

Condensé

Le 30 mai 2007

L'ACPCS axe ses activités de sensibilisation du public sur  
un sondage montrant que  
**les Canadiens et les Canadiennes ont confiance en  
l'innocuité des produits de nettoyage**

**Introduction**

L'ACPCS a demandé à la maison Ipsos-Reid de mener un sondage pour cerner les opinions des Canadiens et des Canadiennes sur l'innocuité, l'étiquetage et la réglementation des produits ménagers de nettoyage. Des questions pertinentes ont été intégrées dans un sondage omnibus national, et 1 000 entrevues ont eu lieu entre le 13 et le 17 décembre 2006. Les résultats du sondage sont considérés comme étant exacts avec une marge d'erreur de +/- 3,1 p. 100, 19 fois sur 20.

**Résumé des constatations****Degré de confiance**

- 87 p. 100 des Canadiens et des Canadiennes ont soit « fortement confiance » (34 p. 100) ou « confiance » (53 p. 100) en l'innocuité des produits ménagers de nettoyage, pourvu qu'on s'en serve et qu'on les entrepose correctement.
- 58 p. 100 des répondants ont déclaré que leur degré de confiance en l'innocuité des produits ménagers de nettoyage n'avait pas changé au cours des cinq dernières années, mais 33 p. 100 ont dit avoir davantage confiance en ces produits.

**Qualité de l'étiquetage des produits**

- 69 p. 100 des Canadiens et des Canadiennes lisent le mode d'emploi figurant sur l'étiquette : 43 p. 100 ont dit toujours lire l'étiquette, et 26 p. 100, la lire souvent.
- 77 p. 100 des répondants ont précisé que les étiquettes figurant sur les produits ménagers de nettoyage fournissent « assez » (65 p. 100) ou « plus qu'assez » (12 p. 100) de renseignements.

**Réglementation de l'État**

- Quand on a interrogé les Canadiennes et les Canadiens sur le degré de réglementation actuel, 79 p. 100 des répondants ont déclaré savoir que le gouvernement réglementait les produits ménagers de nettoyage; 42 p. 100 ont dit être sûrs que les produits étaient réglementés, et 37 p. 100, qu'ils l'étaient probablement.
- 69 p. 100 des répondants ont précisé que les règlements de l'État sont suffisants (59 p. 100) ou plus que suffisants (10 p. 100).

**Conclusions**

De toute évidence, les consommateurs ont fortement confiance en l'innocuité des produits ménagers de nettoyage, si ceux-ci sont utilisés et entreposés correctement. L'ACPCS est résolue à poursuivre son travail d'éducation et de sensibilisation afin d'accroître encore davantage la confiance des Canadiens et des Canadiennes et de les informer toujours mieux. L'URL du site Internet qu'elle met à la disposition des consommateurs est : <http://www.healthycleaning101.org>.

Afin de lire les résultats complets du sondage, y compris les statistiques régionales, prière de visiter le site Internet <http://www.ipsos-na.com/news/>.

L'**ACPCS** est une association professionnelle nationale représentant les fabricants de produits spécialisés destinés aux consommateurs, à l'industrie et aux établissements. Elle a pour mission de renforcer la capacité des 44 entreprises membres de mener leurs affaires équitablement, efficacement et en respectant les règles de l'éthique. Pour cela, l'Association favorise la coopération dans l'industrie et elle donne une voix nationale à ses membres pour communiquer et créer d'efficaces partenariats avec les gouvernements, d'autres intervenants et le grand public.