des résultats empiriques de l'évaluation chez les gestionnaires et les décideurs. En fait, l'évaluation vise à soutenir les gestionnaires et les décideurs en créant un partenariat entre les responsables du programme

et les évaluateurs. En ce qui concerne le programme FLV en 2009-2010, un comité d'évaluation a été formé dès le début du processus évaluatif. Ce comité était composé d'un évaluateur du MSSS, d'un évaluateur externe et des personnes responsables de l'administration du programme au sein des deux ministères (trois personnes au MSSS et une personne au MAPAQ). L'ensemble de ces personnes ont collaboré aux prises de décision quant à chacune des étapes de l'évaluation. Les rencontres du comité d'évaluation ont eu lieu en moyenne une à deux fois par mois durant les mois de mars à octobre 2010.

Trois grandes approches théoriques sont au cœur du CFA et chacune d'entre elles emprunte à un auteur connu dans le domaine de l'évaluation. Balthasar (2011) cherche ainsi à établir un équilibre constant entre les trois principales dimensions de son approche que sont la validité, la pertinence et la transparence. Selon l'auteur, afin d'atteindre un tel équilibre, l'évaluateur est confronté à des choix qui l'amèneront à faire des compromis par rapport à l'une ou l'autre des dimensions tout au long du processus évaluatif.

Plus particulièrement, la notion de « validité scientifique » renvoie aux travaux de Donald T. Campbell (cité dans Balthasar, 2011) sur les modèles expérimentaux et quasi-expérimentaux en évaluation qui ont eu lieu durant les années 1960 et qui ont par la suite influencé plusieurs auteurs tels que Rossi, Freeman et Lipsey (cité dans Balthasar, 2011) desquels s'inspire également Balthasar (2011) lorsqu'il s'agit de mettre en évidence la « logique » d'un programme, c'est-à-dire les structures, fonctions et mécanismes permettant à un programme d'atteindre ses objectifs. Tous ces éléments renvoient en fait à la théorie de programme dont il a été question plus tôt dans la recension des écrits. Dans ce contexte, le CFA vise à faire en sorte que l'évaluation montre les effets d'un programme en s'appuyant, entre autres, sur des modèles expérimentaux ou quasi-expérimentaux.

Balthasar (2011) prend également appui sur les travaux de Michael Patton (cité dans Balthasar, 2011) qui portent sur la pertinence de l'évaluation ou son « utilité pratique » et qui s'intéressent notamment à l'utilisation des résultats dans l'élaboration de politiques publiques. Au même titre que son prédécesseur, Balthasar (2011) attache une grande



importance à la participation des principaux utilisateurs dans les décisions concernant l'évaluation. Cependant, la responsabilité de l'évaluation incombe avant tout à l'évaluateur dont la crédibilité et l'intégrité dépendent de ses compétences en matière de communication tout au long de l'évaluation. Ainsi, Patton (cité dans Balthasar, 2011) attribue cinq grandes fonctions au travail de l'évaluateur : 1) aider les parties prenantes à surmonter leur crainte de l'évaluation; 2) assurer que l'on pose les bonnes questions; 3) élaborer une stratégie qui puisse s'adapter aux diverses situations; 4) prendre en considération ce qui a été réalisé et tirer des conclusions en vue de l'amélioration du programme; 5) défendre la raison d'être de l'évaluation en toute circonstance. Dans ce contexte, le CFA s'attarde au point de vue des gestionnaires et des décideurs ainsi qu'à la position de l'évaluateur en vue d'assurer le bon déroulement de l'évaluation.

Mais puisque l'évaluation consiste à poser un jugement de valeur par rapport au processus d'implantation ou aux effets d'un programme, Balthasar (2011) insiste sur le fait que le processus évaluatif doit faire preuve de transparence. Ainsi, l'auteur rejoint Michael Scriven (cité dans Balthasar, 2011) dans l'idée que la responsabilité du jugement incombe à l'évaluateur étant donné que l'évaluation constitue un processus visant à déterminer la qualité, le mérite et la valeur des choses. Dans ce contexte, le CFA vise à rendre le jugement le plus explicite possible en faisant état de la méthode et des critères sur lesquels il repose.

Sur le plan méthodologique, le CFA se base sur l'utilisation d'un modèle logique et de questions-clés afin de mener l'évaluation à bien. Selon cette approche, une évaluation formative telle que l'évaluation du programme FLV en 2010 visait à procurer des informations aux acteurs concernés afin d'optimiser l'implantation du programme (Balthasar, 2011). Ainsi, on doit s'assurer de répondre aux besoins des gestionnaires et des décideurs en prouvant l'utilité de l'évaluation pour la prise de décision éclairée. De même, un modèle logique a été développé pour le programme FLV en 2009-2010 (voir section 2.2) et des questions d'évaluation (voir section 3.2) ont été formulées afin de déterminer les indicateurs à mesurer comme le préconise cette approche théorique.

Le CFA attache également une grande importance à la stratégie d'évaluation puisque cette dernière doit faire preuve de transparence par rapport aux résultats de l'évaluation. Pour ce faire, Balthasar (2011) préconise l'utilisation d'un modèle expérimental ou quasi-expérimental, ce qui a été le cas en ce qui concerne le sondage auprès des restaurants indépendants du Québec. Ainsi, les restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010 ont été appariés à des restaurants n'ayant jamais participé au programme FLV lors de la collecte de données dont les informations font l'objet de la section 3.3.

Le modèle logique du programme FLV 2009-2010 s'inspire plus particulièrement des travaux de Marceau, Otis et Simard (1992) et reprend les principales composantes de l'approche mise de l'avant par les auteurs. Le modèle logique a été conçu *a posteriori* étant donné qu'aucun modèle n'avait été conçu à l'origine du programme FLV en 2009. Sa conception a été rendue possible grâce aux rencontres du comité d'évaluation. Lors de chaque rencontre, les évaluateurs soumettaient à l'approbation des responsables du programme une version améliorée du modèle logique jusqu'à ce que celle-ci fasse consensus parmi tous les membres du comité d'évaluation, ce qui a nécessité en tout quatre versions. Le présent mémoire a été l'occasion de mettre à jour le modèle logique du programme FLV qui a été conçu en 2010 (voir figure 1 à la page 17).

## **2.3 PROGRAMME FLV**

### **2.3.1 Historique du programme**

La toute première initiative *Fruits et légumes en vedette* (FLV) a eu lieu dans la région de Lanaudière en mars 2005. À l'époque, il s'agissait de mettre en place un message unifié (sur la consommation des fruits et légumes) fondé sur une approche globale et menant à des actions concrètes sur les individus (notamment les clients fréquentant les restaurants de la région) et l'environnement alimentaire. En effet, l'initiative FLV visait à procurer un soutien aux restaurateurs afin qu'ils puissent offrir davantage de fruits et légumes à leur clientèle. Dès le départ, on adopte une approche centrée sur un environnement favorable à la saine

alimentation au restaurant, ce qui a donné lieu à un plan d'intervention régional. Ce dernier visait une amélioration de l'offre alimentaire dans les restaurants de la région. Enfin, le soutien aux restaurateurs était offert durant le Mois de la nutrition, c'est-à-dire au mois de mars seulement, ce qui explique la date d'implantation du programme FLV par la suite.

Au cours de la même période, le Forum des générations (2004) a donné lieu à plusieurs initiatives regroupées selon neuf thèmes et dont le premier visait à mobiliser les efforts en prévention. On y annonçait alors certaines mesures qui devraient être mises en place par le gouvernement à plus ou moins brève échéance :

- en novembre 2004, mise en place d'une campagne publique de promotion de saines habitudes de vie, appuyée par des activités sur le terrain;
- dès septembre 2006, ajout d'une heure et demie d'enseignement à l'école primaire afin que deux heures soient consacrées à l'éducation physique;
- sous la responsabilité du ministre Philippe Couillard, formation d'une équipe intersectorielle ayant pour mandat de mettre au point des approches en prévention à l'intention des jeunes, le rapport final devant être déposé en juin 2005.

À la suite des recommandations du Forum des générations en novembre 2004, on assiste au lancement du Programme de promotion des saines habitudes de vie *Vas-y, fais-le pour toi!* (VASY). Lors de la deuxième année de VASY, en 2005, les répondants en nutrition et en communication des DSP ont eu l'occasion d'échanger sur le volet nutrition du programme. Dans les mois qui ont suivi, le MSSS ciblait une activité à mettre en place aux paliers national et régional : la campagne FLV. D'après une lettre du sous-ministre adjoint et directeur national de santé publique de l'époque et transmise aux directeurs de santé publique en 2005, la campagne FLV « [...] permet de rajouter un "volet environnement" au programme gouvernemental, ce qui répond aux recommandations des chantiers quant à la mise en place de milieux favorables à la saine alimentation ». Dans les faits, il s'agissait de reprendre l'initiative menée par le CSSS de la région de Lanaudière, en collaboration avec la DSP de la région, dans le cadre des services intégrés de promotion de saines habitudes de vie et de prévention des maladies chroniques. Cette initiative est qualifiée à l'époque de

grand succès par le MSSS. De plus, les gens de Lanaudière ont volontiers accepté de partager leurs expériences d'après les propos du directeur national de santé publique.

En 2006, le gouvernement du Québec a rendu public le Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012, *Investir pour l'avenir* (PAG). Ce plan d'action, comportant 75 actions réparties selon 5 axes, a pour but d'améliorer la qualité de vie de la population québécoise en lui permettant de vivre dans des environnements favorisant l'adoption de saines habitudes de vie, soit un mode de vie physiquement actif et une saine alimentation.

Relativement au secteur de la restauration, le PAG énonce, sous l'axe visant à favoriser la saine alimentation, l'action suivante : « En concertation avec les représentants du secteur de la restauration, proposer des actions visant une saine alimentation, par exemple des incitatifs (concours ou autres) pour une offre d'aliments sains en portions adéquates » (ministère de la Santé et des Services sociaux, 2006, p. 23). Dans le but d'influencer l'offre alimentaire dans le secteur de la restauration, des actions structurantes sont nécessaires (changement de pratiques, engagement des restaurateurs et accompagnement), actions auxquelles doivent se greffer des activités de communication, et ce, afin d'atteindre des résultats plus tangibles. C'est ainsi que le MSSS a mis en œuvre, de 2006 à 2009, la campagne de promotion FLV au mois de mars de chaque année. Au cours des trois premières années, entre 400 et 830 restaurants participaient annuellement à la campagne, incluant 4 ou 5 chaînes de restaurants. Durant cette période, de 12 à 14 régions sociosanitaires du Québec se sont engagées dans la campagne par l'intermédiaire des ASSS et de leur DSP. Dans certains cas, des CSSS y participaient également. Par ailleurs, dès 2008, les responsables des DSP ont constaté qu'il ne fallait pas viser uniquement une augmentation du nombre de restaurants participants, mais aussi définir et ajouter des critères de qualité pour les restaurateurs participants. Au printemps 2009, les responsables du programme ont pris la décision de faire passer la campagne de promotion FLV à un

programme annuel en permettant aux restaurants de s’y inscrire durant n’importe quel mois de l’année et en décidant d’imposer des critères de participation sur une base annuelle.<sup>3</sup>

### **2.3.2 Modèle logique**

Un modèle logique du programme FLV 2009-2010 a été conçu *a posteriori* (figure 1). Cependant, il ne comporte aucun indicateur d’effets ultimes (impacts) relativement au programme FLV, car ceux-ci ne constituaient pas un objet d’évaluation. D’ailleurs, il a été considéré prématuré par les responsables du programme le fait d’envisager les impacts engendrés par le programme étant donné l’utilisation récente des nouvelles orientations et la période de rodage dans laquelle se trouvait le programme au moment de son évaluation. Cependant, certains effets intermédiaires du programme FLV ont pu être évalués en ce qui concerne l’édition 2009-2010, notamment l’adhésion des restaurants indépendants du Québec au programme FLV.

---

<sup>3</sup> Pour plus d’information concernant le déploiement du programme FLV au cours de l’année 2009-2010, veuillez consulter l’annexe 1.

**Figure 1**  
**Modèle logique du programme FLV 2009-2010**

<b>Raison d'être</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un environnement alimentaire non favorable à la saine alimentation dans les restaurants indépendants du Québec</li> </ul>	
<b>Cibles d'intervention</b>	<b>Restaurants indépendants</b>	<b>Population</b>
<b>Objectifs généraux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accroître l'offre de fruits et légumes, en particulier du Québec, dans les menus proposés dans les restaurants indépendants</li> <li>▪ Promouvoir auprès des restaurateurs et de la population l'importance d'une offre accrue de fruits et légumes au restaurant</li> </ul>	
<b>Objectifs spécifiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Doter tous les restaurants participants des outils du programme et fournir de l'information sur le réseau producteurs-transformateurs-distributeurs dans les régions participantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informer sur le degré de connaissance du programme au sein de la population des régions participantes</li> </ul>
<b>Nature de l'intervention</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En concertation avec le MAPAQ et les représentants du secteur de la restauration et du secteur agroalimentaire, proposer des actions visant une saine alimentation par une offre accrue de fruits et légumes dans les restaurants du Québec</li> </ul>	
<b>Intrants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le financement total pour l'édition 2009-2010 s'élève à 300 000 \$</li> </ul>	
<b>Activités</b>	<p><b>Soutien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Réseautage entre des restaurateurs indépendants et des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes</li> <li>▪ Sensibilisation des restaurateurs indépendants à la mise en œuvre du programme et transfert de connaissances aux restaurateurs indépendants</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promotion du programme auprès des restaurateurs indépendants</li> <li>▪ Promotion du programme auprès de la population tous les mois de mars</li> </ul> <p><b>Suivi et évaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coordination entre les ministères et les instances régionales ainsi que les partenaires nationaux.</li> <li>▪ Évaluation d'implantation</li> <li>▪ Évaluation des résultats</li> </ul>	
<b>Extrants (produits et services)</b>	<p><b>Soutien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outils à l'intention des restaurateurs indépendants</li> <li>▪ Activités de réseautage entre des restaurateurs indépendants et des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes dans certaines régions</li> <li>▪ Atelier de sensibilisation à la mise en valeur des fruits et légumes dans les menus à l'intention des chefs cuisiniers et des cuisiniers des restaurants indépendants participants</li> <li>▪ Expertise-conseil auprès des restaurateurs indépendants dans certaines régions</li> </ul> <p><b>Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participation à des événements s'adressant au secteur de la restauration</li> <li>▪ Sollicitation des restaurants indépendants au niveau régional</li> <li>▪ Campagne publicitaire dans les médias</li> <li>▪ Utilisation de matériel promotionnel dans les restaurants participants</li> </ul> <p><b>Suivi et évaluation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rencontre annuelle avec les représentants régionaux et bilan annuel du programme</li> <li>▪ Rapport d'évaluation</li> </ul>	
<b>Effets immédiats et intermédiaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Notoriété du programme auprès des restaurateurs indépendants et de la population</li> <li>▪ Adhésion (inscription, participation, engagement) au programme FLV chez les restaurateurs indépendants participants</li> <li>▪ Offre accrue (quantité et diversité) de fruits et légumes dans les restaurants indépendants participants</li> <li>▪ Mesures incitatives pour la consommation de fruits et légumes dans les restaurants indépendants participants</li> <li>▪ Réseautage accru concernant l'approvisionnement en fruits et légumes québécois dans les restaurants indépendants participants</li> </ul>	
<b>Retombées pour le Québec</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Amélioration des environnements alimentaires dans les restaurants indépendants participants</li> <li>▪ Soutien à l'économie (production, transformation et distribution des fruits et légumes du Québec)</li> <li>▪ Contribution au développement durable</li> </ul>	

### 2.3.3 Principales composantes du programme

- *But et objectifs*

Le programme FLV vise principalement à remédier à un environnement alimentaire qui n'est pas favorable à une saine alimentation dans les restaurants indépendants du Québec. Pour ce faire, deux cibles d'intervention ont été définies : les restaurants indépendants et la population en général (en particulier, la clientèle qui fréquente ces restaurants). Plus particulièrement, le programme vise à accroître l'offre de fruits et légumes, en particulier du Québec, dans les menus proposés dans les restaurants indépendants ainsi qu'à promouvoir auprès de la population l'importance d'une offre accrue de fruits et légumes dans les restaurants.

- *Intrants*

Le financement du programme en 2009-2010 est entièrement assuré par le MSSS<sup>4</sup>. Du budget de 300 000 \$ accordé pour le programme, environ les deux tiers ont été versés à une firme de communication pour la réalisation d'une campagne publicitaire (à la radio et sur Internet) ainsi que la production et la diffusion du matériel promotionnel auprès des restaurateurs inscrits au programme. Par conséquent, un peu moins du tiers du budget restant servait à des fins de communication, d'activités ou d'évaluation au sein même du MSSS.

Dans les faits, le MSSS était le coordonnateur du programme FLV, et ce, depuis la toute première campagne de promotion FLV en mars 2006. La coordination et le suivi du programme étaient assurés par la Direction générale de santé publique (DGSP), plus particulièrement le Service de la promotion de saines habitudes de vie. Depuis le début, la DGSP supportait les coûts liés à FLV (campagne de promotion, puis programme). Par ailleurs, au sein de chaque ASSS, la Direction de santé publique (DSP) coordonnait l'implantation régionale du programme FLV. Généralement, un professionnel responsable du dossier nutrition ainsi qu'un agent de communication de l'ASSS travaillaient ensemble à

---

<sup>4</sup> Un budget détaillé relativement à la première année d'implantation du programme FLV est présenté en annexe 2.

l'implantation du programme dans chacune des régions. Dans certaines régions, des professionnels de CSSS travaillaient également à l'implantation au palier local.

Quant au MAPAQ, il collaborait à la coordination du programme FLV en 2009-2010, plus précisément à l'élaboration du programme et à son implantation. Jusqu'au 25 juin 2010, cette collaboration était assurée par la Direction de la qualité et des services à la clientèle. Le 26 juin 2010, le MAPAQ a délégué la responsabilité du programme FLV à une nouvelle unité, Transformation alimentaire Québec, qui assurait désormais le suivi du programme et collaborait à tous les dossiers découlant du PAG, dont le programme FLV. Par ailleurs, les directions régionales du MAPAQ (DRMAPAQ) ont été appelées à contribuer au programme FLV sur une base volontaire. Ainsi, certaines DRMAPAQ ont collaboré au programme en 2009-2010.

À l'époque, différents partenariats ont été établis par ailleurs avec des organismes en provenance du secteur de l'agroalimentaire et de la restauration, ainsi que Acti-Menu. En ce qui concerne le secteur de l'agroalimentaire, des rencontres ont eu lieu auprès de certains organismes<sup>5</sup> afin de présenter les orientations du programme aux partenaires qui désiraient renouveler leur collaboration au programme. Par la suite, les partenaires du secteur agroalimentaire ont été informés des nouveaux développements du programme de façon ponctuelle dans le cadre de la mise en œuvre du programme. En ce qui concerne le secteur de la restauration, le MSSS et le MAPAQ ont convenu de rencontrer des représentants de l'ARQ afin de leur présenter les nouvelles orientations du programme et définir le rôle de l'organisme au sein du programme en vue d'obtenir davantage d'information quant aux stratégies à adopter pour favoriser la participation des restaurateurs. Finalement, Acti-Menu<sup>6</sup> a sollicité le MSSS afin que le programme FLV et le *Défi Santé 5/30 Équilibre* fassent l'objet d'une promotion conjointe. Acti-Menu est un acteur important du domaine de la promotion des saines habitudes de vie auprès des individus au Québec.

---

<sup>5</sup> Il s'agit de l'AJMQ, l'AQDFL et du CTAC.

<sup>6</sup> ACTI-MENU offre au grand public, aux employeurs et à leur personnel, aux professionnels de la santé et à leurs clients, de l'information, des outils et un accompagnement qui favorisent la prise en charge par les individus de leur santé physique et psychologique ainsi que la mise en place d'environnement sociaux et physiques favorables.



En août 2011, le MSSS et MAPAQ ont convenu de mettre fin au programme FLV à la suite de la deuxième année d'implantation du programme, soit quelques mois après la diffusion du rapport d'évaluation.

- *Activités et extrants*

En s'inscrivant au programme FLV, les restaurateurs indépendants du Québec devaient s'engager, durant toute l'année (du 1<sup>er</sup> septembre 2009 au 31 août 2010), à respecter les six critères de participation suivants :

- offrir des plats principaux comprenant au moins une portion de légume d'accompagnement;
- intégrer des fruits et des légumes dans les entrées, les soupes et les desserts;
- proposer un menu du jour ou une table d'hôte comprenant au moins un aliment de chacun des quatre groupes du GAC;
- mettre en valeur, dans le menu, les plats « vedettes » à base de fruits et de légumes;
- acheter préférentiellement des aliments du Québec (à prix équivalent);
- promouvoir le programme auprès du personnel et de la clientèle.

Cependant, le MSSS n'a transmis aucune consigne aux différentes DSP pour l'évaluation du respect des critères de participation de la part des restaurants inscrits au programme en 2009-2010. C'est sur une base volontaire que quatre DSP (Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Mauricie et Centre-du-Québec, Montérégie et Saguenay-Lac-Saint-Jean) ont procédé à l'évaluation des critères de participation chez l'ensemble des restaurateurs participants de leur région.

Lors de l'édition 2009-2010, le recrutement des restaurants a eu lieu dans 13 des 16 régions sociosanitaires ayant participé à l'implantation du programme.<sup>7</sup> Ainsi, trois régions

---

<sup>7</sup>. Pour ce faire, les répondants régionaux ont fait appel à la liste des restaurants fournie par le MAPAQ au printemps 2009, liste qui leur a été transmise par le MSSS en début d'édition. Dans certaines régions, les répondants régionaux ont bonifié la liste du MAPAQ à l'aide de la liste des restaurants ayant participé aux précédentes campagnes de promotion (de 2006 à 2009) dans leur région. Cependant, certaines régions ont préféré utiliser le bottin téléphonique afin de compléter la liste du MAPAQ.

La plupart des DSP ont procédé par envois postaux afin de joindre les restaurants dans un premier temps, car cette méthode a été préférée aux appels téléphoniques et aux courriels. Dans un deuxième temps, la majorité des DSP ont effectué une relance auprès des restaurants, par téléphone la plupart du temps. Enfin, toutes les régions ont utilisé le dépliant promotionnel du programme

(Montréal, Nord-du-Québec et Laval) n'ont mené aucun recrutement. Dans les régions où un recrutement a été réalisé, celui-ci s'est déroulé en majeure partie durant l'automne 2009 et s'est poursuivi dans certains cas durant une partie de l'hiver suivant. Dans l'ensemble, le recrutement des restaurants a eu lieu entre les mois d'octobre 2009 et février 2010.

En 2009-2010, 474 restaurants ont ainsi participé au programme FLV (tableau 1). Les restaurants inscrits provenaient de 16 régions sociosanitaires. Contrairement aux précédentes campagnes de promotion (de 2006 à 2009), les chaînes de restaurants n'ont pas été sollicitées pour la première édition du programme annuel.<sup>8</sup> Afin d'être admissible au programme, un restaurant devait n'avoir commis aucune infraction à la Loi sur les produits alimentaires (L.R.Q., chapitre P-29) au cours de l'année précédant la durée du programme.

**Tableau 1**  
**Nombre de restaurants inscrits et taux de participation au programme FLV 2009-2010 selon la région\***

Région sociosanitaire	Nombre de restaurants	Nombre de restaurants inscrits	Pourcentage de restaurants inscrits	Taux de participation
Bas-Saint-Laurent	318	27	5,7 %	8,5 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	336	47	9,9 %	14,0 %
Capitale-Nationale	938	77	16,2 %	8,2 %
Mauricie et Centre-du-Québec	597	56	11,8 %	9,4 %
Estrie	497	26	5,5 %	5,2 %
Montréal	4 139	6	1,3 %	0,1 %
Outaouais	493	6	1,3 %	1,2 %
Abitibi-Témiscamingue	223	11	2,3 %	4,9 %
Côte-Nord	162	3	0,6 %	1,9 %
Nord-du-Québec	53	11	2,3 %	20,8 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	229	21	4,4 %	9,2 %
Chaudière-Appalaches	434	15	3,2 %	3,5 %
Laval	337	3	0,6 %	0,9 %
Lanaudière	601	54	11,4 %	9,0 %
Laurentides	828	17	3,6 %	2,1 %
Montréal	1 578	94	19,8 %	6,0 %
<b>TOTAL</b>	<b>11 763</b>	<b>474</b>	<b>100 %</b>	<b>4,0 %</b>

Note : le taux de participation est calculé en fonction du nombre de restaurants indépendants dans chacune des régions.

---

afin d'expliquer les différents paramètres du programme aux restaurateurs désireux de s'inscrire au programme en 2009-2010. En ce qui concerne l'implication des DRMAPAQ, seulement cinq régions se sont montrées plus coopératives lors du recrutement des restaurateurs. Cependant, les DSP voyaient dans chacun des cas à l'ensemble des tâches liées au recrutement.

<sup>8</sup>. Malgré tout, un certain nombre de restaurants appartenant à des chaînes ou à des institutions figurent parmi la liste des restaurants participants en 2009-2010.

Le taux de participation au programme FLV a été de 4 % à l'échelle du Québec en 2009-2010. Cependant, ce taux variait considérablement d'une région à l'autre comme le montre le tableau ci-après. Dans l'ensemble, 10 régions ont eu un taux de participation supérieur à la moyenne nationale. Les régions où le taux de participation a été le plus élevé sont le Nord-du-Québec (21 %) et le Saguenay–Lac-Saint-Jean (14 %).

De nouvelles orientations ont été définies pour le programme 2009-2010, ce qui a mené à la production de nouveaux outils et à la mise sur pied d'activités visant à soutenir les restaurateurs durant toute l'année dans leur démarche d'amélioration de leur offre de fruits et légumes.

Ainsi, différents outils, services et activités ont été offerts aux restaurateurs en 2009-2010 :

- une expertise-conseil en matière de saine alimentation, offerte par certaines DSP ou certains CSSS;
- des outils, dont la trousse du restaurateur offerte à l'ensemble des restaurateurs inscrits et une liste des produits régionaux (disponible pour certaines régions seulement);
- un atelier de sensibilisation à la mise en valeur des fruits et légumes dans les menus;
- une activité de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes québécois.

Selon les responsables du programme au sein du MSSS, la promotion du programme FLV revêt une grande importance en vue d'assurer son déploiement, son succès et ses effets sur l'adhésion des restaurateurs indépendants. Ainsi, le MSSS a eu recours à différents types d'activités et outils promotionnels en 2009-2010. Certains outils et activités visaient spécifiquement les restaurants indépendants du Québec, alors que d'autres s'adressaient plutôt à la population québécoise.

Parmi les activités et outils promotionnels, on trouve :

- un lancement national;
- deux participations à des colloques, congrès et salons s'adressant aux restaurateurs;
- une campagne de promotion en mars 2010, dont la campagne radiophonique;

- du matériel promotionnel, dont des dépliants, des napperons, des électrostatiques et des cartons-tentes à l'intention des restaurateurs;
  - un site Internet;
  - un porte-parole.
- *Résultats attendus*

Les effets ultimes ou à long terme du programme FLV ne font pas l'objet de la présente évaluation et il a été jugé prématuré de statuer sur ce sujet compte tenu de l'état d'avancement du programme. Cependant, il a été possible d'identifier un certain nombre d'effets intermédiaires à court terme dont l'adhésion des restaurants indépendants au programme FLV. L'adhésion des restaurants indépendants a été définie en fonction des éléments suivants :

- la conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant;
- la promotion de la saine alimentation en restaurant;
- les attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant.

L'évaluation portait également une attention particulière à un autre effet intermédiaire du programme FLV qui s'avère relié au premier : la satisfaction à l'égard du programme (en ce qui concerne les restaurants inscrits au programme seulement).

### **3. MÉTHODOLOGIE**

#### **3.1 OBJETS DE L'ÉVALUATION**

Ce mémoire porte principalement sur les effets intermédiaires du programme FLV 2009-2010 lesquels reposent sur un ensemble d'informations de nature quantitative et qualitative. Le processus d'implantation comporte à lui sur cinq indicateurs comme le montre la liste ci-après. D'ailleurs, ceux-ci ont fait l'objet d'une présentation détaillée à la section 2.3. De plus, quatre indicateurs traitent du contexte d'implantation du programme en 2009-2010. Enfin,

deux indicateurs sont reliés à la clientèle visée par le programme, c'est-à-dire les restaurateurs indépendants du Québec.

Voici la liste des principaux indicateurs retenus selon la dimension abordée :

- **Processus d'implantation :**
  - Raison d'être, cibles et objectifs du programme;
  - Nature de l'intervention liée au programme;
  - Intrants du programme;
  - Activités du programme;
  - Produits et services offerts aux restaurants indépendants participants.
- **Contexte :**
  - Caractéristiques des individus et des restaurants indépendants participants;
  - Conscientisation et attitudes des restaurateurs indépendants envers la saine alimentation au restaurant;
  - Avantages recherchés, besoins et attentes des restaurateurs indépendants envers le programme;
  - Conditions de l'offre alimentaire dans les restaurants indépendants.
- **Effets intermédiaires :**
  - Adhésion (inscription, participation, engagement, satisfaction) des restaurateurs indépendants participants.

### **3.2 STRATÉGIE D'ÉCHANTILLONNAGE**

La population à l'étude se compose de l'ensemble des 11 763 restaurants à service complet classés parmi les restaurants indépendants au Québec en 2009. Ces restaurants se divisent en trois groupes ou populations cibles :

- les restaurants indépendants inscrits au programme en 2009-2010;
- les restaurants indépendants n'ayant jamais participé au programme;
- les restaurants indépendants ne s'étant pas réinscrits au programme en 2009-2010.

Cependant, les résultats liés à la troisième population cible (restaurants indépendants ne s'étant pas réinscrits au programme FLV en 2009-2010) ont été exclus de la présente analyse étant donné la petitesse de l'échantillon (29 restaurants) et le fait que plusieurs restaurants ayant participé aux précédentes campagnes FLV (2006 à 2009) n'étaient plus en opération au moment du sondage en 2010. Donc les résultats liés à ce groupe ne sont pas représentatifs de l'ensemble des restaurants concernés. Ils ne permettent pas de tirer des conclusions précises par rapport au fait d'avoir abandonné le programme.

La détermination des restaurants au sein de chaque population cible a été réalisée à l'aide de trois listes distinctes (ou bases de sondage) au lieu d'une liste unique comme c'est généralement le cas.<sup>9</sup> Précisons que les restaurants indépendants du Québec étaient les seuls établissements admissibles au programme FLV. Par conséquent, pour la stratégie d'échantillonnage, il a été nécessaire d'exclure des différentes listes les restaurants qui n'étaient pas admissibles au programme, notamment les restaurants appartenant à des chaînes, ainsi que ceux en milieu institutionnel ou en hôtellerie par exemples.

La stratégie d'échantillonnage repose ainsi sur un modèle quasi expérimental post-test, c'est-à-dire où le groupe expérimental formé des restaurants indépendants du Québec inscrits au programme FLV en 2009-2010 a été apparié à un groupe témoin formé des restaurants n'ayant jamais participé au programme.<sup>10</sup> À l'exception des restaurants n'ayant jamais participé au programme, pour lesquels il a été possible de faire appel à un échantillonnage aléatoire simple stratifié, la stratégie d'échantillonnage du sondage reposait sur une participation volontaire des restaurants indépendants du Québec en ce qui concerne les restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010. Pour ce qui est des restaurants n'ayant jamais participé au programme, l'échantillonnage aléatoire tenait compte de la répartition des restaurants à travers les différentes régions du Québec parce qu'ils étaient nettement trop nombreux.

---

<sup>9</sup> Pour plus d'information concernant chacune de ces listes, veuillez consulter l'annexe 3.

<sup>10</sup> L'information relative à la stratégie de collecte de données se trouve dans le rapport méthodologique à l'annexe 4.

De plus, afin de s'assurer d'un bon taux de participation de leur part, un appel a été lancé à l'un des partenaires nationaux du programme, l'ARQ, afin d'entrer en contact avec le plus grand nombre de restaurants indépendants possible. Par conséquent, une invitation au sondage a été acheminée le 4 août 2010 par courrier électronique aux membres de l'ARQ qui possédaient une adresse de courrier électronique. Cela a permis de joindre environ 1 200 propriétaires de restaurants à travers le Québec.

En ce qui concerne les restaurants ayant participé au programme en 2009-2010, moins nombreux que les restaurants n'ayant jamais participé au programme, il était presque impossible de savoir quelle proportion de restaurants allait accepter de participer au sondage. Par conséquent, il valait mieux rejoindre tous les restaurants visés dans l'espoir que la plupart participe au sondage. De plus, une lettre d'invitation a été envoyée par la poste ou par courrier électronique à tous les restaurants figurant sur les listes d'appel afin de s'assurer d'un taux de participation satisfaisant de leur part.

Des contraintes financières ont fait en sorte qu'un nombre maximal de lettres d'invitation au sondage ont pu être envoyées par la poste aux restaurants. Ainsi, un peu plus de 500 lettres ont pu être expédiées par la poste, dont plus de la moitié s'adressant uniquement aux restaurants inscrits au programme et à ceux ne s'étant pas réinscrits au programme en 2009-2010 qui ont été exclus du présent mémoire. La priorité a été accordée à ces deux groupes pour l'envoi postal, car ils concernaient des établissements ayant un lien direct avec le programme, dans le présent ou le passé. C'est la raison pour laquelle les évaluateurs ont eu recours à l'envoi d'un courrier électronique aux membres de l'ARQ afin de joindre le plus de restaurants possible n'ayant jamais participé au programme, ce que manifestement ne permettait pas l'envoi postal.

### **3.3 COLLECTE DE DONNÉES**

Le mémoire comporte deux méthodes de collecte de données : la recherche documentaire et le sondage auprès des restaurants indépendants du Québec.

### 3.3.1 Recherche documentaire

La recherche documentaire s'est déroulée tout au long de l'évaluation du programme FLV. Elle a débuté dès le premier jour avec la documentation propre au programme : bilans, calendrier des activités, fiches synthèses et présentations visuelles décrivant le programme, outils du programme, etc. Par la suite, elle a donné lieu à des entretiens non officiels avec les principaux responsables du programme au sein du MSSS. Durant les mois suivants, la recherche documentaire s'est enrichie des entretiens semi-dirigés menés auprès d'anciens responsables du programme afin de mieux connaître les origines du programme qui étaient peu documentées. Toutefois, ces entretiens n'avaient pas pour but de documenter les résultats du programme. La recherche documentaire a permis finalement la conception de questionnaires électroniques auto-administrés pour le sondage auprès des restaurants indépendants du Québec.

En ce qui concerne la littérature scientifique, différentes banques de données bibliographiques ont été consultées entre les mois d'avril et juin 2010 : Medline, Food Science and Technology Abstracts, ScienceDirect, FRANCIS et Google Scholar. Le choix des banques de données s'est fait en fonction des thématiques abordées. La plupart des banques consultées se spécialisent dans le domaine des sciences de la santé ou de l'alimentation, à l'exception de la banque FRANCIS. Cette banque a été choisie en raison du fait qu'elle porte sur le domaine des sciences sociales. Parallèlement, une recherche documentaire a été menée dans Google et dans le portail *Répertoire des plans d'action gouvernementaux et de la littérature grise en matière d'alimentation, d'activité physique et d'obésité* de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) en ce qui concerne la littérature grise et les données statistiques. Cette dernière recherche a permis de mettre la main sur divers documents (publications officielles, pages Web, rapports, tableaux statistiques, etc.) en provenance d'organismes gouvernementaux ou non gouvernementaux. Enfin, le MAPAQ a fourni des données statistiques récentes concernant le secteur de la restauration au Québec.



Quel que soit le moteur de recherche utilisé, une même combinaison de mots-clés a été utilisée afin d'obtenir les résultats escomptés : *environnement alimentaire, intervention publique, obésité, restaurant, saine alimentation* et *services alimentaires*. Tous ces mots-clés ont fait l'objet d'une traduction étant donné qu'une part importante de la littérature n'est disponible qu'en anglais. En ce qui concerne les articles scientifiques en particulier, la recherche documentaire s'est limitée aux articles publiés après le mois de juin 2008, date à laquelle s'arrête la stratégie documentaire utilisée dans le cadre du rapport *Analyse sommaire d'initiatives favorables à l'amélioration de l'environnement alimentaire des restaurants* (Strecko et autres, 2009), rapport ayant servi à orienter la recherche documentaire. Néanmoins, une deuxième recherche d'articles scientifiques a été menée plus tard sans aucune restriction quant à la date de publication. En effet, pour la littérature grise, la date de publication n'était pas prise en considération.

### **3.4.2 Sondage auprès des restaurants indépendants du Québec**

La deuxième méthode de collecte de données concerne les questionnaires électroniques auto-administrés pour le sondage auprès de restaurants indépendants du Québec. Le logiciel LimeSurvey (version 1.87) a été utilisé pour la création et la mise en ligne des questionnaires autoadministrés. Les questionnaires étaient accessibles à partir d'une page Web sur le site Internet de l'INSPQ.<sup>11</sup>

Diverses raisons expliquent le recours à des questionnaires électroniques. Premièrement, ce type de questionnaire a permis d'éviter les frais liés à l'envoi d'un questionnaire postal ou à la réalisation d'entrevues téléphoniques étant donné le nombre important de restaurants sondés (un minimum de 150 questionnaires dûment remplis). Deuxièmement, certaines études menées par Léger Marketing montrent que le sondage par Internet obtient désormais de meilleurs taux de participation comparativement aux méthodes conventionnelles de sondage (Léger, 2010). Troisièmement, le fait que la base de données des restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010 comportait un nombre important d'adresses de courrier

---

<sup>11</sup> Les questionnaires se trouvent aux annexes 5 et 6.

électronique a fait pencher la balance pour un questionnaire électronique. Quatrièmement, l'envoi d'un rappel sous forme de courrier électronique à 1 200 restaurants membres de l'ARQ a également facilité ce choix.

Le taux de réponse visé pour ce type de sondage est de 50 % (Durand, 2009). Toutefois, pour répondre au sondage, le répondant doit être en mesure de lire le questionnaire et de disposer d'un accès à Internet. Ainsi, environ 78 % de la population québécoise est en mesure de répondre à un questionnaire électronique.

Selon Blais et Durand (2003), parmi les aspects les plus susceptibles d'accroître le taux de réponse, on observe l'envoi d'une lettre d'invitation qui présente l'étude et justifie son intérêt (ce qui a été fait pour l'ensemble des restaurants), l'appui d'une organisation reconnue (en l'occurrence, le MSSS et le MAPAQ auxquels s'ajoute l'ARQ<sup>12</sup>), un suivi serré incluant des rappels (ce qui a été fait environ trois à quatre semaines après l'envoi des lettres d'invitation) ainsi que la formulation des questions de sondage en fonction du niveau de langage de tous les jours des répondants (un prétest auprès de deux propriétaires de restaurant a été réalisé quelques jours avant le lancement du sondage).

Les restaurateurs ont été invités à remplir le questionnaire électronique une première fois par lettre d'invitation postale. L'envoi des lettres d'invitation a été effectué en trois vagues successives au cours des mois de juillet et août 2010, soit du 12 au 23 juillet pour les restaurants inscrits en 2009-2010, du 19 au 30 juillet pour les restaurants n'ayant jamais participé au programme et figurant sur les listes fournies par le MAPAQ et la Ville de Montréal ainsi que le 4 août pour les restaurants membres de l'ARQ n'ayant jamais participé au programme. Cette démarche a permis d'étaler dans le temps la préparation et l'envoi des lettres d'invitation par la poste, dont la tâche a été confiée à des agentes

---

<sup>12</sup>. Un message a été envoyé à tous les membres de l'ARQ afin d'inviter les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV à participer au sondage. Certains restaurants inscrits au programme en 2009-2010 ou ayant participé aux précédentes campagnes de promotion (de mars 2006 à mars 2009) ont été joints par la même occasion, car certains d'entre eux sont membres de l'ARQ. C'est pourquoi certains membres qui ne correspondaient pas à cette catégorie de restaurateurs ont communiqué avec les évaluateurs ou les responsables du programme au sein du MSSS afin de leur manifester leur intérêt à participer à l'étude. Ces restaurateurs ont donc été invités à remplir le questionnaire qui convenait à leur situation.

administratives du MSSS. En ce qui concerne les questionnaires électroniques destinés aux restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010, la lettre d'invitation était adressée directement à la personne-ressource dont le nom apparaissait sur la liste. Cette façon de faire s'est avérée impossible en ce qui concerne les restaurants n'ayant jamais participé au programme parce que le nom du propriétaire (de l'individu) était rarement disponible. C'est la raison pour laquelle la lettre d'invitation était plutôt adressée au nom du restaurant (raison sociale) dans leur cas.

Peu importe la date d'expédition de la lettre d'invitation, les gens disposaient de la période allant du 16 juillet au 7 septembre 2010 inclusivement pour répondre au questionnaire selon les informations transmises dans la lettre. Ainsi, 83 questionnaires électroniques ont été remplis par 51 répondants inscrits au programme et 32 répondants n'ayant jamais participé au programme.

Dans le but d'optimiser le taux de participation au sondage, un rappel a eu lieu par courrier électronique en ce qui concerne l'ensemble des restaurants dont l'adresse électronique était valide. Ce rappel a été effectué le 16 août 2010. En ce qui concerne les restaurants pour lesquels aucune adresse de courrier électronique n'était disponible, le rappel s'est fait par téléphone du 16 août au 10 septembre 2010 et a donné lieu à la réalisation d'entrevues téléphoniques jusqu'à ce que le minimum de participants par région soit atteint. Les répondants étaient invités à répondre par eux-mêmes au questionnaire dans les jours suivant le rappel téléphonique. Cependant, ils pouvaient convenir d'un rendez-vous avec l'évaluateur chargé de réaliser les entrevues dans la mesure où ils préféraient procéder de vive voix. Le rappel a permis d'augmenter de 88 le nombre total de répondants (64 répondants inscrits au programme et 24 répondants n'ayant jamais participé au programme).

Finalement, sur une possibilité de 633 répondants au départ, 171 questionnaires électroniques ont été remplis. Par conséquent, le taux de réponse est de 27 % pour les restaurants inscrits au programme ainsi que les restaurants n'ayant jamais participé au programme (tableau 2).

**Tableau 2**  
**Taille de l'échantillon et taux de réponse selon la région sociosanitaire**

Région sociosanitaire	Taille de l'échantillon selon la population cible		Taux de réponse selon la population cible (%)	
	Nombre de restaurants indépendants inscrits au programme dans la région	Nombre de restaurants indépendants n'ayant jamais participé au programme dans la région	1	2
	(1)	(2)		
01 - Bas-Saint-Laurent	26	6	42	17
02 - Saguenay–Lac-Saint-Jean	32	6	34	33
03 - Capitale-Nationale	73	15	21	47
04 - Mauricie et Centre-du-Québec	49	10	27	20
05 - Estrie	25	10	40	40
06 - Montréal	7	74	71	16
07 - Outaouais	6	8	33	25
08 - Abitibi-Témiscamingue	11	5	9	60
09 - Côte-Nord	2	4	100	25
10 - Nord-du-Québec	10	5	10	20
11 - Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	21	1	29	-
12 - Chaudière-Appalaches	16	7	25	29
13 - Laval	3	5	67	-
14 - Lanaudière	41	10	29	50
15 - Laurentides	15	15	27	26
16 - Montérégie	91	24	17	42
<b>TOTAL</b>	<b>428</b>	<b>205</b>	<b>27</b>	<b>27</b>

### 3.4 MÉTHODE D'ANALYSE

Le logiciel LimeSurvey (version 1.87) a permis la saisie automatique des données au fur et à mesure de la complétion des questionnaires de sondage qui étaient hébergés sur le site Internet de l'INSPQ. Par la suite, les données ont fait l'objet d'une analyse descriptive et comparative entre les deux groupes de restaurateurs indépendants. Cependant, il a été impossible d'effectuer des tests statistiques (khi carré et tests t) en raison de la suppression des données sur le serveur de l'INSPQ qui est survenue lors de l'installation d'un nouveau logiciel de sondage sur Internet, entraînant ainsi la disparition de l'ancien logiciel où se trouvaient les données concernées.

Des mesures ont été prises afin de préserver la confidentialité des résultats. En effet, les données ont été conservées dans des fichiers sécurisés par un mot de passe. Les données

relatives aux répondants et aux établissements n'étaient accessibles qu'aux évaluateurs. Toutes les informations permettant de retrouver les personnes ayant répondu à l'un des deux questionnaires ont été détruites à la fin du sondage. En résumé, aucun élément du rapport d'évaluation ne permet de rejoindre des répondants ou des personnes tierces, ni directement ni indirectement.

## **4. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS**

Dans un premier temps, les résultats font l'objet d'une analyse descriptive pour chaque groupe de restaurants indépendants ayant participé au sondage.<sup>13</sup> Dans un deuxième temps, une analyse comparative permet un regard simultané<sup>14</sup> sur certains des résultats issus des deux groupes de restaurants puisque ce ne sont pas tous les éléments de chaque questionnaire qui permettaient une telle comparaison.

### **4.1 RESTAURATEURS INSCRITS AU PROGRAMME FLV EN 2009-2010**

Des 474 restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010, 428 étaient admissibles au sondage, ce qui représente un taux d'admissibilité de 90 % (voir annexe 4). Parmi ces 428 restaurants, 115 ont répondu au sondage, soit un taux de participation de 27 %. Par ailleurs, 38 questionnaires ont été remplis partiellement. Ces questionnaires ne font pas partie de l'analyse des résultats.

Les 115 répondants se trouvaient dans 16 régions sociosanitaires (tableau 3). Les régions où le taux de participation a été le plus élevé concernaient des régions comptant peu de restaurants indépendants admissibles au sondage. Par conséquent, il a été facile dans ces régions de joindre une forte proportion de restaurants inscrits au programme en 2009-2010. En revanche, dans les régions comptant un plus grand nombre de restaurants participants, le

---

<sup>13</sup> La population cible comprend les restaurants indépendants inscrits au programme en 2009-2010 et les restaurants indépendants n'ayant jamais participé au programme.

<sup>14</sup> Il n'a pas été possible de réaliser des tests statistiques afin de valider les différences entre les deux groupes de restaurants indépendants en raison de la suppression des données entre le moment du sondage et la finalisation de ce mémoire.

taux de participation a été moins élevé, car la somme des efforts nécessaires afin de joindre un maximum de restaurants dans ces régions aurait été trop coûteuse en temps et en argent.

**Tableau 3**  
**Taux de participation au sondage parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Régions sociosanitaires	Restaurants par région sociosanitaire		Taux de participation
	n	%	
01 - Bas-Saint-Laurent	11	10	42
02 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	11	10	34
03 - Capitale-Nationale	15	13	21
04 - Mauricie et Centre-du-Québec	13	11	27
05 - Estrie	10	9	40
06 - Montréal	5	4	71
07 - Outaouais	2	2	33
08 - Abitibi-Témiscamingue	1	1	9
09 - Côte-Nord	2	2	100
10 - Nord-du-Québec	1	1	10
11 - Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	6	5	29
12 - Chaudière-Appalaches	4	4	25
13 - Laval	2	2	67
14 - Lanaudière	12	10	29
15 - Laurentides	4	4	27
16 - Montérégie	16	14	17
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100</b>	<b>27</b>

Par conséquent, les données issues du sondage auprès des restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010 concernent un nombre restreint de répondants. Les résultats observés ne sont pas forcément représentatifs de l'ensemble des restaurateurs appartenant à ce groupe et les interprétations qui en ont découlé doivent être considérées avec une certaine réserve.

#### 4.1.1 Profil des répondants et des restaurants

Le tableau 4 montre que la majorité des répondants concernaient des femmes (54%) et des propriétaires (65%). Près des trois quarts des répondants étaient âgés de 35 à 54 ans (68 %), et la majorité d'entre eux possédait un diplôme d'études secondaires ou un diplôme d'études postsecondaires (98 %).

**Tableau 4**  
**Profil des restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Sexe</b>	Homme	53	46
	Femme	62	54
<b>Fonction</b>	Propriétaire	74	65
	Gérant d'établissement	18	16
	Chef cuisinier	16	14
	Cuisinier	0	0
	Autres*	7	6
<b>Catégorie d'âge</b>	18 à 24 ans	1	1
	25 à 34 ans	13	11
	35 à 44 ans	38	33
	45 à 54 ans	40	35
	55 à 64 ans	23	20
	65 ans et plus	0	0
<b>Diplôme obtenu</b>	Aucun diplôme	2	2
	Diplôme d'études secondaires	22	19
	Diplôme d'une école de métier	31	27
	Diplôme d'études collégiales	28	24
	Grade universitaire	28	24
	Autres**	4	4
<b>Total</b>		115	100

\* Secrétaire comptable, propriétaire et chef cuisinier, comptable, adjointe, serveuse, directeur général.

\*\* Baccalauréat non terminé, diplôme d'études professionnelles, Institut du tourisme et d'hôtellerie du Québec, brevet de technicien hôtelier.

Par ailleurs, le tableau 5 montre que plus de la moitié des restaurants étaient en exploitation depuis 11 ans et plus (54 %). De plus, tous les restaurants offraient différents types de repas (62 % offrent le petit déjeuner, 75 % le déjeuner, 88 % le dîner et 20 % d'autres types de repas).

**Tableau 5**  
**Profil des restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Nombre d'années d'exploitation</b>	Moins de 1 an	0	0
	1 à 5 ans	32	28
	6 à 10 ans	21	18
	11 ans et plus	62	54
<b>Type de repas offerts*</b>	Petit déjeuner	71	62
	Déjeuner	86	75
	Dîner	101	88
	Autres**	23	20
<b>Total</b>		115	100

\* Les répondants avaient la possibilité de cocher plus d'une case à cette question.

\*\* Restauration rapide, traiteur, buffet froid, santé, distributrice, service de traiteur et cafétéria, banquet, buffet chaud et froid, brunch du dimanche, dîner et brunch, dîner et repas gastronomique.

Ces résultats montrent qu'il s'agit en général d'établissements bien établis localement en raison du nombre d'années d'exploitation. De plus, les restaurants en question sont davantage ouverts le midi et le soir, où l'on offre généralement des repas plus complets, quoique plusieurs établissements offrent également le petit déjeuner.

#### 4.1.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant

Le tableau 6 montre que la majorité des répondants (96 %) disaient connaître le *Guide alimentaire canadien*, alors que 64 % disaient avoir suivi les recommandations du guide afin de concevoir leur menu avant de participer au programme. La majorité des répondants (96 %) offraient des plats qui mettaient en valeur plus d'un fruit ou d'un légume, et ce, avant même leur inscription au programme. Parmi les répondants, seulement 10 % avaient fait appel à un nutritionniste afin de concevoir leur menu. Par ailleurs, il importait à tous les répondants (sauf à un « qui ne sait pas ») d'offrir des aliments sains, en particulier des fruits et légumes, dans leurs plats.

**Tableau 6**  
Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010

Questions	Catégories de réponses	n	%
Connaissance du <i>Guide alimentaire canadien</i>	Oui	110	96
	Non	5	4
Importance d'offrir des aliments sains parmi les plats, notamment des fruits et légumes	Oui	114	99
	Non	0	0
	Ne sais pas	1	1
Suivi des recommandations du <i>Guide alimentaire canadien</i> pour l'élaboration du menu (avant la participation au programme)	Oui	74	64
	Non	30	26
	Ne sais pas	11	10
Offre de plats mettant en valeur plus d'un fruit ou légume (avant la participation au programme)	Oui	110	96
	Non	5	4
Recours à un nutritionniste pour l'élaboration du menu (avant la participation au programme)	Oui	11	10
	Non	104	90
<b>Total</b>		115	100

Ces résultats montrent que les répondants sont tout à fait conscients de l'importance de la saine alimentation au restaurant, mais que, dans les faits, il semble plus difficile pour eux



d'appliquer tous les principes mis de l'avant par le *Guide alimentaire canadien* dans leurs plats. De plus, les répondants font rarement valider leur menu par un nutritionniste.

Plus particulièrement, les principaux aspects que les répondants considéraient au moment d'élaborer leur menu étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- présentation des aliments dans les assiettes (79 %);
- aspect nutritif et santé des plats (72 %);
- demandes exprimées par la clientèle (71 %);
- disponibilité des aliments (70 %);
- prix des aliments (64 %);
- sécurité alimentaire<sup>15</sup> (50 %);
- prix de vente des plats (48 %);
- temps de préparation ou de cuisson des aliments (45 %);
- augmentation des ventes (43 %);
- marge de profits (43 %);
- responsabilité envers la clientèle (40 %);
- taille des portions (39 %);
- durée de vie des aliments (38 %);
- autres (4 %).

Cette étude montre que l'aspect visuel des assiettes constitue une dimension importante avec laquelle doivent composer les restaurateurs au moment de choisir les produits qu'ils achètent.

#### **4.1.3 Participation au programme**

Les différents moyens par lesquels les répondants avaient pris connaissance de l'existence du programme FLV étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

---

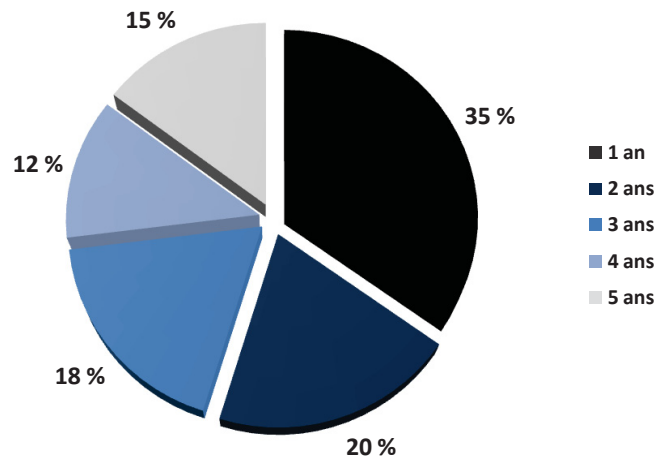
<sup>15</sup> La sécurité alimentaire concerne l'hygiène et la salubrité.

- un représentant de la direction de santé publique de leur région (39 %);
- les médias (22 %);
- un représentant de la direction régionale du MAPAQ (21 %);
- par eux-mêmes (10 %);
- Internet (6 %);
- un collègue (2 %);
- un client (1 %);
- autres (9 %).

Ces résultats corroborent les données selon lesquelles plusieurs directions de santé publique (DSP) ont sollicité les restaurants de leur région par la poste. Cependant, le fait que certains répondants aient pris connaissance du programme par un moyen autre qu'un représentant du programme (DSP ou DRMAPAQ) montre que l'information relative au programme circule par des voies de communication ne relevant pas directement des ministères responsables du programme, notamment les hebdomadaires régionaux. Enfin, les résultats indiquent que les répondants sont plus ou moins bien informés au sujet du programme, car ils n'ont pas tous consulté le site Internet ou la documentation offerte en 2009-2010.

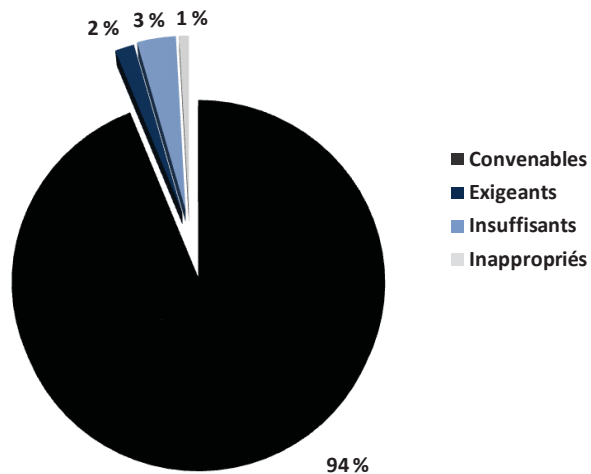
Par ailleurs, 65 % des répondants participaient au programme depuis plus d'un an (figure 2), c'est-à-dire depuis le temps où FLV ne constituait qu'une campagne de promotion se déroulant au mois de mars de chaque année (de 2006 à 2009).

**Figure 2**  
**Nombre d'années de participation à FLV chez les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010**



Selon 94 % des répondants, les critères de participation au programme étaient convenables (figure 3).

**Figure 3**  
**Appréciation des critères de participation par les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010**



À la suite de leur inscription au programme, plusieurs répondants avaient reçu un appel ou la visite d'un représentant de la direction de santé publique ou d'un centre de santé et de services sociaux de leur région (43 %) comme le montre le tableau 7. Par ailleurs, la majorité d'entre eux avaient pris le temps de consulter les différents documents concernant le programme qui leur avait été remis lors de leur inscription (83 %) ou le site Web du programme (57 %).

**Tableau 7**  
**Participation au programme parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Appel ou visite d'un représentant du programme (après l'inscription au programme)	Oui	49	43
	Non	60	52
	Ne sais pas	6	5
Consultation du site Internet du programme (après l'inscription au programme)	Oui	65	57
	Non	50	43
Consultation de la documentation relative au programme (après l'inscription au programme)	Oui	95	83
	Non	20	17
Nombre d'années de participation au programme (lors du sondage)	1 an	40	35
	2 ans	23	20
	3 ans	21	18
	4 ans	14	12
	5 ans	17	15
Appréciation des critères de participation au programme	Convenables	108	94
	Exigeants	2	2
	Insuffisants	4	3
	Inappropriés	1	1
<b>Total</b>		115	100

Entre les mois de septembre 2009 et août 2010, les répondants avaient participé aux activités suivantes (réponses multiples), par ordre d'importance :

- la campagne de promotion en mars 2010 (58 %);
- l'atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus (11 %);
- la journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes (10 %);
- l'évaluation des critères de participation par un représentant du programme de leur région (7 %);
- autres (24 %).

Cependant, plusieurs répondants avaient mentionné ne pas avoir participé aux activités du programme en raison du fait qu'ils n'étaient pas au courant de la campagne de promotion (19 répondants) ou par manque de temps (1 répondant).

Ces résultats montrent qu'un restaurateur qui participe au programme depuis plus d'une année ne participe pas nécessairement à la campagne de promotion du mois de mars auprès de la clientèle, qui est pourtant la principale activité de promotion du programme au sein des restaurants participants. Malheureusement, les résultats du sondage ne permettent pas d'expliquer les raisons de cette non-participation.

Selon les répondants, les aspects qui avaient le plus favorisé leur participation au programme étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- matériel promotionnel offert : autocollants, électrostatiques, napperons (57 %);
- publicité générée par le programme (51 %);
- intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme (50 %);
- documentation offerte : dépliant, guide du restaurateur, signet aide-mémoire à l'intention des serveurs (40 %);
- intérêt de la clientèle envers le programme (33 %);
- choix des critères de participation adéquats (22 %);
- procédure d'inscription au programme adéquate (16 %);
- durée annuelle du programme (15 %);
- activités se tenant dans le cadre du programme : atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus, journée de réseautage, campagne de promotion en mars 2010 (11 %);
- soutien de la part des représentants du programme (11 %);
- site Internet du programme convivial et informatif (9 %);
- augmentation potentielle des revenus découlant du changement de l'offre alimentaire (5 %);

- évaluation des critères de participation par un représentant du programme de leur région (2 %);
- autres (6 %).

Ces résultats montrent l'importance que les répondants accordent au matériel promotionnel ou à la publicité lorsqu'ils ont à choisir de participer au programme ou non. Ces deux derniers aspects viennent avant leur intérêt personnel envers le programme et le choix des critères de participation.

En revanche, les aspects qui avaient pu faire davantage obstacle à leur participation au programme étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- manque d'intérêt de la clientèle envers le programme (26 %);
- manque de temps afin de prendre connaissance du programme (20 %);
- absence ou quasi-absence de publicité générée par le programme (19 %);
- absence ou quasi-absence d'activités se tenant dans le cadre du programme (17 %);
- critères de participation difficiles à respecter tout au long de l'année (10 %);
- manque de matériel promotionnel (9 %);
- manque de formation du personnel concernant le programme (7 %);
- manque de soutien de la part des représentants du programme (5 %);
- documentation inadéquate (4 %);
- craintes à l'égard de l'évaluation des critères de participation au programme par un représentant du programme de leur région (3 %);
- manque d'intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme (3 %);
- perte de revenus potentielle découlant du changement de l'offre alimentaire (2 %);
- site Internet du programme peu convivial et peu informatif (1 %);
- autres (25 %).

Bien que 21 répondants disent n'avoir rencontré aucun obstacle, certains mentionnent le coût élevé des fruits et légumes québécois, la période de l'année choisie (en mars) pour la

tenue de l'Événement FLV, où la variété de légumes sur le marché au Québec est faible, et le peu de visibilité des restaurants participants dans les endroits publics. Finalement, la procédure d'inscription au programme ne fait pas obstacle à la participation au programme selon les répondants.

En résultante, la connaissance et la promotion du programme constituent des aspects importants pouvant nuire à la participation au programme tant des restaurateurs que de la population en général s'ils ne sont pas gérés adéquatement.

#### **4.1.4 Promotion et adhésion au programme**

Depuis leur adhésion au programme, 66 % des répondants mentionnaient avoir conçu des plats à base de fruits ou de légumes ou modifié des plats existants afin qu'ils contiennent davantage de fruits ou de légumes, 11 % ont fait valider ces changements par un nutritionniste et 13 % ont modifié à la hausse les prix des plats comme le montre le tableau 8 à la page suivante.

Les plats incluant davantage de fruits et de légumes (tableau 8) étaient indiqués de façon particulière dans le menu ou ailleurs dans le restaurant en tout temps (25 %) ou durant certaines périodes de l'année seulement (14 %). Toutefois, 61 % des répondants n'indiquaient pas de façon particulière les plats incluant davantage de fruits et de légumes dans le menu ou ailleurs dans le restaurant.

Moins de la moitié des répondants (48 %) faisaient la promotion en tout temps des plats contenant davantage de fruits ou de légumes auprès de leur clientèle, alors que 21 % le faisaient durant certaines périodes de l'année seulement (tableau 8). En revanche, 18 % ne faisaient jamais la promotion des plats contenant davantage de fruits ou de légumes auprès de leur clientèle.

La majorité des répondants (83 %) accommodaient sans frais leur clientèle qui souhaitait remplacer les frites ou un autre aliment par une salade ou d'autres légumes (tableau 8), 10 % le faisaient avec un supplément et 7 % ne le faisaient jamais.

**Tableau 8**  
**Promotion des fruits et légumes parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Conception de nouveaux plats contenant plus de fruits et légumes (après l'inscription au programme)</b>	Oui, en tout temps	76	66
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	24	21
	Non, jamais	15	13
<b>Validation des changements auprès d'une nutritionniste (après l'inscription au programme)</b>	Oui	13	11
	Non, je ne suis pas intéressé	55	48
	Non, mais je souhaiterais en avoir l'opportunité	24	21
	Ne s'applique pas	23	20
<b>Modification du prix des plats contenant plus de fruits et légumes (après l'inscription au programme)</b>	Oui, nous avons augmenté le prix	15	13
	Oui, nous avons diminué le prix	1	1
	Non, les prix sont restés les mêmes	81	70
	Ne s'applique pas	18	16
<b>Promotion des plats contenant plus de fruits et légumes auprès de la clientèle (après l'inscription au programme)</b>	Oui, en tout temps	55	48
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	24	21
	Non, jamais	20	17
	Ne s'applique pas	16	14
<b>Remplacement des frites ou un autre aliment par une salade ou des légumes (après l'inscription au programme)</b>	Oui, sans frais	95	83
	Oui, avec un supplément	11	9
	Non, jamais	9	8
<b>Identification des plats contenant plus de fruits et légumes dans le menu ou ailleurs dans le restaurant (après l'inscription au programme)</b>	Oui, en tout temps	29	25
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	16	14
	Non, jamais	70	61
<b>Total</b>		115	100

Ces résultats montrent que les répondants ne font pas forcément de lien entre le fait d'avoir une offre alimentaire plus saine au restaurant et le fait de promouvoir la saine alimentation auprès de la clientèle dans le cadre de leur participation au programme.

Selon les répondants, les types de promotion qui seraient utiles afin d'encourager la population à fréquenter davantage les restaurants participant au programme étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :



- publicité dans les médias locaux faisant la promotion des restaurants participant au programme auprès de la clientèle (68 %);
- publicité dans les médias faisant la promotion du programme auprès de la population en général (50 %);
- site Internet fournissant les adresses des restaurants participants (48 %);
- concours pour la clientèle fréquentant les restaurants participant au programme (47 %);
- repères visuels, logos ou autres placés sur la devanture du restaurant et permettant à la clientèle de repérer facilement les restaurants participant au programme (41 %);
- coupons de réduction échangeables dans les restaurants participant au programme (36 %);
- concours avec remise de prix pour les restaurants participant au programme (32 %);
- autres (4 %).

D'après ces résultats, il semble que la publicité représente un enjeu important pour les répondants et, par conséquent, une façon de promouvoir adéquatement le programme.

#### **4.1.5 Satisfaction à l'égard du programme**

Selon les répondants, les aspects du programme qui semblaient les moins pertinents étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- signet aide-mémoire à l'intention des serveurs (41 %);
- électrostatiques (30 %);
- atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus (22 %);
- évaluation des critères de participation par un représentant du programme de leur région (16 %);
- autocollants et brochure (guide du restaurateur) (15 %);
- journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes (14 %);

- sollicitation auprès des restaurateurs (9 %);
- publicité dans les médias (5 %);
- campagne de promotion en mars 2010 (3 %);
- autres (14 %).

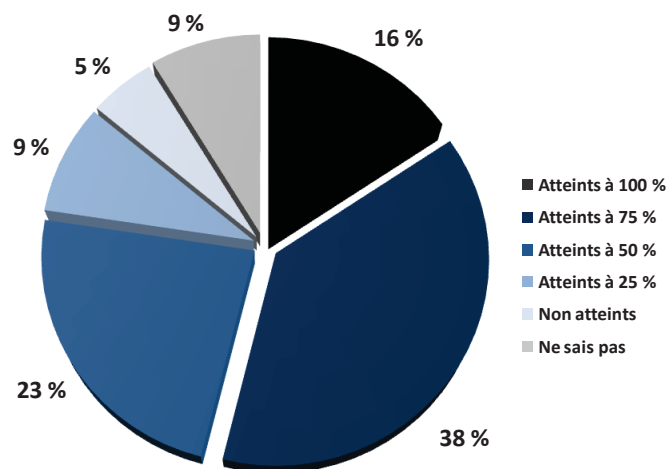
À l'opposé, les aspects du programme les plus pertinents selon les répondants étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- publicité dans les médias (69 %);
- campagne de promotion en mars 2010 (59 %);
- autocollants et brochure (guide du restaurateur) (37 %);
- journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes (31 %);
- électrostatiques (28 %);
- sollicitation auprès des restaurateurs (23 %);
- atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus (21 %);
- évaluation des critères de participation par un représentant du programme de leur région (14 %);
- signet aide-mémoire à l'intention des serveurs (11 %);
- autres (3 %).

Ces résultats montrent la nécessité de revoir la pertinence de certains outils du programme.

Dans l'ensemble, plus de la moitié des répondants (54 %) mentionnaient que le programme a répondu à 75 % ou plus de leurs besoins ou attentes en 2009-2010 (figure 4).

**Figure 4**  
**Niveau de satisfaction à l'égard du programme parmi les restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010**



La majorité des répondants (81 %) avaient l'intention de se réinscrire au programme lors de la deuxième édition qui s'est déroulée du 1<sup>er</sup> septembre 2010 au 31 août 2011 (tableau 9).

**Tableau 9**  
**Satisfaction envers le programme parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Proportion selon laquelle le programme répond aux besoins ou attentes des restaurateurs</b>	Atteints à 100 %	18	16
	Atteints à 75 %	44	38
	Atteints à 50 %	27	23
	Atteints à 25 %	10	9
	Non atteints	6	5
	Ne sais pas	10	9
<b>Intention des restaurateurs de se réinscrire au programme l'année suivante</b>	Oui	93	81
	Non	4	3
	Ne sais pas	18	16
<b>Total</b>		115	100

Bien que le programme parvienne à générer un fort taux de satisfaction chez les restaurateurs inscrits, il est loin de faire l'unanimité parmi ceux-ci, une partie ne souhaitant plus y participer. En ce sens, les responsables du programme ont tout intérêt à rester constamment à l'écoute des restaurateurs inscrits au programme afin de s'assurer de leur engagement, année après année.

Finalement, 61 % des répondants avaient formulé des commentaires libres à propos de certains changements à apporter au programme FLV afin que celui-ci satisfasse davantage leurs besoins ou attentes. Les commentaires libres émis par ces répondants s'inscrivent dans les trois catégories suivantes : promotion de la saine alimentation, promotion du programme, besoins et attentes des restaurateurs.

- *Promotion de la saine alimentation*

Les répondants soulignaient l'importance de sensibiliser la population à la saine alimentation, notamment la consommation quotidienne de fruits et légumes.

- *Promotion du programme*

Les répondants désiraient davantage de publicité durant toute l'année et mieux adaptée aux différents types de restaurants. Ils désiraient également plus de visibilité pour le programme auprès de la population, ainsi qu'une meilleure identification et reconnaissance pour les restaurants participants. Les répondants proposaient par ailleurs de sonder la clientèle afin de connaître son appréciation du programme par l'entremise de concours par exemple.

- *Besoins et attentes du restaurateur*

Les répondants ont exprimés différents besoins concernant les activités et le matériel promotionnel. Ils souhaitaient entre autres la création d'un calendrier des activités promotionnelles, davantage d'ateliers et d'information, d'activités et de concours se déroulant toute l'année, de trucs et conseils concernant l'entreposage, la préparation et la cuisson des fruits et légumes, ainsi que d'idées de recettes et de présentation pour les plats. Par ailleurs, les répondants désiraient des rabais additionnels, de meilleurs prix et davantage de choix chez les fournisseurs pour les petits restaurateurs ou les traiteurs. Certains requéraient plus d'information sur les façons de cuisiner les fruits et légumes à moindres coûts de même qu'un meilleur soutien de la nutritionniste ou du représentant de la DSP. D'autres souhaitaient des formes de reconnaissance ou de récompenses pour les restaurateurs qui se démarquaient envers le programme. Finalement, certains répondants

souhaitaient que le programme soit davantage axé sur la promotion des produits locaux et sur l'offre de repas sains, intéressants et savoureux.

#### 4.1.6 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes

Le tableau 10 montre que parmi les répondants, 48 % avaient établi des contacts avec des producteurs, des transformateurs ou des distributeurs de leur région afin d'avoir accès à des fruits ou des légumes (43 % par eux-mêmes et 5 % lors de la journée de réseautage). Par ailleurs, 74 % des répondants mentionnaient être en mesure de s'approvisionner en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) dans leur région durant toute l'année, mais pour 16 % d'entre eux, cela nécessitait de nombreux efforts.

**Tableau 10**  
**Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Établissement de contacts avec des producteurs, transformateurs ou distributeurs de la région	Oui, lors de la journée de réseautage	6	5
	Oui, par moi-même	49	43
	Oui, lors d'une autre activité	0	0
	Non	60	52
Approvisionnement en fruits et légumes dans la région durant toute l'année	Oui, sans efforts	67	58
	Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires	18	16
	Non	30	26
<b>Total</b>		115	100

De plus, 49 % des répondants avaient émis des commentaires à propos du réseautage et de l'approvisionnement en fruits et légumes. Voici un aperçu de ces commentaires :

- « À cause de l'éloignement des grands centres, les producteurs d'ici vendent leurs produits le double ou le triple que l'on paie avec un fournisseur de l'extérieur de la région. »
- « Plus de disponibilité des producteurs et facilité d'approvisionnement afin de combler le manque de temps dont nous disposons pour faire les achats. »
- « J'achète l'année durant toujours les mêmes produits et il m'est difficile de trouver certains produits au Québec à un prix stable. »

Voici maintenant les suggestions proposées par les répondants afin que l’approvisionnement en fruits et légumes soit facilité durant toute l’année :

- « Encourager nos producteurs locaux – leur permettre de faire connaître leurs produits (marché public dans tous les arrondissements). »
- « Les fournisseurs devraient diminuer les frais de transport ou les montants minimums d’achat dès que l’on est en région et que l’on a un petit volume, certains fournisseurs n’ont pas de camion réfrigéré pour le transport de légumes frais. »
- « Désire acheter local, mais les producteurs des régions ne sont pas regroupés – manque de volume – pas le temps de faire le tour de tous les producteurs de la région. »
- « Les distributeurs locaux vendent très très cher. »
- « Ne peut s’approvisionner en fruits et légumes de la région à longueur d’année, compense alors par des produits de l’extérieur. »
- « C’est dommage en saison d’abondance de fruits et légumes régionaux sont dispendieux au marché public on nous dit que les produits sont plus frais que dans les supermarchés, combien coûte la fraîcheur je suis convaincu d’encourager les produits locaux, mais je sais que dans mon entourage bien des gens ont délaissé le marché public à cause des prix. »
- « Qualité des produits au moment de l’emballage ou de la livraison (chez les producteurs ou les distributeurs). Il lui faut contrôler chaque produit acheté. Le répondant se demande si la situation est intentionnelle de la part des producteurs/distributeurs ou si cela est dû au manque d’expérience des jeunes employés qui travaillent généralement à l’emballage ou à la livraison (ne savent pas reconnaître un produit de qualité d’un produit qui ne l’est pas). »

Ces résultats montrent que les répondants font généralement preuve d’initiative pour établir des contacts directs avec des producteurs de fruits et légumes, car très peu d’entre eux ont eu la possibilité de participer à la journée de réseautage avec des producteurs, des transformateurs et des distributeurs dans le cadre de l’édition 2009-2010 du programme.

Par ailleurs, la plupart des répondants s’approvisionnent en fruits et légumes auprès de fournisseurs connus ou d’un seul fournisseur.

#### 4.1.7 Attitudes à l’égard d’une offre alimentaire plus saine au restaurant

Comme le montre le tableau 11, les répondants étaient plus enclins (avait déjà fait ou y pensait dans un avenir rapproché) à réduire la quantité de sel ou d’aliments riches en sodium (69 %), à éliminer les gras trans ou les aliments contenant des gras trans (67 %) ou encore à réduire la quantité de sucre (52 %) qu’à réduire la taille des portions (27 %). Par ailleurs, 83 % des répondants considéraient que les restaurateurs du Québec avaient un rôle à jouer dans la promotion d’une saine alimentation auprès de la population au moment du sondage.

**Tableau 11**  
**Attitudes à l’égard d’une offre alimentaire plus saine au restaurant parmi les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Réduction de la taille des portions	Oui, c’est déjà fait	19	17
	Oui, j’y pense	12	10
	Non	76	66
	Ne sais pas	8	7
Élimination des gras trans ou des aliments contenant des gras trans	Oui, c’est déjà fait	46	40
	Oui, j’y pense	31	27
	Non	20	17
	Ne sais pas	18	16
Réduction de la quantité de sucre	Oui, c’est déjà fait	39	34
	Oui, j’y pense	21	18
	Non	43	37
	Ne sais pas	12	10
Réduction du sel ou des aliments riches en sodium	Oui, c’est déjà fait	49	42
	Oui, j’y pense	31	27
	Non	25	22
	Ne sais pas	10	9
Restaurateurs ont un rôle à jouer dans la promotion d’une saine alimentation auprès de la population	Oui	96	83
	Non	5	4
	Ne sais pas	14	12
<b>Total</b>		115	100

Ces résultats sont cohérents avec le fait que les répondants se disent pour la plupart visés par la promotion d’une saine alimentation auprès de la population. On présume que la plus grande ouverture des restaurateurs à l’égard de l’élimination des gras trans et de la

réduction de la quantité de sel découle du fait qu'on parle plus en général de ces deux problèmes de santé publique dans les médias comparativement aux deux autres.

#### 4.2 RESTAURATEURS N'AYANT JAMAIS PARTICIPÉ AU PROGRAMME FLV

Des 215 restaurants sollicités par envoi postal ou électronique, 205 se sont avérés admissibles au sondage, soit un taux d'admissibilité de 95 % (voir annexe 4). Parmi ces 205 restaurants, 56 ont répondu au sondage, soit un taux de participation de 27 %. Par ailleurs, 9 questionnaires ont été remplis partiellement. Ces questionnaires ne font pas partie de l'analyse des résultats.

Le tableau 12 montre que les 56 répondants proviennent de 14 régions sociosanitaires. Les régions de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et de Laval n'étaient pas représentées. Quant à la région de Montréal, elle affichait un faible taux de participation.

**Tableau 12**  
**Taux de participation au sondage parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Régions sociosanitaires	Restaurants par région sociosanitaire		Taux de participation
	n	%	
01 - Bas-Saint-Laurent	1	2	17
02 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	2	4	33
03 - Capitale-Nationale	7	13	47
04 - Mauricie et Centre-du-Québec	2	4	20
05 - Estrie	4	7	40
06 - Montréal	12	21	16
07 - Outaouais	2	4	25
08 - Abitibi-Témiscamingue	3	5	60
09 - Côte-Nord	1	2	25
10 - Nord-du-Québec	1	2	20
11 - Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	0	0	-
12 - Chaudière-Appalaches	2	4	29
13 - Laval	0	0	-
14 - Lanaudière	5	9	50
15 - Laurentides	4	7	26
16 - Montérégie	10	18	42
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100</b>	<b>27</b>

Les données issues du sondage auprès des restaurateurs n'ayant jamais participé au programme concernent un nombre peu élevé de répondants. Il est ainsi difficile d'affirmer que les résultats observés sont représentatifs de l'ensemble des restaurateurs appartenant à



ce groupe. Par conséquent, les interprétations qui en découlent doivent être considérées avec beaucoup de réserve.

#### 4.2.1 Profil des répondants et des restaurants

Le tableau 13 montre que les répondants étaient majoritairement des hommes (52%) et propriétaires pour la plupart (75 %). Les autres étaient soit gérants d'établissement (11 %), chefs cuisiniers (5 %) ou appartenaient à la catégorie « autres », c'est-à-dire propriétaire et chef cuisinier à la fois, administrateur, directeur, employé chargé de la recherche et développement (7 %). Plus de la moitié des répondants étaient âgés de 35 à 54 ans (58 %), et la majorité d'entre eux détenaient un diplôme d'études secondaires ou plus (97 %).

**Tableau 13**  
**Profil des restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Caractéristiques	n	%
<b>Sexe</b>	Homme	29	52
	Femme	27	48
<b>Fonction</b>	Propriétaire	42	75
	Gérant d'établissement	6	11
	Chef cuisinier	3	5
	Cuisinier	0	0
	Autres*	4	7
<b>Catégorie d'âge</b>	18 à 24 ans	0	0
	25 à 34 ans	11	20
	35 à 44 ans	16	29
	45 à 54 ans	16	29
	55 à 64 ans	12	21
	65 ans et plus	1	2
<b>Diplôme obtenu</b>	Aucun diplôme	2	4
	Diplôme d'études secondaires	13	23
	Diplôme d'une école de métier	11	20
	Diplôme d'études collégiales	15	27
	Grade universitaire	14	25
	Autres**	1	2
<b>Total</b>		56	100

\* Directeur, employé chargé de la recherche et développement, propriétaire et chef cuisinier, administrateur.

\*\* Diplôme d'un collège privé en service de la circulation aérienne.

Par ailleurs, le tableau 14 montre que plus de la moitié des restaurants étaient en exploitation depuis au moins 11 ans (52 %) et les répondants offraient différents types de repas (45 % offrent le petit déjeuner, 66 % le déjeuner, 86 % le dîner et 41 % d'autres types de repas). Plus de la moitié des répondants mentionnaient exploiter un restaurant

indépendant (59 %). Ainsi, la plupart des établissements était bien établi localement en raison du nombre d'années d'exploitation.

**Tableau 14**  
**Profil des restaurants n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Caractéristiques	n	%
<b>Nombre d'années d'exploitation</b>	Moins de 1 an	4	7
	1 à 5 ans	12	21
	6 à 10 ans	11	20
	11 ans et plus	29	52
<b>Type de repas offerts*</b>	Petit déjeuner	25	45
	Déjeuner	37	66
	Dîner	48	86
	Autres**	23	41
<b>Type de restaurant</b>	Bistro, pub ou café	2	4
	Chaîne de restaurants	8	14
	Restaurant indépendant	34	59
	Restaurant-minute	1	2
	Autres***	11	21
<b>Total</b>		56	100

\* Les répondants avaient la possibilité de cocher plus d'une case à cette question.

\*\* Banquet, réceptions, souper seulement, dîner à l'occasion, traiteur, collation, souper table d'hôte, lunch le soir, brunch du dimanche midi, soupers et groupes, 5 à 7.

\*\*\* Restaurant d'hôtel, traiteur, cafétéria scolaire, casse-croûte, auberge, buffet chinois, brasserie, gîte du passant, cantine.

#### **4.2.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant**

La majorité des répondants (95 %) disaient connaître le GAC, mais 41 % rapportaient avoir suivi les recommandations du GAC pour concevoir leur menu, et 13 % avaient fait appel à un nutritionniste pour la conception de leur menu comme le montre le tableau 15 à la page suivante. Par ailleurs, la majorité des répondants (91 %) offraient des plats qui mettaient en valeur plus d'un fruit ou d'un légume, et 97 % des répondants rapportaient qu'il était important pour eux d'offrir des aliments sains, en particulier des fruits et des légumes, dans leurs plats.

**Tableau 15**  
**Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Connaissance du <i>Guide alimentaire canadien</i>	Oui	53	95
	Non	3	5
Importance d'offrir des aliments sains parmi les plats, en particulier des fruits et légumes	Oui	53	95
	Non	2	3
	Ne sais pas	1	2
Suivi des recommandations du <i>Guide alimentaire canadien</i> dans l'élaboration du menu	Oui	23	41
	Non	23	41
	Ne sais pas	10	18
Offre de plats mettant en valeur plus d'un fruit ou légume	Oui	51	91
	Non	5	9
Recours à une nutritionniste pour l'élaboration du menu	Oui	7	12
	Non	49	88
<b>Total</b>		56	100

Les répondants n'ayant jamais participé au programme étaient également au fait de l'importance de la saine alimentation au restaurant, mais il semblait difficile pour eux d'appliquer tous les principes mis de l'avant par le GAC dans les plats qu'ils offraient. De plus, ces répondants ne semblaient pas faire valider leur menu par un nutritionniste.

Les principaux aspects que les répondants considéraient au moment d'élaborer leur menu étaient les suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- demandes exprimées par la clientèle (64 %);
- présentation des aliments dans les assiettes (59 %);
- disponibilité des aliments (55 %);
- aspect nutritif et santé des plats (54 %);
- sécurité alimentaire<sup>16</sup> (54 %);
- responsabilité envers la clientèle (46 %);
- prix des aliments (45 %);
- augmentation des ventes (41 %);
- temps de préparation ou de cuisson des aliments (38 %);
- marge de profits (38 %);
- taille des portions (36 %);

<sup>16</sup> La sécurité alimentaire concerne l'hygiène et la salubrité.

- durée de vie des aliments (34 %);
- prix de vente des plats (30 %);
- autres (9 %).

Le fait que les répondants n'ayant jamais participé au programme considèrent la présentation des aliments dans les assiettes comme l'un des éléments les plus importants correspond à un des résultats observés d'une étude du MAPAQ (Pageau, 2003). Cette étude montre que l'aspect visuel des assiettes constitue une dimension importante avec laquelle doivent composer les restaurateurs au moment de choisir les produits qu'ils achètent dont les fruits et légumes.

#### **4.2.3 Promotion de la saine alimentation**

Le tableau 16 à la page suivante montre que la fréquence à laquelle les répondants faisaient la promotion des plats contenant davantage de fruits ou de légumes auprès de leur clientèle variait considérablement. En effet, certains indiquaient le faire en tout temps (41 %), d'autres le faisaient durant certaines périodes de l'année seulement (21 %) et d'autres ne le faisaient jamais (38 %).

Par ailleurs, la majorité des répondants (93 %) accommodaient leur clientèle qui souhaitait remplacer les frites ou un autre aliment par une salade ou d'autres légumes (tableau 16). De ces répondants, certains le faisaient sans frais (82 %), alors que d'autres le faisaient avec un supplément (11 %). Quelques répondants affirmaient ne jamais accommoder un client qui faisait une telle demande (7 %).

De plus, les plats qui offraient davantage de fruits et de légumes (tableau 16) étaient indiqués de façon particulière dans le menu ou ailleurs dans le restaurant en tout temps (29 %) ou durant certaines périodes de l'année seulement (14 %). Plus de la moitié des répondants (57 %) n'indiquaient jamais ces plats dans le menu ou ailleurs dans le restaurant.

**Tableau 16**  
**Promotion des fruits et légumes parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Promotion des plats contenant davantage de fruits et légumes auprès de la clientèle</b>	Oui, en tout temps	23	41
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	12	21
	Non, jamais	21	38
<b>Remplacement des frites ou d'un autre aliment par une salade ou des légumes</b>	Oui, sans frais	46	82
	Oui, avec un supplément	6	11
	Non, jamais	4	7
<b>Identification des plats contenant plus de fruits et légumes dans le menu ou ailleurs dans le restaurant</b>	Oui, en tout temps	16	29
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	8	14
	Non, jamais	32	57
<b>Total</b>		56	100

Les répondants n'ayant jamais participé au programme ne semblent pas faire de lien direct entre une offre alimentaire plus saine au restaurant et la promotion de la saine alimentation auprès de la clientèle.

#### **4.2.4 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes**

Des répondants, 61 % avaient établi des contacts avec des producteurs, des transformateurs ou des distributeurs de leur région afin d'avoir accès à des fruits ou des légumes comme le montre le tableau 17. Parmi ces répondants, 52 % l'avaient fait sans difficulté, alors que 9 % l'avaient fait en éprouvant certaines difficultés. Par ailleurs, 71 % des répondants mentionnaient être en mesure de s'approvisionner en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) dans leur région durant toute l'année. Pour y parvenir, 14 % d'entre eux avaient à fournir de nombreux efforts.

**Tableau 17**  
**Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Établissement de contacts avec des producteurs, transformateurs ou distributeurs de la région	Oui, sans efforts	29	52
	Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires	5	9
	Non	22	39
Approvisionnement en fruits et légumes dans la région durant toute l'année	Oui, sans efforts	40	71
	Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires	8	14
	Non	8	14
<b>Total</b>		56	100

Ces résultats montrent que certains répondants n'ayant jamais participé au programme ont de l'initiative pour établir des contacts directs avec des producteurs de fruits et légumes, car aucun de ces répondants n'a participé à la journée de réseautage avec des producteurs, des transformateurs et des distributeurs dans le cadre des activités du programme FLV 2009-2010.

#### **4.2.5 Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant**

Comme le montre le tableau 18, les répondants mentionnaient vouloir dans un futur rapproché :

- réduire la taille des portions dans 26 % des cas : 13 % l'avaient déjà fait et 13 % y pensaient;
- éliminer les gras trans (margarine et huiles hydrogénées, shortening, etc.) ou les aliments contenant des gras trans (craquelins, croissants, pâtisseries, etc.) dans 68 % des cas : 41 % l'avaient déjà fait et 27 % y pensaient;
- réduire la quantité de sucre (cassonade, miel, sirop d'érable, sirop de maïs, sucre blanc, etc.) dans 39 % des cas : 30 % l'avaient déjà fait et 9 % y pensaient;
- réduire la quantité de sel ou d'aliments riches en sodium dans 64 % des cas : 41 % l'avaient déjà fait et 23 % y pensaient.

Enfin, pour 79 % des répondants, les restaurateurs du Québec avaient un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la population (tableau 18).

**Tableau 18**  
**Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Catégories de réponses	n	%
<b>Réduction de la taille des portions</b>	Oui, c'est déjà fait	7	13
	Oui, j'y pense	7	13
	Non	38	68
	Ne sais pas	4	7
<b>Élimination des gras trans ou des aliments contenant des gras trans</b>	Oui, c'est déjà fait	23	41
	Oui, j'y pense	15	27
	Non	11	20
	Ne sais pas	7	13
<b>Réduction de la quantité de sucre</b>	Oui, c'est déjà fait	17	30
	Oui, j'y pense	5	9
	Non	24	43
	Ne sais pas	10	18
<b>Réduction du sel ou des aliments riches en sodium</b>	Oui, c'est déjà fait	23	41
	Oui, j'y pense	13	23
	Non	14	25
	Ne sais pas	6	11
<b>Restaurateurs ont un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la population</b>	Oui	44	45
	Non	8	11
	Ne sais pas	4	7
<b>Total</b>		56	100

Ces résultats montrent que les répondants sont plus enclins à éliminer les gras trans et à réduire le sel qu'à réduire la quantité de sucre ou à la taille des portions. On présume que la plus grande ouverture des restaurateurs à l'égard de l'élimination des gras trans et de la réduction de la quantité de sel découle du fait qu'on parle plus de ces deux problèmes de santé publique dans les médias.

#### **4.2.6 Connaissance du programme**

Parmi les répondants, 45 % n'avaient jamais entendu parler du programme FLV au moment du sondage. Cependant, plus de la moitié d'entre eux (55 %) connaissaient l'existence du programme et l'avaient appris par l'intermédiaire des moyens suivants (réponses multiples), par ordre d'importance :

- dans les médias : journaux, radio, télévision (36 %);
- un représentant de la DSP (11 %);
- un représentant de la DRMAPAQ (7 %);
- sur Internet (7 %);
- autres (4 %).

Par ailleurs, les raisons pour lesquelles les répondants ne participaient pas au programme étaient les suivantes (réponses multiples), par ordre d'importance :

- ignorance du programme (41 %);
- manque de temps afin de prendre connaissance du programme (29 %);
- absence ou quasi-absence de publicité générée par le programme (25 %);
- activités du programme non satisfaisantes selon leurs attentes ou besoins (13 %);
- manque d'intérêt de la clientèle envers le programme (11 %);
- critères de participation difficiles à respecter tout au long de l'année (9 %);
- documentation inadéquate (7 %);
- manque d'intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme (7 %);
- procédure d'inscription au programme inadéquate (7 %);
- manque de soutien de la part des représentants du programme (5 %);
- perte de revenus potentielle découlant du changement de l'offre alimentaire (4 %);
- autres (21 %).

Parmi les répondants, 41 % mentionnaient avoir l'intention de s'inscrire au programme dans un futur rapproché (tableau 19). Voici les principales raisons évoquées :

- « Offrir davantage de fruits et de légumes dans mon menu. »
- « Améliorer le service à la clientèle. »
- « Encourager une saine alimentation et augmenter mes ventes de mets contenant davantage de fruits et légumes. »
- « Continuer les efforts déjà fournis et nous aider à toujours mieux sensibiliser notre clientèle. »



- « Plus de demandes des clients, le programme (son nom du moins) semble intéressant, je voudrais recevoir de l'information à son sujet. »
- « Pour aller chercher une clientèle avertie donc augmentation de la marge des profits. »
- « Cela pourrait être un atout pour notre entreprise. »
- « Échanges de connaissances avec des professionnels afin de conserver un menu santé tous les jours. »
- « Amélioration du buffet. »
- « Suivre les besoins de la clientèle. »
- « Cela dépend de ce qu'il faudra ajouter à notre menu afin de pouvoir nous inscrire au programme. »
- « Avoir accès à des produits du terroir, à des informations sur la saine alimentation et sur comment préparer autrement les aliments et améliorer le restaurant grâce au programme. »

**Tableau 19**  
**Intérêt envers le programme parmi les restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV**

Questions	Catégories de réponses	n	%
Intention de s'inscrire au programme FLV dans un avenir rapproché	Oui	23	41
	Non	33	59
<b>Total</b>		56	100

Au contraire, plus de la moitié des répondants (59 %) n'avaient pas l'intention de s'inscrire au programme dans un futur rapproché. Voici les principales raisons évoquées :

- « Parce que les fruits et légumes sont déjà des aliments vedettes dans notre menu (60 % de nos plats contiennent de 1 à 2 portions de fruits et légumes). »
- « Nous faisons déjà la promotion de la saine alimentation en offrant des produits frais selon le marché et nous ne voulons pas nous obliger à faire des menus d'avance. »
- « Manque de temps. »
- « Ne connais pas le programme. »
- « Difficile de modifier notre menu. »
- « Je fais exclusivement des pizzas. »

- « Le type de restaurant ne convient pas aux exigences d’inscription, nous sommes un casse-croûte et notre menu est simple – tomate pour déjeuner et tomate salade pour hamburger steak et légumes dans nos omelettes. »
- « Ne me sens pas concerné. »
- « La distribution me semble complexe pour un réseau de franchisés. »
- « Nous avons tenté à maintes reprises les produits santé ou de fruits et légumes sans résultat. »
- « Pas assez de visibilité du programme. »
- « Cela ne correspond pas à mes besoins, manque de personnel et trop compliqué. »

Compte tenu de la faible notoriété du programme chez les répondants n’ayant jamais participé à FLV, la connaissance et la promotion du programme constituent des aspects essentiels à considérer afin d’attirer de nouveaux restaurants. Également, comme bon nombre de répondants croient offrir des fruits et légumes en quantité suffisante, il faut adapter les méthodes de sollicitation pour faire comprendre à ces restaurateurs que l’offre alimentaire peut toujours être améliorée.

#### **4.3 ANALYSE COMPARATIVE DES DEUX GROUPES DE RESTAURATEURS**

Le tableau 20 à la page suivante montre que les répondants ayant participé au sondage sont issus de 16 régions sociosanitaires en ce qui concerne les répondants inscrits au programme et de 14 régions sociosanitaires en ce qui concerne les répondants ne s’étant jamais inscrits au programme. Par conséquent, les 16 régions sociosanitaires n’étaient pas représentées dans les deux groupes.

**Tableau 20**  
**Comparaison (%) de la participation au sondage selon la région sociosanitaire et le groupe de restaurateurs**

	<b>Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010</b>	<b>Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV</b>
<b>Régions sociosanitaires</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
01 - Bas-Saint-Laurent	10	2
02 - Saguenay–Lac-Saint-Jean	10	4
03 - Capitale-Nationale	13	13
04 - Mauricie et Centre-du-Québec	11	4
05 - Estrie	9	7
06 - Montréal	4	21
07 - Outaouais	2	4
08 - Abitibi-Témiscamingue	1	5
09 - Côte-Nord	2	2
10 - Nord-du-Québec	1	2
11 - Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	5	0
12 - Chaudière-Appalaches	4	4
13 - Laval	2	0
14 - Lanaudière	10	9
15 - Laurentides	4	7
16 - Montérégie	14	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

#### **4.3.1 Profil des répondants et des restaurants**

Les propriétaires étaient majoritaires dans les deux groupes de répondants comme le montre le tableau 21. Par contre, les femmes étaient majoritaires en ce qui concerne les restaurants inscrits au programme en 2009-2010, alors que les hommes étaient majoritaires en ce qui concerne les restaurants ne s'étant jamais inscrits au programme. Les restaurateurs étaient par ailleurs âgés de 35 à 54 ans pour la plupart et possédaient un niveau de scolarité relativement élevé dans les deux groupes.

De façon générale, plus de la moitié des répondants exploitaient leur restaurant depuis au moins 11 ans et offraient une variété de types de repas, mais le dîner est le repas le plus souvent offert comme le montre le tableau 22 à la page suivante.

**Tableau 21**  
**Comparaison (%) du profil des répondants selon la caractéristique et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Sexe</b>	Homme	46	52
	Femme	54	48
<b>Fonction</b>	Propriétaire	65	75
	Gérant d'établissement	16	11
	Chef cuisinier	14	5
	Cuisinier	0	0
	Autres	6	7
<b>Catégorie d'âge</b>	18 à 24 ans	1	0
	25 à 34 ans	11	20
	35 à 44 ans	33	29
	45 à 54 ans	35	29
	55 à 64 ans	20	21
	65 ans et plus	0	2
<b>Diplôme obtenu</b>	Aucun diplôme	2	4
	Diplôme d'études secondaires	19	23
	Diplôme d'une école de métier	27	20
	Diplôme d'études collégiales	24	27
	Grade universitaire	24	25
	Autres	4	2
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

**Tableau 22**  
**Comparaison (%) du profil des restaurants selon la caractéristique et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Nombre d'années d'exploitation</b>	Moins d'un an	0	7
	1 à 5 ans	28	21
	6 à 10 ans	18	20
	11 ans et plus	54	52
<b>Type de repas offerts</b>	Petit déjeuner	62	45
	Déjeuner	75	66
	Dîner	88	86
	Autres	20	41
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

#### 4.3.2 Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant

Le tableau 23 à la page suivante montre que la majorité des répondants connaissaient le GAC et les deux tiers des répondants inscrits au programme en 2009-2010 disaient déjà suivre les recommandations du GAC pour élaborer leur menu. Il en est de même de la moitié des répondants n'ayant jamais participé au programme FLV.

**Tableau 23**  
**Comparaison (%) des pratiques en matière de saine alimentation selon le type de pratique et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Connaissance du <i>Guide alimentaire canadien</i></b>	Oui	96	95
	Non	4	5
<b>Suivi des recommandations issues du <i>Guide alimentaire canadien</i> pour l'élaboration du menu</b>	Oui	64	41
	Non	26	41
	Ne sais pas	1	18
<b>Offre de plats mettant en valeur plus d'un fruit ou légume</b>	Oui	96	91
	Non	4	9
<b>Recours à un nutritionniste pour l'élaboration du menu</b>	Oui	10	12
	Non	90	88
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Par ailleurs, la majorité des répondants mentionnaient offrir des fruits et des légumes dans leurs plats, mais il était rare que les répondants consultaient un nutritionniste pour concevoir leur menu (tableau 23).

#### **4.3.3 Promotion de la saine alimentation**

La promotion et l'affichage des plats ayant des fruits et légumes étaient plus présents chez les répondants inscrits au programme (la moitié d'entre eux) que chez les restaurateurs ne s'étant jamais inscrit au programme comme le montre le tableau 24. Néanmoins, environ le quart des répondants identifiaient en tout temps les plats riches en fruits et légumes dans les deux groupes. La façon dont ces plats étaient indiqués n'était toutefois pas précisée. De façon majoritaire, on mentionnait accommoder les clients qui désiraient substituer les frites ou un autre aliment par une salade ou d'autres légumes, et ce, sans exiger de supplément dans les deux groupes.

**Tableau 24**  
**Comparaison (%) des pratiques en matière de promotion des fruits et légumes selon le type de promotion et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Promotion des plats contenant davantage de fruits et légumes auprès de la clientèle</b>	Oui, en tout temps	48	41
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	21	21
	Non, jamais	17	38
	Ne s'applique pas	14	na
<b>Remplacement des frites ou d'un autre aliment par une salade ou des légumes</b>	Oui, sans frais	83	82
	Oui, avec un léger supplément	9	11
	Non, jamais	8	7
<b>Identification des plats contenant plus de fruits et légumes dans le menu ou ailleurs dans le restaurant</b>	Oui, en tout temps	25	29
	Oui, mais durant certaines périodes de l'année	14	14
	Non	61	57
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

#### 4.3.4 Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes

Une proportion plus élevée de répondants n'ayant jamais participé au programme avaient établi des contacts avec des producteurs, des transformateurs et des distributeurs de la région pour avoir accès à des fruits ou des légumes comparativement à ceux inscrits au programme FLV en 2009-2010 comme le montre le tableau 25. Il en va de même pour l'approvisionnement en fruits et légumes à longueur d'année, qui avait lieu sans efforts pour la plupart des répondants.

**Tableau 25**  
**Comparaison (%) des pratiques en matière de réseautage et d'approvisionnement en fruits et légumes selon le type de pratique et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Contact avec des producteurs, transformateurs ou distributeurs de la région</b>	Oui	48	61
	Non	52	39
<b>Approvisionnement en fruits et légumes dans la région durant toute l'année</b>	Oui, sans effort	58	71
	Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires	16	14
	Non	26	14
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

#### 4.3.5 Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant

De façon générale, la réduction de la taille des portions et la réduction de la quantité de sucre dans les plats ne constituaient pas des actions prioritaires pour les répondants des deux groupes comme le montre le tableau 26 à la page suivante. En revanche, éliminer les gras trans et réduire la quantité de sel dans les plats étaient les deux actions que les répondants des deux groupes étaient prêts à faire dans un avenir rapproché. De plus, une majorité de répondants des deux groupes croyaient que les restaurateurs avaient un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation.

**Tableau 26**  
**Comparaison (%) des attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine selon le thème et le groupe de restaurateurs**

Questions	Catégories de réponses	Restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010	Restaurateurs n'ayant jamais participé au programme FLV
		%	%
<b>Réduction de la taille des portions</b>	Oui, c'est déjà fait	17	13
	Oui, j'y pense	10	13
	Non	66	68
	Ne sais pas	7	7
<b>Élimination des gras trans ou des aliments contenant des gras trans</b>	Oui, c'est déjà fait	40	41
	Oui, j'y pense	27	27
	Non	17	20
	Ne sais pas	16	13
<b>Réduction de la quantité de sucre</b>	Oui, c'est déjà fait	34	30
	Oui, j'y pense	18	9
	Non	37	43
	Ne sais pas	10	18
<b>Réduction du sel ou des aliments riches en sodium</b>	Oui, c'est déjà fait	42	41
	Oui, j'y pense	27	23
	Non	22	25
	Ne sais pas	9	11
<b>Restaurateurs ont un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la population</b>	Oui	45	45
	Non	11	11
	Ne sais pas	7	7
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

## **4.4 LIMITES DE LA DÉMARCHE ÉVALUATIVE**

Ces résultats comportent néanmoins certaines limites qu'il convient de souligner à cette étape-ci.

### **4.4.1 Accès à l'information**

Malgré le recours à de nombreux outils de collecte de données (documentation, entretiens semi-dirigés, sondages, etc.), il est délicat d'affirmer avec certitude que toute l'information relative au programme, en particulier au niveau régional, se trouve dans ce mémoire. Bien que le bilan du programme 2009-2010 ait été un outil précieux, il ne contenait pas toute l'information requise. Plusieurs demandes auprès des responsables du programme au MSSS et des répondants régionaux au sein des DSP ont été nécessaires afin de compléter l'information présentée dans le bilan.

Par ailleurs, certains responsables du MAPAQ ainsi que des responsables des DRMAPAQ ayant participé au programme en 2009-2010 n'ont pas été approchés directement par les évaluateurs. Par conséquent, les évaluateurs ont eu accès à l'information les concernant par l'intermédiaire des responsables du programme au MSSS et son réseau, ce qui constitue en fait des informations de seconde main pouvant comporter certains biais.

Enfin, la suppression des données a rendu impossible la réalisation de nouveaux tests statistiques qui auraient permis de déterminer avec plus de rigueur les différences entre les deux groupes de restaurants indépendants ayant participé au sondage.

### **4.4.2 Biais de rétrospection**

Le biais de rétrospection est un « biais de mémoire consistant à conformer un souvenir aux jugements, attitudes, évaluations, conceptions ou états du sujet au moment de la remémoration » (Memovocab, 2010). Puisque plusieurs informations concernant le



programme reposaient sur des événements s'étant déroulés durant une année entière, il est possible que certains faits rapportés aient été affectés par la perception des répondants au moment de la collecte de données ou même que certains éléments importants aient été tout simplement oubliés ou omis, volontairement ou involontairement.

#### **4.4.3 Biais de désirabilité sociale**

Le biais de désirabilité sociale est susceptible d'avoir influencé certaines réponses aux questions en provenance du sondage mené auprès des restaurateurs indépendants du Québec, les répondants étant motivés par le désir de bien paraître auprès des évaluateurs et de se conformer à la norme sociale.

#### **4.4.4 Biais d'auto-sélection**

Le biais d'auto-sélection est lié au fait que le programme est plus susceptible d'attirer des personnes disposées à changer dans la direction souhaitée par le programme. Par conséquent, les résultats issus du sondage auprès des restaurants inscrits au programme en 2009-2010 peuvent refléter une telle situation. Ce biais s'applique également aux restaurateurs indépendants ne s'étant jamais inscrits au programme FLV, car les répondants à ce sondage constituent peut-être des personnes dont la ligne de pensée concorde davantage avec la raison d'être du programme.

#### **4.4.5 Biais de non-réponse**

Le biais de non-réponse s'applique aux restaurateurs qui n'ont pas répondu au sondage et dont les réponses auraient pu influencer les résultats. Un suivi des non-répondants a cependant pour inconvénient de coûter cher et d'exiger du temps. Un tel suivi comporte généralement des rappels ou un changement de mode de collecte de données et peut exiger le recours à des mesures incitatives dans certains cas. Il est raisonnable de croire que les réponses des non-répondants peuvent être systématiquement différentes de celles des répondants.

#### **4.4.6 Contraintes de temps et d'argent**

Bien que le budget alloué à l'évaluation représente un peu plus de 10 % du budget total du programme, l'argent investi demeure une limite sur le plan méthodologique. De plus, l'évaluation du programme s'est déroulée sur une période de huit mois, dont près de la moitié correspond à la période estivale, période durant laquelle les restaurateurs sont particulièrement occupés par leur travail. Étant donné ces contraintes de temps et d'argent, les évaluateurs ont dû restreindre la durée et la portée du sondage auprès des restaurateurs indépendants du Québec. Par ailleurs, les évaluateurs n'ont pas été en mesure de sonder la clientèle fréquentant les restaurants inscrits au programme en 2009-2010 afin de connaître, entre autres, leur degré de connaissance du programme FLV et leur intention à consommer les plats contenant davantage de fruits et légumes.

### **5. DISCUSSION**

#### **5.1 EST-CE QUE LE PROGRAMME FLV ATTEINT SA CLIENTÈLE CIBLE?**

Selon les résultats du sondage, la majorité des répondants des deux groupes de restaurateurs affirment avoir un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la clientèle, suivre les recommandations du GAC pour la conception de leur menu et avoir conçu des plats mettant en valeur plus d'un fruit ou légume. En revanche, la présentation des aliments dans les assiettes constitue l'aspect le plus important lors de l'élaboration du menu et non pas l'aspect nutritionnel des aliments qui entrent dans la composition des plats. Par ailleurs, les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 ne semblent pas avoir de caractéristiques particulières par rapport aux restaurateurs n'ayant jamais participé au programme, et ce, tant sur le plan personnel (âge, sexe, etc.) que professionnel (expérience, formation, etc.). Ainsi, les restaurateurs inscrits au programme FLV en 2009-2010 ne semblent pas davantage favorables envers le programme au moment de leur recrutement. En fait, les raisons expliquant leur participation ou non dans le programme FLV semblent plutôt liées à des considérations pratiques (temps alloué à la participation,

respect des critères du programme, etc.). Par conséquent, le programme FLV parvient à joindre le restaurateur indépendant moyen, et ce, malgré le fait qu'il repose sur une approche volontaire.

Outre les aspects liés aux incitatifs à la participation et au recrutement, la recension des écrits ne comporte aucun élément d'information concernant les caractéristiques des restaurateurs qui acceptent de participer à ce type d'initiative. L'évaluation du programme FLV apparaît unique en ce sens puisqu'elle permet de comparer le profil des restaurateurs indépendants inscrits au programme en 2009-2010 à celui des restaurateurs indépendants n'ayant jamais participé au programme à l'aide d'un modèle quasi-expérimental. Toutefois, il ne semble pas toujours évident que le programme parvient à rejoindre les restaurants indépendants qui posent un véritable problème en termes d'environnement alimentaire.

**Recommandation** : réaliser une évaluation des besoins afin de mieux définir le problème à l'origine de l'intervention, notamment la situation réelle de l'offre alimentaire dans les restaurants indépendants du Québec ainsi qu'un portrait de tous les acteurs concernés par une offre alimentaire plus saine dans les restaurants indépendants.

## **5.2 QUEL A ÉTÉ LE NIVEAU D'ADHÉSION DES RESTAURANTS INDÉPENDANTS (INSCRIPTION, PARTICIPATION, ENGAGEMENT ET SATISFACTION) AU PROGRAMME FLV POUR L'ANNÉE 2009-2010?**

L'un des volets importants de l'évaluation est la mesure du niveau d'adhésion (inscription, participation, engagement, réseautage et satisfaction) des restaurateurs indépendants inscrits au programme FLV en 2009-2010. En effet, l'adhésion des restaurateurs est considérée comme une condition de succès du programme FLV dans son ensemble. Afin de mesurer le niveau d'adhésion avec le plus d'exactitude possible, les résultats liés aux deux groupes de restaurateurs ont fait l'objet d'une comparaison lorsque les résultats s'y prêtaient.

### 5.2.1 Inscription au programme

Dans le cadre de l'édition 2009-2010, 474 restaurants ont participé au programme FLV, ce qui correspond à un taux de participation de 4 % à l'échelle provinciale. Dans le passé, entre 400 et 800 restaurants par année ont participé aux campagnes de promotion qui ont eu lieu de mars 2006 à mars 2009 comme en témoigne le tableau 27. Cependant, le nombre de restaurants indépendants est resté stable après la campagne de promotion de mars 2007. D'ailleurs, lors du sondage auprès des restaurants indépendants participants, la majorité d'entre eux avaient participé à une ou plusieurs campagnes de promotion (2006 à 2009) avant de s'inscrire au programme en 2009-2010 sur une base annuelle. Par contre, près d'un répondant sur cinq n'avait pas l'intention de se réinscrire au programme FLV pour une deuxième année consécutive.

**Tableau 27**  
**Nombre de restaurants inscrits à la campagne de promotion (2006 à 2009)**  
**et au programme *Fruits et légumes en vedette* (édition 2009-2010)**

Type d'établissement	Campagne de promotion FLV				Programme FLV 2009-2010 (1 <sup>ère</sup> édition)
	Mars 2006	Mars 2007	Mars 2008*	Mars 2009*	
Restaurants indépendants	nd	428	417	449	428
Chaînes de restaurants et restaurants institutionnels	nd	46	234	233	46
<b>TOTAL</b>	<b>430</b>	<b>474</b>	<b>651</b>	<b>682</b>	<b>474</b>
<b>Nombre de DSP participantes</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>

Note : Les données relatives aux campagnes de promotion de mars 2008 et mars 2009 ont été obtenues à partir des listes des commandes de matériel promotionnel. En ce qui concerne les deux campagnes précédentes, il s'agit des données officielles publiées dans les différents bilans annuels, les listes des commandes de matériel promotionnel n'étant pas disponibles ces deux années-là.

### 5.2.2 Participation et engagement des restaurateurs participants

Depuis leur adhésion au programme FLV, 66 % des restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010 mentionnent avoir conçu des plats à base de fruits ou de légumes ou avoir modifié des plats existants afin qu'ils contiennent davantage de fruits ou de légumes. Cependant, en l'absence de données mesurables quant à l'offre de fruits et légumes dans ces établissements avant et après l'intervention, il est difficile d'affirmer si de réelles améliorations ont été apportées et dans quelle proportion.

Quant à la notoriété du programme, les répondants issus des deux groupes de restaurateurs mentionnent le manque de visibilité du programme, l'absence de reconnaissance des restaurateurs participants, l'absence ou la quasi-absence d'activités du programme et le peu de publicité dans les médias. À ce propos, le sondage est révélateur de l'importance de la promotion du programme pour l'adhésion des restaurateurs indépendants. Ces derniers n'ont, pour la plupart, jamais entendu parler du programme (restaurateurs n'ayant jamais participé au programme) ou ont rarement entendu parler du programme dans leur région (restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010), sauf exception.

### **5.2.3 Satisfaction à l'égard du programme**

Dans l'ensemble, un peu plus de la moitié (54 %) des restaurateurs inscrits au programme en 2009-2010 mentionnent que le programme a répondu à 75 % ou plus de leurs besoins ou attentes dans leur ensemble. Parmi les aspects du programme qu'ils considèrent les plus pertinents, on trouve la publicité dans les médias et la campagne de promotion. À l'opposé, certains outils du programme sont remis en question. Par ailleurs, les répondants apprécient en général le matériel promotionnel et mentionnent vouloir de nouveaux outils (calendrier des activités promotionnelles, idées de recettes et de présentation des plats, trucs et conseils pour l'entreposage, la préparation et la cuisson des fruits et légumes). Enfin, les répondants souhaitent davantage d'information nutritionnelle et de matériel promotionnel afin de mieux se conformer aux critères du programme et faire connaître le programme auprès de leur clientèle.

Globalement, la perception générale des répondants concernant le programme FLV est somme toute positive et les restaurateurs indépendants inscrits au programme FLV en 2009-2010 semblent adhérer au programme de façon générale. Mais plusieurs d'entre eux expriment néanmoins des réserves à son égard, notamment en ce qui concerne la notoriété du programme (publicité) et le soutien offert cette année-là. Conséquemment près d'un répondant sur cinq n'est pas certain de se réinscrire au programme FLV l'année suivante. De plus, une méconnaissance du programme parmi les restaurateurs non participants et le

manque de temps des restaurateurs pour s'informer du programme parmi ceux déjà inscrits sont deux éléments qui peuvent nuire au recrutement et au maintien de leur adhésion dans le temps.

La recension des écrits mentionne un certain nombre d'incitatifs à la participation des restaurateurs pour ce type d'initiative. Parmi ceux-ci, la promotion dans le restaurant et dans la communauté par le biais de publicités apparaît comme un incitatif important afin d'influencer la participation des restaurateurs (Strecko et autres, 2009). En fait, il semble que les restaurateurs doivent tirer profit de leur participation à un tel programme puisque cela exige également d'eux un investissement en temps et en argent. La publicité offerte gratuitement par le programme leur procure un avantage concurrentiel par rapport aux restaurants non participants (Strecko et autres, 2009). Par ailleurs, les restaurateurs disent bien vouloir répondre à la demande de la clientèle envers les aliments « santé ». Cependant, en l'absence d'une telle demande de la clientèle, leur intérêt quant au fait de modifier leur offre alimentaire s'en trouve diminué (Strecko et autres, 2009). Enfin, la recension des écrits montre en général que « l'affichage nutritionnel obligatoire suscite des contestations de la part de l'industrie de la restauration et que les mesures volontaires suscitent peu d'adhésion chez les restaurateurs » (Strecko et autres, 2009, p.55).

**Recommandation :** documenter les mécanismes et les facteurs susceptibles d'influencer la participation des restaurateurs indépendants envers une intervention publique visant à modifier l'environnement alimentaire dans les restaurants.

### **5.3 LE PROGRAMME FLV A-T-IL PERMIS D'AMÉLIORER L'OFFRE DE FRUITS ET LÉGUMES DANS LES RESTAURANTS INDÉPENDANTS INSCRITS AU PROGRAMME POUR L'ANNÉE 2009-2010?**

L'autre volet important de cette évaluation consiste à évaluer l'offre de fruits et légumes dans les restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010 afin de vérifier si le programme a permis d'améliorer cette offre de façon générale. À partir des données du

sondage, les résultats liés aux deux groupes de restaurateurs ont fait l'objet d'une comparaison au regard d'un certain nombre de dimensions, notamment la conception des menus et des plats offrant des fruits et légumes, ainsi que la présence de mesures incitatives pour la consommation de fruits et légumes dans les restaurants concernés.

Selon les résultats, la majorité des répondants affirment suivre les recommandations du GAC pour la conception de leur menu et avoir conçu des plats mettant en valeur plus d'un fruit ou d'un légume. En revanche, ils sont une majorité à ne pas avoir fait réviser leur menu par un nutritionniste au moment de sa conception.

Par ailleurs, la majorité des répondants font la promotion en tout temps des plats ayant des fruits et légumes en plus d'accommoder sans frais, pour la plupart, les clients qui désirent remplacer un aliment de faible valeur nutritive par un aliment plus sain. Mais d'après certains de leurs commentaires libres, les répondants croient que les clients sont plus ou moins indifférents aux fruits et légumes et que de bien ou mal manger est un choix bien personnel. En ce sens, le client qui va au restaurant le fait dans le but de se gâter et non pour bien s'alimenter.

Les répondants disent également avoir entrepris des démarches pour éliminer les gras trans et réduire la quantité de sel dans leurs plats. Toutefois, ils sont plus réticents à réduire la taille des portions et la quantité de sucre dans leurs plats.

Ainsi, les deux groupes de restaurateurs ont un comportement semblable lorsque vient le temps d'élaborer leur menu ou de promouvoir les plats à base de fruits et légumes auprès. D'ailleurs, pour la plupart d'entre eux, l'aspect visuel des plats est davantage important que son aspect nutritionnel qui est lié à la raison d'être du programme FLV. Donc il n'y a pas de certitude quant au fait que l'offre de fruits et légumes dans les restaurants participants se soit accrue en raison de la participation au programme FLV.

Au Saguenay–Lac-Saint-Jean, les responsables du programme de cette région affirment que l’offre de fruits et légumes dans les restaurants participants est insuffisante. De plus, les fruits sont rarement intégrés aux desserts, et il faut, la plupart du temps, payer un supplément pour en obtenir. De même, dans la région de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine, les visites en restaurant du responsable du programme lui ont permis de constater que certains restaurants inscrits au programme FLV en 2009-2010 ne respectaient pas tous les critères de participation durant la campagne de promotion en mars 2010.

À l’inverse, certaines données tendent à prouver que l’offre de fruits et légumes dans les restaurants participants est adéquate dans certaines régions, dont la Mauricie et Centre-du-Québec où la plupart des restaurants participants respectent les critères de participation au programme en 2009-2010. Toutefois, dans cette région, les restaurateurs participants offrent peu de desserts à base de fruits. En ce qui concerne la Montérégie, le tiers des restaurateurs sondés affirment avoir conçu des plats contenant au moins deux portions de légumes depuis leur participation au programme en 2009-2010, ce qui sous-entend une offre alimentaire se situant au-delà des critères de participation prévus au programme.

La recension des écrits montre que ce type d’initiatives repose souvent sur des évidences scientifiques incomplètes entre les restaurants et les problèmes reliés au poids (Strecko et autres, 2009). Néanmoins, les experts de santé publique s’entendent généralement pour dire que l’amélioration de l’offre alimentaire dans les restaurants constitue une mesure de prévention intéressante en raison de l’augmentation des repas hors foyer. Ainsi, une augmentation de l’offre d’aliments de haute valeur nutritive dans les restaurants est plus susceptible d’influencer les apports alimentaires de la population puisqu’elle vise l’ensemble de la clientèle des restaurants et non pas seulement les individus sensibilisés à une saine alimentation (Strecko et autres, 2009).

Quant aux types d’intervention visant la modification de l’offre alimentaire dans les restaurants, Strecko et autres (2009) font état de plusieurs types d’intervention dont l’augmentation de la disponibilité de choix sains à laquelle appartient le programme FLV.



Cependant, il est possible d'intervenir de manière différente sur l'environnement, notamment par l'information nutritionnelle concernant les aliments servis au restaurant. Toutefois, cette étude ne permet pas de déterminer si un type d'intervention s'avère préférable à un autre puisque les initiatives recensées n'ont pas toutes fait l'objet d'une évaluation des effets (Strecko et autres, 2009).

**Recommandation :** documenter plus en détail les extrants et les effets ainsi que l'efficacité des différents types d'intervention visant à améliorer l'environnement alimentaire dans les restaurants afin de renforcer la théorie d'un éventuel programme et de pouvoir en apprécier la réussite avec le plus d'acuité possible.

## CONCLUSION

Cette évaluation montre clairement que les restaurateurs indépendants adhéraient en général au programme parce qu'ils se disaient satisfaits du programme et qu'ils considéraient avoir un rôle à jouer dans la promotion de la saine alimentation au restaurant pour la plupart. Cependant, leur adhésion n'était pas acquise à l'avance puisqu'ils réclamaient un meilleur soutien et davantage de formation en vue d'améliorer leur offre alimentaire. De plus, des obstacles importants nuisaient à leur participation tels que leur méconnaissance du programme et la manque de publicité, d'où l'importance de la visibilité et de la promotion d'un programme tel que FLV.

Cette évaluation montre également que le programme FLV parvient à recruter des restaurateurs indépendants qui ne présentent pas de caractéristiques particulières par rapport aux autres restaurateurs indépendants qui joueraient en favoriseraient leur participation ou leur adhésion au programme. Ainsi, des facteurs internes ou externes au programme FLV semblent exercer davantage d'influence sur les attitudes et les comportements des restaurateurs en vue qu'ils mettent en place une offre accrue en fruits et légumes au restaurant.

Cette évaluation montre enfin que le programme FLV ne parvient pas à améliorer de façon évidente l'offre de fruits et légumes dans les restaurants participants puisque ces derniers ne se semblent pas agir de façon particulière en ce qui concerne la conception de leur menu ou la promotion des plats à base de fruits et légumes auprès de leur clientèle. Par ailleurs, il demeure que les ministères engagés dans le programme FLV ne disposent pas de données objectives leur permettant de mesurer avec précision l'offre alimentaire dans les restaurants indépendants au Québec en vue de concevoir une intervention publique adaptée aux besoins des restaurateurs indépendants et à leur clientèle.

Cela dit, le programme FLV visait à promouvoir et soutenir le développement d'environnements favorables à la saine alimentation dans les restaurants indépendants du Québec. Il se voulait une occasion d'innover sur le plan des pratiques dans le secteur agroalimentaire, notamment en établissant de nouveaux partenariats entre des acteurs qui n'ont pas nécessairement l'habitude de collaborer ensemble sur une base régulière. Pour ce faire, une approche différente est nécessaire puisque l'évaluation des effets du programme FLV a montré que le programme, tel que conçu et implanté en 2009-2010, ne parvenait pas à un tel objectif.

Enfin, la recension des écrits concernant la théorie de programme montre que les éléments sur lesquels le programme FLV a été conçu manquent de rigueur sur le plan conceptuel et méthodologique. Ils ne permettent pas d'identifier et de comprendre dans le moindre détail les mécanismes, les risques et les facteurs externes susceptibles d'influencer chaque résultat attendu (Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, 2012). Par ailleurs, la chaîne de causalité n'est pas clairement établie entre les extrants et les différents effets du programme. Ainsi, c'est toute la théorie du programme FLV qui gagnerait à être révisée dans l'éventualité où les ministères concernés souhaiteraient mettre de nouveau en place une intervention concernant l'environnement alimentaire des restaurants indépendants du Québec.

## BIBLIOGRAPHIE

BALTHASAR, Andreas. (2011). 'Critical Friend Approach: Policy Evaluation Between Methodological Soundness, Practical Relevance, and Transparency of the Evaluation process', *German Policy Studies*, vol. 7, no 3, pp. 187-231.

BLAIS, André et Claire DURAND (2003). « Le sondage », dans Benoît GAUTHIER (dir), *Recherche sociale, de la problématique à la collecte des données*, quatrième édition révisée, Sillery et Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 387-429.

SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA (2012). *Approches d'évaluation axées sur la théorie : concepts et pratiques*, Sa Majesté la Reine du chef du Canada, [En ligne] [http://publications.gc.ca/collections/collection\\_2013/sct-tbs/BT22-131-2012-fra.pdf](http://publications.gc.ca/collections/collection_2013/sct-tbs/BT22-131-2012-fra.pdf) (page consultée le 15 décembre 2014).

DURAND, Claire (2009). *Notes de cours : l'échantillon, combien d'unités doit-on prendre?*, Département de sociologie, Université de Montréal, [En ligne], [www.webdepot.umontreal.ca/Enseignement/SOCIO/Intranet/Sondage/public/notesdecours/echantillon\\_combien.pdf](http://www.webdepot.umontreal.ca/Enseignement/SOCIO/Intranet/Sondage/public/notesdecours/echantillon_combien.pdf), (page consultée le 12 mai 2010).

INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC (2010). *Comparatif historique des dépenses moyennes de l'ensemble des ménages1 (\$ courant) par grands postes de dépenses, Québec, 1997-2007*, [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/famls\\_mengs\\_niv\\_vie/revenus\\_depense/depense/tab\\_comp1a\\_courant9707.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/famls_mengs_niv_vie/revenus_depense/depense/tab_comp1a_courant9707.htm) (page consultée le 7 juillet 2010).

LAMONTAGNE, Patricia et Denis HAMEL (2009). *Le poids corporel chez les enfants et adolescents du Québec : de 1978 à 2005*, Québec, Institut national de santé publique du Québec.

LÉGER, Jean-Marc (2010). « Technique de sondage : la précision d'Internet », *Le Devoir*, 9 avril.

MARCEAU, Richard, OTIS, Daniel et Pierre SIMARD (1992). « La planification d'une évaluation de programme », dans Richard PARENTEAU (dir), *Management public : comprendre et gérer les institutions de l'État*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, p.445-479.

MEMOVOCAB (2010). *Vocabulaire de la psychologie cognitive de la mémoire humaine*, [En ligne]. [memovocab.perso.neuf.fr/](http://memovocab.perso.neuf.fr/) (page consultée le 15 octobre 2010).

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC (2010). *Données relatives au nombre d'établissements dans le secteur de la restauration commerciale de base, Québec et ses régions, 2010*. [Compilation spéciale pour le ministère de la Santé et des Services sociaux, fichier de données Excel].

MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX (2006). Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids, 2006-2012, *Investir pour l'avenir*, Québec, ministère de la Santé et des Services sociaux.

MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX (2011). *Évaluation de la mise en œuvre du programme Fruits et légumes en vedette 2009-2010 – Rapport final*, Québec, ministère de la Santé et des Services sociaux.

PAGEAU, Dominick (2003). *Services alimentaires : enquête sur l'approvisionnement en fruits et légumes*, Québec, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

RONDEAU, Normand, BOWEN, François et Jean BÉLANGER (1999). *Évaluation d'un programme de promotion de la conduite pacifique en milieu scolaire primaire : vers le pacifique*, rapport final présenté au Centre Mariebourg, Montréal.

SECRÉTARIAT RURAL DU GOUVERNEMENT DU CANADA (2010). *Base de données sur les collectivités*, [En ligne]. [www.cid-bdc.ca/francais/index.html](http://www.cid-bdc.ca/francais/index.html) (page consultée le 10 juin 2010).

STRECKO, Julie, et autres (2009). *Analyse sommaire d'initiatives favorables à l'amélioration de l'environnement alimentaire des restaurants*, Québec, Institut national de santé publique du Québec.

TJEPKEMA, Michael (2005). *Obésité chez les adultes au Canada : poids et grandeur mesurés*, Ottawa, Statistique Canada.

TRANSFORMATION ALIMENTAIRE QUÉBEC (2003). *L'Info-centre vous propose... le marché des services alimentaires au menu*, [En ligne]. [www.transformationalimentairequebec.com/francais/InfoCentre/CR\\_2003\\_10.asp](http://www.transformationalimentairequebec.com/francais/InfoCentre/CR_2003_10.asp) (page consultée le 4 novembre 2010).

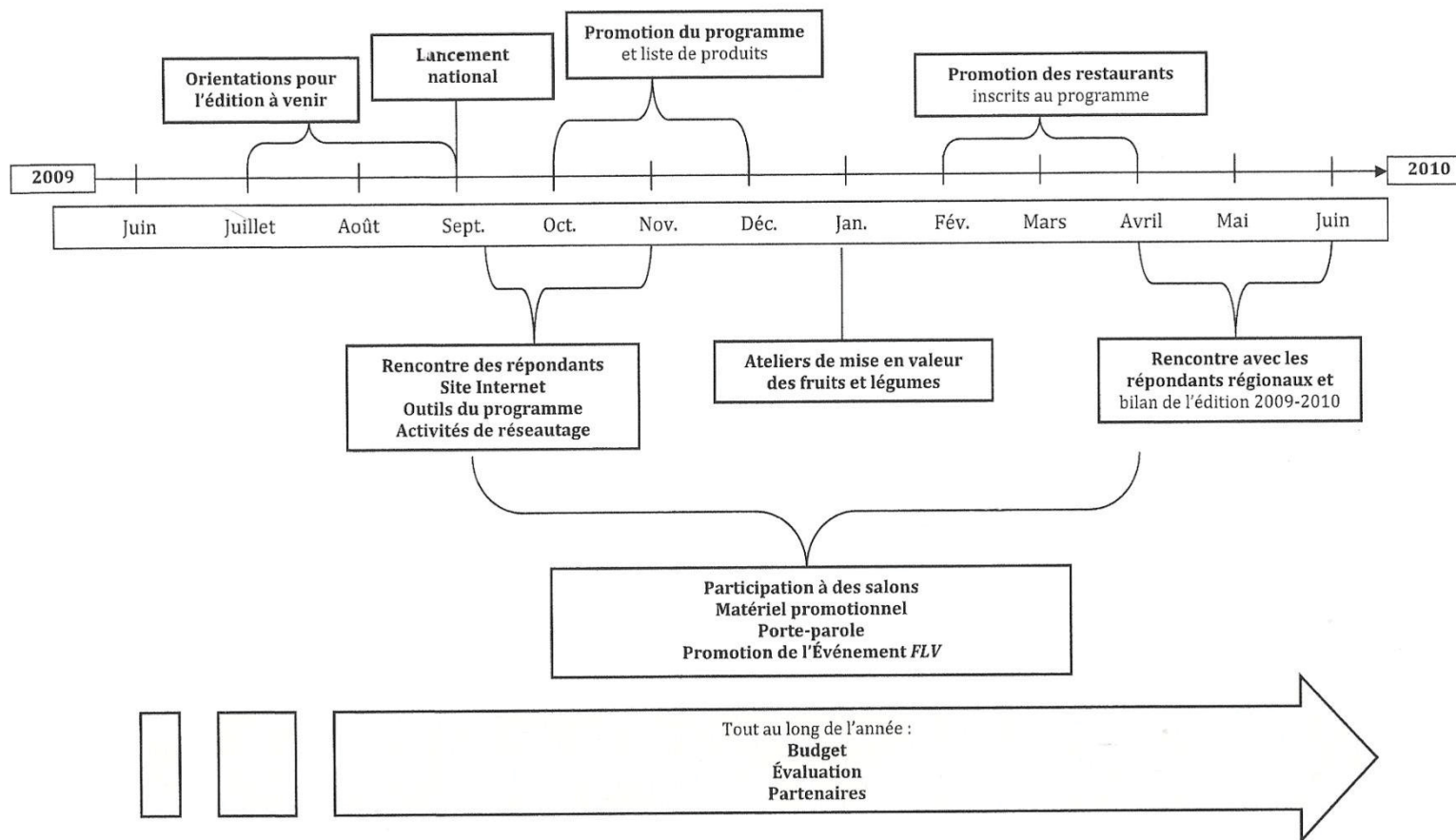
UETRECHT, Connie L. et autres (1999). 'Factors influencing vegetable and fruit use: Implications for promotion', *American Journal of Health Behavior*, vol. 23, no 3, p. 172-181.



## ANNEXES



# ANNEXE 1 : CALENDRIER DU DÉPLOIEMENT DU PROGRAMME FLV, ÉDITION 2009-2010







## ANNEXE 2 : BUDGET DU PROGRAMME FLV, ÉDITION 2009-2010

<b><u>Budget attribué à la firme de communication</u></b>	
A. Réalisation d'une campagne publicitaire (radio et Internet) :	110 000\$
B. Production et diffusion du matériel promotionnel :	100 000\$
Budget total pour le matériel promotionnel :	210 000\$
<b><u>Budget de communication</u></b>	
A. Lancement national :	4 200\$
B. Embauche d'un porte-parole :	10 000\$
C. Participation à des salons :	680\$
D. Édition de publications :	14 919\$
E. Site Internet et envoi des outils :	2 180,53\$
F. Évaluation de la campagne publicitaire :	3 500\$
Budget total de communication MSSS :	35 479,53\$
<b><u>Budget sous la responsabilité de la Direction générale de santé publique (DGSP) du MSSS</u></b>	
A. Atelier de sensibilisation à la mise en valeur des fruits et des légumes au menu :	15 343,10\$
B. Évaluation du programme (seule une partie de ce montant a été utilisé) :	1 588,86\$
Budget total de la DGSP :	16 931,96\$
<b>BUDGET TOTAL :</b>	<b>262 411,49\$</b>
Montant non utilisé avant le 31 mars 2010 :	37 588,51\$



## **ANNEXE 3 : DESCRIPTION DES BASES DE SONDAGE**

### **LISTE DES RESTAURANTS INSCRITS AU PROGRAMME FLV EN 2009-2010**

Cette liste a été établie à partir des 16 listes régionales transmises par les DSP ayant participé à l'implantation du programme. À ce propos, un courrier électronique a été envoyé en mai 2010 aux différents répondants régionaux afin de valider l'information que possédait le MSSS à ce moment-là. Cette démarche a permis de mettre à jour la liste de tous les restaurants participants, liste dont les informations remontaient très souvent à l'automne 2009, période durant laquelle la plupart des restaurants se sont inscrits au programme. Cette liste, disponible sous la forme d'un fichier Excel, contenait le nom et les coordonnées de chaque restaurant ainsi que le nom d'une personne-ressource (le propriétaire généralement), y compris une adresse de courrier électronique dans la majorité des cas.

En date du 8 juin 2010, 474 restaurants étaient inscrits au programme FLV en 2009-2010. Par contre, de ce nombre, certains appartenaient à des chaînes de restaurants ou à des restaurants institutionnels (ex. : établissements de santé ou d'enseignement), et ce, malgré le fait que ces établissements n'étaient pas ciblés par le programme en 2009-2010. Après leur retrait de la liste, celle-ci comptait finalement 428 restaurants indépendants admissibles au sondage.

### **LISTE DES RESTAURANTS N'AYANT JAMAIS PARTICIPÉ AU PROGRAMME FLV**

Cette liste a été établie au moyen de deux demandes d'accès à l'information, dont l'une auprès du MAPAQ et l'autre auprès de la Ville de Montréal, qui possède son propre service d'inspection. Ainsi, il a été possible d'obtenir la liste de tous les restaurants indépendants au Québec en date de juillet 2010. Toutefois, les restaurants ayant été condamnés pour une infraction à la Loi sur les produits alimentaires (L.R.Q., chapitre P-29) au cours de la

dernière année (entre les mois de juin 2009 et juillet 2010) se voyaient exclus de la liste. Ce critère de sélection s'applique également lors de l'inscription des restaurateurs au programme FLV. Ainsi, les restaurateurs fautifs ne peuvent participer au programme.

Les restaurants inscrits et ceux ne s'étant pas réinscrits au programme en 2009-2010 ont été supprimés des listes obtenus du MAPAQ et de la Ville de Montréal dans le but qu'il n'y reste que les restaurants n'ayant jamais participé au programme FLV. De plus, les listes du MAPAQ et de la Ville de Montréal contenaient un certain nombre de restaurants non admissibles au sondage : chaînes de restaurants, restaurants institutionnels et restaurants en hôtellerie. Le repérage de ces restaurants s'est effectué de façon semi-automatique, c'est-à-dire à l'aide de la fonction Rechercher du logiciel Excel. Dans un premier temps, la liste des 50 plus importantes chaînes de restaurants québécoises publiée en 2009 dans un rapport du MAPAQ a été utilisée afin de vérifier s'il ne restait pas des chaînes de restaurants parmi les 2 listes en question. Dans un deuxième temps, une recherche par mots-clés (ex. : *hôtel*, *club*, *centre*, etc.) parmi les noms des commerces et des propriétaires a permis le repérage d'autres établissements non admissibles au sondage. Au total, cette démarche a permis l'exclusion de 3 704 restaurants.

Pour l'ensemble du Québec, 9 716 restaurants indépendants n'ayant jamais participé au programme se trouvaient donc admissibles au sondage. Les listes, disponibles sous la forme de fichiers Excel, contenaient pour chaque restaurant le nom du propriétaire (généralement, une société à numéro), la raison sociale (nom du restaurant) ainsi que les coordonnées de l'établissement (adresse postale et numéro de téléphone). Ces listes ne contenaient aucune adresse de courrier électronique.

## **LISTE DES RESTAURANTS NE S'ÉTANT PAS RÉINSCRITS AU PROGRAMME FLV EN 2009-2010**

Cette liste a été établie par la comparaison de la liste des restaurants inscrits à la dernière campagne de promotion en mars 2009 avec celle des restaurants inscrits au programme en 2009-2010. Il faut préciser qu'il aurait été trop fastidieux de faire appel à l'ensemble des listes se rapportant aux précédentes campagnes de promotion (de 2006 à 2009), car des centaines de restaurants avaient l'habitude de participer aux campagnes de promotion dans le passé. De plus, au fil du temps, certains restaurants ont cessé de participer au programme en raison de la vente, d'une faillite ou de la fermeture du restaurant. Bref, le fait de considérer l'ensemble des listes antérieures à 2009 n'aurait pas permis aux évaluateurs de joindre davantage de restaurants, mais aurait plutôt contribué à augmenter le nombre de cas invalides.

Dans le cas qui nous concerne, cette liste n'a servi qu'à déterminer la liste des restaurants indépendants n'ayant jamais participé au programme. Ce groupe de restaurants est par ailleurs exclu de la présente analyse qui vise à comparer les restaurants inscrits au programme en 2009-2010 à ceux n'ayant jamais participé au programme.



## ANNEXE 4 : RAPPORT MÉTHODOLOGIQUE DU SONDRAGE

	Groupe expérimental	Groupe témoin
<b>a) Population cible</b>	Restaurants indépendants <u>inscrits</u> au programme en 2009-2010.	Restaurants indépendants ne s'étant <u>jamais inscrits</u> au programme.
<b>b) Base de sondage</b>	MSSS : liste des restaurants inscrits au programme en 2009-2010.	MAPAQ et Ville de Montréal : liste des restaurants indépendants excluant les restaurants reconnus coupables d'une infraction en vertu de la <i>Loi sur les produits alimentaires (L.R.Q., P-29)</i> entre juin 2009 et juillet 2010  ARQ : membres de l'association possédant une adresse courriel.
<b>c) Mode de sélection</b>	Échantillonnage non probabiliste : échantillonnage volontaire	Échantillonnage probabiliste : échantillonnage aléatoire simple stratifié - Montréal : n = 75 (33%) - Autres régions : n = 140 (67%)  Échantillonnage non probabiliste : échantillonnage volontaire (dans le cas des membres de l'ARQ).
<b>d) Déroulement des opérations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Première période de collecte : 16 juillet au 15 août (questionnaire électronique uniquement). <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vague 1 : 12 au 23 juillet pour les restaurants inscrits</li> <li>- Vague 2 : 19 au 30 juillet pour les restaurants n'ayant jamais participé au programme</li> <li>- Vague 3 : 4 août pour les restaurants membres de l'ARQ n'ayant jamais participé au programme</li> </ul> </li> <li>• Rappel du 16 août par courriel (restaurants inscrits au programme en 2009-2010 dont l'adresse électronique était valide)</li> <li>• Deuxième période de collecte : 16 août au 10 septembre (questionnaire électronique ou entrevue téléphonique selon le cas)</li> </ul>	
<b>e) Nombre visé de questionnaires remplis</b>	50 questionnaires	50 questionnaires
<b>f) Échantillon de départ</b>	n de départ = 474	n de départ = 215
<b>g) Échantillon valide</b>	n valide = 428 Taux de validité = 90,3%	n valide = 205 Taux de validité = 95,3%
<b>h) Échantillon final</b>	n répondants = 115 Taux de réponse = 26,9%	n répondants = 56 Taux de réponse = 27,3%
<b>i) Méthodes d'analyse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse descriptive (tableaux de fréquences pour les questions fermées).</li> </ul>	





## **ANNEXE 5 : QUESTIONNAIRE POUR LES RESTAURANTS INSCRITS AU PROGRAMME FLV EN 2009-2010**

### **INTRODUCTION**

#### **Sondage auprès des restaurateurs indépendants du Québec inscrits au programme *Fruits et légumes en vedette* en 2009-2010**

Nous avons grandement besoin de votre participation afin de remplir un sondage visant à mieux connaître vos besoins et attentes à l'égard du programme *Fruits et légumes en vedette* auquel vous êtes inscrit cette année.

En seulement 20 minutes, vous contribuerez à l'amélioration du programme, notamment le perfectionnement des outils et du soutien offerts aux restaurateurs afin qu'ils soient mieux adaptés à votre réalité et à vos besoins, ce qui facilitera les démarches d'amélioration de l'offre alimentaire dans le milieu de la restauration.

Sur demande, tous les restaurateurs qui répondront au sondage auront accès aux résultats de l'enquête. Ces résultats pourront vous aider à mieux servir votre clientèle et à mieux comprendre les enjeux liés à une offre accrue de fruits et légumes au restaurant.

Par ailleurs, des mesures ont été prises afin de préserver la confidentialité des résultats. En effet, les données seront conservées dans des fichiers sécurisés par un mot de passe. Les données relatives à vous même et à votre établissement ne seront accessibles qu'aux évaluateurs qui collaborent au sondage. Veuillez également noter que toutes les informations permettant de retrouver les personnes ayant répondu à ce sondage seront détruites à la fin de la présente enquête. En résumé, aucun élément du rapport d'évaluation ne permettra de retracer votre identité ou celles de personnes tierces, ni directement ni indirectement.

## SECTION 1 : Profil du répondant et du restaurant

1. Quel est le nom de votre restaurant?
2. Dans quelle région est situé votre restaurant?
  - 01 - Bas-Saint-Laurent
  - 02 - Saguenay–Lac-Saint-Jean
  - 03 - Capitale-Nationale
  - 04 - Mauricie et Centre-du-Québec
  - 05 - Estrie
  - 06 - Montréal
  - 07 - Outaouais
  - 08 - Abitibi-Témiscamingue
  - 09 - Côte-Nord
  - 10 - Nord-du-Québec
  - 11 - Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
  - 12 - Chaudière-Appalaches
  - 13 - Laval
  - 14 - Lanaudière
  - 15 - Laurentides
  - 16 - Montérégie
3. Depuis combien d'années votre restaurant est-il en exploitation?
  - Moins de 1 an
  - 1 à 5 ans
  - 6 à 10 ans
  - 11 ans et plus
4. Quel(s) type(s) de repas offrez-vous?
  - Petits déjeuners
  - Déjeuners
  - Dîners
  - Autre (préciser)
5. Quel est votre statut au sein du restaurant?
  - Propriétaire
  - Gérant d'établissement
  - Chef cuisinier
  - Cuisinier
  - Autre (préciser)
6. Quel est votre sexe?
  - Homme
  - Femme

7. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?
- 18-24 ans
  - 25-34 ans
  - 35-44 ans
  - 45-54 ans
  - 55-64 ans
  - 65 ans et plus
8. Quel est votre niveau de scolarité le plus élevé?
- Aucun diplôme
  - Diplôme d'études secondaires
  - Diplôme d'une école de métier
  - Diplôme d'études collégiales
  - Grade universitaire (certificat, baccalauréat, maîtrise, doctorat)
  - Autre (préciser)

## **SECTION 2 : Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant**

9. Connaissez-vous le Guide alimentaire canadien?
- Oui
  - Non
10. Parmi les individus travaillant au sein de votre établissement, lequel a ou lesquels ont déjà suivi une formation en nutrition (ex. : cours, atelier, etc.) au cours des cinq dernières années?
- Aucun
  - Propriétaire
  - Gérant
  - Chef cuisinier
  - Cuisinier
  - Serveur
  - Ne sais pas
  - Autre (préciser)
11. Est-ce important pour vous d'offrir des aliments sains, notamment des fruits et des légumes, parmi les plats que vous offrez?
- Oui
  - Non
  - Ne sais pas
12. Quels sont les principaux aspects que vous considérez au moment d'élaborer votre menu?
- Aspect nutritif et santé des plats
  - Augmentation des ventes
  - Demandes exprimées par la clientèle
  - Disponibilité des aliments
  - Durée de vie des aliments
  - Marge de profits

- Présentation des aliments dans les assiettes
- Prix des aliments
- Prix de vente des plats
- Responsabilité envers la clientèle
- Sécurité alimentaire
- Taille des portions
- Temps de préparation ou de cuisson des aliments
- Autre (préciser)

13. Avant de participer au programme *Fruits et légumes en vedette*, suiviez-vous les recommandations du Guide alimentaire canadien dans l'élaboration de votre menu?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

14. Avant de participer au programme *Fruits et légumes en vedette*, aviez-vous, dans votre menu, des plats qui mettaient en valeur plus d'un fruit ou d'un légume?

- Oui
- Non

15. Avant de participer au programme *Fruits et légumes en vedette*, aviez-vous fait appel à un ou une nutritionniste afin de concevoir votre menu?

- Oui
- Non

### **SECTION 3 : Participation au programme *Fruits et légumes en vedette***

16. Comment avez-vous pris connaissance du programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Par moi-même
- Par un représentant de la Direction de la santé publique
- Par un représentant de la Direction régionale du MAPAQ
- Par un collègue
- Par un employé
- Par un client
- Par les médias (journaux, radio, télévision)
- En naviguant sur Internet
- Autre (préciser)

17. Depuis combien d'années participez-vous au programme *Fruits et légumes en vedette*?

- 1 an
- 2 ans
- 3 ans
- 4 ans
- 5 ans

18. Selon vous, les critères de participation au programme *Fruits et légumes en vedette* :

- 1) Offrir des plats principaux comprenant au moins une portion de légumes d'accompagnement;
- 2) Intégrer des fruits et des légumes dans les entrées, les soupes et les desserts;
- 3) Proposer un menu du jour ou une table d'hôte comprenant au moins un aliment de chacun des quatre groupes du *Guide alimentaire canadien*;
- 4) Mettre en valeur dans le menu les plats « vedettes » à base de fruits et de légumes;
- 5) Acheter préférablement des produits du Québec (à prix équivalent);
- 6) Promouvoir le programme auprès du personnel et de la clientèle;  
– sont-ils?
  - Convenables
  - Exigeants
  - Insuffisants
  - Inappropriés
  - Autre (préciser)

19. À la suite de votre inscription au programme, avez-vous reçu un appel ou la visite d'un représentant de la Direction de la santé publique ou d'un centre de santé et de services sociaux de votre région?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

20. À la suite de votre inscription au programme, avez-vous consulté le site Internet du programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Oui
- Non

21. À la suite de votre inscription au programme, avez-vous consulté les différents documents (dépliant, guide du restaurateur, signet à l'intention des serveurs) concernant le programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Oui
- Non

22. Entre les mois de septembre 2009 et août 2010, avez-vous participé à l'une des activités suivantes dans le cadre du programme *Fruits et légumes en vedette* dans votre région?

- Atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus
- Campagne de promotion en mars 2010
- Évaluation des critères de participation par un représentant du programme de votre région - Journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes
- Autre (préciser)

23. Selon vous, quels aspects ont favorisé le plus votre participation au programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Activités tenues dans le cadre du programme (atelier de mise en valeur des fruits et légumes, journée de réseautage, campagne de promotion en mars 2010)
- Choix des critères de participation adéquats

- Documentation offerte (dépliant, guide du restaurateur, aide-mémoire à l'intention des serveurs)
- Durée annuelle du programme
- Évaluation des critères de participation par un représentant du programme de votre région
- Intérêt de la clientèle envers le programme (enfants, adolescents, adultes, travailleurs, etc.)
- Intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme
- Matériel promotionnel offert (autocollants, électrostatiques, napperons)
- Procédures d'inscription au programme adéquates
- Publicité générée par le programme
- Augmentation potentielle des revenus découlant du changement de l'offre alimentaire
- Site Internet du programme convivial et informatif
- Soutien de la part des représentants du programme
- Autre (préciser)

24. Selon vous, quels aspects ont pu faire davantage obstacle à votre participation au programme

*Fruits et légumes en vedette?*

- Absence ou peu d'activités tenues dans le cadre du programme
- Absence ou peu de publicité générée par le programme
- Craintes à l'égard de l'évaluation des critères de participation au programme par un représentant du programme de votre région
- Critères de participation difficiles à respecter tout au long de l'année
- Documentation inadéquate
- Manque de formation du personnel concernant le programme
- Manque de matériel promotionnel
- Manque de soutien de la part des représentants du programme
- Manque de temps afin de prendre connaissance du programme
- Manque d'intérêt de la clientèle envers le programme
- Manque d'intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme
- Perte de revenus potentielle découlant du changement de l'offre alimentaire
- Procédure d'inscription au programme inadéquate
- Site Internet du programme peu convivial et informatif
- Autre (préciser)

#### **SECTION 4 : Promotion et adhésion au programme *Fruits et légumes en vedette***

25. Depuis votre inscription au programme *Fruits et légumes en vedette*, avez-vous conçu des plats à base de fruits ou de légumes ou modifié des plats existants afin qu'ils contiennent davantage de fruits ou de légumes?

- Oui, en tout temps
- Oui, mais durant certaines périodes de l'année seulement
- Non, jamais

26. Avez-vous validé ces changements auprès d'un ou d'une nutritionniste?
- Oui
  - Non, je ne suis pas intéressé
  - Non, mais je souhaiterais en avoir l'opportunité
  - Ne s'applique pas
27. Dans les plats auxquels vous avez ajouté des fruits ou des légumes, avez-vous modifié les prix?
- Oui, nous avons augmenté les prix
  - Oui, nous avons diminué les prix
  - Non, les prix sont restés les mêmes
  - Ne s'applique pas
28. Faites-vous la promotion des plats contenant davantage de fruits ou de légumes auprès de votre clientèle?
- Oui, en tout temps
  - Oui, mais durant certaines périodes de l'année seulement
  - Non, jamais
  - Ne s'applique pas
29. Accommodez-vous votre clientèle qui souhaite remplacer les frites ou un autre aliment par une salade ou d'autres légumes?
- Oui, sans frais
  - Oui, avec un supplément
  - Non, jamais
30. Est-ce que les plats offrant davantage de fruits et de légumes ont une identification particulière dans votre menu ou ailleurs dans le restaurant?
- Oui, en tout temps
  - Oui, mais durant certaines périodes de l'année seulement
  - Non, jamais
31. Est-ce que votre clientèle choisit davantage les plats offrant des fruits et des légumes?
- Oui
  - Non
  - Ne sais pas
32. Est-ce que votre clientèle vous félicite de participer au programme *Fruits et légumes en vedette*?
- Oui
  - Non
  - Ne sais pas
33. Selon vous, quels types de promotion seraient utiles afin d'encourager la population à fréquenter davantage les restaurants participant au programme *Fruits et légumes en vedette*?
- Concours avec remise de prix pour les restaurants participant au programme
  - Concours pour la clientèle fréquentant les restaurants participant au programme
  - Coupons rabais échangeables dans les restaurants participant au programme



- Publicité dans les médias locaux faisant la promotion des restaurants participant au programme auprès de la clientèle
- Publicité dans les médias faisant la promotion du programme auprès de la population en général (repères visuels, logos ou autres placés sur la devanture du restaurant et permettant d'identifier facilement les restaurants participant au programme)
- Site Internet fournissant les adresses des restaurants participants
- Autre (préciser)

#### **SECTION 5 : Satisfaction à l'égard du programme *Fruits et légumes en vedette***

34. Selon vous, quels aspects du programme *Fruits et légumes en vedette* vous semblent **les moins** pertinents?

- Atelier de mise en valeur des fruits et légumes aux menus
- Autocollants
- Brochure (guide du restaurateur)
- Campagne de promotion en mars 2010
- Signet aide-mémoire à l'intention des serveurs
- Électrostatiques
- Évaluation des critères de participation par un représentant du programme de votre région -
- Journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes
- Publicité dans les médias
- Sollicitation auprès des restaurateurs
- Autre (préciser)

35. Selon vous, quels aspects du programme *Fruits et légumes en vedette* vous semblent **les plus** pertinents?

- Atelier de mise en valeur des fruits et légumes du Québec dans les menus
- Autocollants
- Brochure (guide du restaurateur)
- Campagne de promotion en mars 2010
- Signet aide-mémoire à l'intention des serveurs
- Électrostatiques
- Évaluation des critères de participation par un représentant du programme de votre région
- Journée de réseautage avec des producteurs, transformateurs et distributeurs de fruits et légumes
- Publicité dans les médias
- Sollicitation auprès des restaurateurs
- Autre (préciser)

36. Dans l'ensemble, est-ce que votre participation au programme *Fruits et légumes en vedette* répond à vos besoins ou attentes?

- Atteints à 100 %
- Atteints à 75%
- Atteints à 50 %
- Atteints à 25 %
- Non atteints
- Ne sais pas

37. Selon vous, quels changements devraient être apportés afin de satisfaire davantage à vos besoins ou attentes?

38. Avez-vous l'intention de vous réinscrire au programme pour la prochaine édition, se déroulant de septembre 2010 à août 2011?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

#### **SECTION 6 : Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes**

39. Avez-vous établi des contacts avec des producteurs, des transformateurs ou des distributeurs de votre région afin d'avoir accès à des fruits ou des légumes?

- Oui, lors de la journée de réseautage
- Oui, par moi-même
- Oui, lors d'une autre activité (préciser)
- Non

40. Êtes-vous en mesure de vous approvisionner en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) dans votre région durant toute l'année?

- Oui, sans efforts
- Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires
- Non

41. Quels sont les aspects devant être améliorés afin de faciliter l'approvisionnement en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) durant toute l'année?

#### **SECTION 7 : Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant**

42. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la taille des portions des plats qui sont offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

43. Dans un futur rapproché, pensez-vous éliminer les **gras trans** (margarine et huiles hydrogénées, shortening, etc.) ou les aliments contenant des **gras trans** (craquelins, croissants, pâtisseries, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

44. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la quantité de sucre (cassonade, miel, sirop d'érable, sirop de maïs, sucre blanc, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

45. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la quantité de sel ou d'aliments riches en sodium (bouillons et sauces du commerce, viandes fumées ou salées, marinades, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

46. Selon vous, est-ce que les restaurateurs du Québec ont un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la population?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

#### **SECTION 8 : Commentaires libres**

47. Avez-vous des commentaires à formuler concernant le programme *Fruits et légumes en vedette*?

## **ANNEXE 6 : QUESTIONNAIRE POUR LES RESTAURANTS N'AYANT JAMAIS PARTICIPÉ AU PROGRAMME FLV**

### **INTRODUCTION**

#### **Sondage auprès des restaurateurs n'ayant jamais participé au programme *Fruits et légumes en vedette***

Nous avons grandement besoin de votre participation pour remplir un sondage afin de mieux connaître les raisons qui incitent les restaurateurs indépendants du Québec à ne pas adhérer au programme *Fruits et légumes en vedette* (PFLV).

En seulement 15 minutes, vous contribuerez à l'amélioration du programme, notamment le perfectionnement des outils et du soutien offerts aux restaurateurs afin qu'ils soient mieux adaptés à votre réalité et à vos besoins, ce qui facilitera les démarches d'amélioration de l'offre alimentaire dans le milieu de la restauration.

Sur demande, tous les restaurateurs qui répondront au sondage auront accès aux résultats de l'enquête. Ces résultats pourront vous aider à mieux servir votre clientèle et à mieux comprendre les enjeux liés à une offre accrue de fruits et légumes au restaurant.

Par ailleurs, des mesures ont été prises afin de préserver la confidentialité des résultats. En effet, les données seront conservées dans des fichiers sécurisés par un mot de passe. Les données relatives à vous-même et à votre établissement ne seront accessibles qu'aux évaluateurs qui collaborent au sondage. Veuillez également noter que toutes les informations permettant de retracer les personnes ayant répondu à ce sondage seront détruites à la fin de la présente enquête. En résumé, aucun élément du rapport d'évaluation ne permettra de retracer votre identité ou celles de personnes tierces, ni directement ni indirectement.

## **SECTION 1 : Profil du répondant et du restaurant**

1. Quel est le nom de votre restaurant?
2. De quel genre de restaurant s'agit-il?
  - Bistro, pub ou café
  - Chaîne de restaurants
  - Restaurant indépendant (à service complet)
  - Restaurant-minute (ne faisant pas partie d'une chaîne de restaurants)
  - Autre (préciser)
3. Dans quelle région est situé votre restaurant?
  - 01 - Bas-Saint-Laurent
  - 02 - Saguenay–Lac-Saint-Jean
  - 03 - Capitale-Nationale
  - 04 - Mauricie et Centre-du-Québec
  - 05 - Estrie
  - 06 - Montréal
  - 07 - Outaouais
  - 08 - Abitibi-Témiscamingue
  - 09 - Côte-Nord
  - 10 - Nord-du-Québec
  - 11 - Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
  - 12 - Chaudière-Appalaches
  - 13 - Laval
  - 14 - Lanaudière
  - 15 - Laurentides
  - 16 - Montérégie
  - 17 - Nunavik
  - 18 - Terres-Cries-de-la-Baie-James
4. Depuis combien d'années votre restaurant est-il en exploitation?
  - Moins de 1 an
  - 1 à 5 ans
  - 6 à 10 ans
  - 11 ans et plus
5. Quel(s) type(s) de repas offrez-vous?
  - Petits déjeuners
  - Déjeuners
  - Dîners
  - Autre (préciser)

6. Quel est votre statut au sein du restaurant?
- Propriétaire
  - Gérant d'établissement
  - Chef cuisinier
  - Cuisinier
  - Autre (préciser)
7. Quel est votre sexe?
- Homme
  - Femme
8. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?
- 18-24 ans
  - 25-34 ans
  - 35-44 ans
  - 45-54 ans
  - 55-64 ans
  - 65 ans et plus
9. Quel est votre niveau de scolarité le plus élevé?
- Aucun diplôme
  - Diplôme d'études secondaires
  - Diplôme d'une école de métier
  - Diplôme d'études collégiales
  - Grade universitaire (certificat, baccalauréat, maîtrise, doctorat)
  - Autre (préciser)

## **SECTION 2 : Conscientisation à l'égard d'une saine alimentation au restaurant**

10. Connaissez-vous le Guide alimentaire canadien?
- Oui
  - Non
11. Parmi les individus travaillant au sein de votre établissement, lequel a ou lesquels ont déjà suivi une formation en nutrition (ex. : cours, atelier, etc.) au cours des cinq dernières années?
- Aucun
  - Propriétaire
  - Gérant
  - Chef cuisinier
  - Cuisinier
  - Serveur
  - Ne sais pas
  - Autre (préciser)

12. Est-ce important pour vous d'offrir des aliments sains, en particulier des fruits et des légumes, parmi les plats que vous offrez?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

13. Quels sont les principaux aspects que vous considérez au moment d'élaborer votre menu?

- Aspect nutritif et santé des plats
- Augmentation des ventes
- Demandes exprimées par la clientèle
- Disponibilité des aliments
- Durée de vie des aliments
- Marge de profits
- Présentation des aliments dans les assiettes
- Prix des aliments
- Prix de vente des plats
- Responsabilité envers la clientèle
- Sécurité alimentaire
- Taille des portions
- Temps de préparation ou de cuisson des aliments
- Autre (préciser)

14. Suivez-vous les recommandations du Guide alimentaire canadien dans l'élaboration de votre menu?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

15. Avez-vous déjà fait appel à un ou une nutritionniste afin de concevoir votre menu?

- Oui
- Non

16. Avez-vous actuellement, dans votre menu, des plats qui mettent en valeur plus d'un fruit ou d'un légume?

- Oui
- Non

### **SECTION 3 : Promotion de la saine alimentation**

17. Faites-vous la promotion des plats contenant davantage de fruits ou de légumes auprès de votre clientèle?

- Oui, en tout temps
- Oui, mais durant certaines périodes de l'année seulement
- Non

18. Accommodez-vous votre clientèle qui souhaite remplacer les frites ou un autre aliment par une salade ou d'autres légumes?

- Oui, sans frais
- Oui, avec un supplément
- Non, jamais

19. Est-ce que les plats offrant davantage de fruits et de légumes ont une identification particulière dans votre menu ou ailleurs dans le restaurant?

- Oui, en tout temps
- Oui, mais durant certaines périodes de l'année seulement
- Non, jamais

20. Est-ce que votre clientèle réclame davantage de fruits et légumes dans leur plat?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

#### **SECTION 4 : Réseautage et approvisionnement en fruits et légumes**

21. Avez-vous établi des contacts avec des producteurs, des transformateurs ou des distributeurs de votre région afin d'avoir accès à des fruits ou des légumes?

- Oui, sans difficulté
- Oui, mais c'est laborieux
- Non

22. Êtes-vous en mesure de vous approvisionner en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) dans votre région durant toute l'année?

- Oui, sans efforts
- Oui, mais de nombreux efforts sont nécessaires
- Non

23. Quels sont les aspects devant être améliorés afin de faciliter l'approvisionnement en fruits et légumes (frais, congelés, en conserve ou transformés) durant toute l'année?

#### **SECTION 5 : Attitudes à l'égard d'une offre alimentaire plus saine au restaurant**

24. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la taille des portions des plats qui sont offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas



25. Dans un futur rapproché, pensez-vous éliminer les **gras trans** (margarine et huiles hydrogénées, shortening, etc.) ou les aliments contenant des **gras trans** (craquelins, croissants, pâtisseries, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

26. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la quantité de sucre (cassonade, miel, sirop d'érable, sirop de maïs, sucre blanc, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

27. Dans un futur rapproché, pensez-vous réduire la quantité de sel ou d'aliments riches en sodium (bouillons et sauces du commerce, viandes fumées ou salées, marinades, etc.) dans les plats offerts dans votre menu?

- Oui, c'est déjà fait
- Oui, j'y pense
- Non
- Ne sais pas

28. Selon vous, est-ce que les restaurateurs ont un rôle à jouer dans la promotion d'une saine alimentation auprès de la population?

- Oui
- Non
- Ne sais pas

#### **SECTION 6 : Connaissance du programme *Fruits et légumes en vedette***

29. Avez-vous déjà entendu parler du programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Jamais entendu parler
- Par un représentant de la Direction de la santé publique
- Par un représentant de la Direction régionale du MAPAQ
- Par un collègue
- Par un employé
- Par un client
- Par les médias (journaux, radio, télévision)
- En naviguant sur Internet
- Autre (préciser)

30. Pour quelles raisons ne participez-vous pas au programme *Fruits et légumes en vedette*?

- Absence ou peu de publicité générée par le programme
- Activités tenues dans le cadre du programme ne correspondent pas à mes attentes ou besoins
- Critères de participation difficiles à respecter tout au long de l'année

- Documentation inadéquate
- Manque de soutien de la part des représentants du programme
- Manque de temps afin de prendre connaissance du programme
- Manque d'intérêt de la clientèle envers le programme
- Manque d'intérêt du personnel et/ou du propriétaire envers le programme
- Ne connais pas le programme
- Perte de revenus potentielle découlant du changement de l'offre alimentaire
- Procédure d'inscription au programme inadéquate
- Site Internet du programme peu convivial et informatif
- Autre (préciser)

31. Avez-vous l'intention de vous inscrire au programme *Fruits et légumes en vedette* dans un futur rapproché?

- Oui
- Non

32. Si oui, pourquoi avez-vous l'intention de vous inscrire au programme *Fruits et légumes en vedette*?

33. Si non, pourquoi n'avez-vous pas l'intention de vous inscrire au programme *Fruits et légumes en vedette*?

34. Avez-vous des commentaires à formuler concernant le programme *Fruits et légumes en vedette*?