

COMMUNIQUÉ

**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**

Ottawa, le 30 mai 2007 – L'industrie canadienne des produits spécialisés destinés aux consommateurs, aux industries et aux établissements a déclaré aujourd'hui qu'elle se sert des résultats d'un sondage d'opinion national pour orienter ses activités de sensibilisation du public, de manière que la population canadienne soit mieux informée sur elle et sur ses produits.

Shannon Coombs, présidente de l'Association canadienne de produits de consommation spécialisés (ACPCS), a affirmé que le sondage, mené en décembre 2006, a aidé à parfaire les communications publiques de l'Association, en particulier le contenu de son site Internet d'information des consommateurs (<http://www.healthycleaning101.org>), qui reçoit maintenant plus de 5 000 visites par mois.

« Nous sommes heureux que notre site Internet destiné aux consommateurs soit de plus en plus devenu un outil efficace pour informer le public sur la façon de voir les produits et de lire l'étiquette et pour contribuer à démystifier en partie des questions telles les ingrédients et la déréglementation des produits au Canada », a déclaré M^{me} Coombs.

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, de manière à pouvoir mieux répondre aux besoins d'information des consommateurs.

Les résultats du sondage révèlent que 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.

Toujours selon le sondage, 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.

L'enquête a révélé que 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.

« Certes, nous avons été très heureux d'observer un degré de confiance aussi élevé à l'égard de l'innocuité des produits de nos membres, » a déclaré M^{me} Coombs, « et de constater que les Canadiens et les Canadiennes lisent les étiquettes pour s'assurer qu'ils utilisent et entreposent les produits correctement. » Par ailleurs, 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.

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

... 2

ménagers de nettoyage (42 p. 100), ou supposer qu'il le faisait (37 p. 100). En outre, 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). Le sondage a aussi montré qu'il existait un créneau pour l'Association : informer les consommateurs sur la question de la supervision gouvernementale. En tout, 21 p. 100 des personnes sondées ont dit ne pas savoir si ces produits étaient réglementés ou non par l'État.

« De toute évidence, les entreprises membres de l'Association répondent aux besoins des Canadiens et des Canadiennes, ou les dépassent, en leur fournissant des produits sûrs et efficaces pour tenir propres leur maison et leur lieu de travail et garantir la santé de leur famille », de dire M^{me} Coombs.

L'enquête a été menée dans le cadre d'un sondage téléphonique national omnibus auprès d'un échantillon représentatif et aléatoire de 1 000 Canadiens et Canadiennes adultes, 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.

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

- 30 -

Afin d'en savoir plus, prière de communiquer avec Shannon Coombs, présidente de l'ACPSC, au 613-232-6616 (poste 18) ou à l'adresse électronique coombss@ccspa.org.

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.