

Mieux connaître les usagers des comptoirs alimentaires de la MRC Laurentides

Le sondage a été effectué en 2021-22 auprès de 148 usagers des comptoirs alimentaires de la MRC des Laurentides. Les résultats du sondage font ressortir leurs besoins et préférences alimentaires, leurs capacités de développer leur autonomie alimentaire et leurs conditions socio-économiques.

Profil du client type

En résumé les usagers des comptoirs alimentaires de la MRC Laurentides sont principalement des femmes seules de 55 ans et plus, titulaires d'un secondaire (complété ou non), bénéficiaires de l'aide sociale et sans travail depuis plus de 2 ans. On trouve également près de 10 % de travailleurs parmi les usagers des comptoirs.

La majorité des répondants sont des utilisateurs réguliers des comptoirs (seulement 4% occasionnels) qui ont eu besoin du service à la suite de différentes circonstances de la vie (séparation, décès, perte d'emploi, etc.).

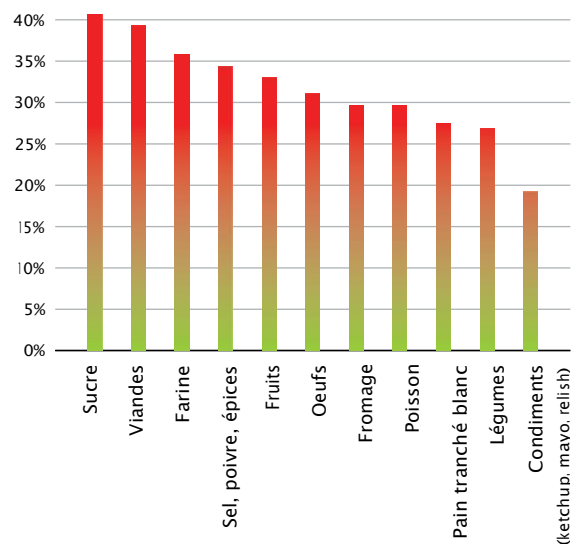
Niveau de satisfaction

Ils sont globalement satisfaits des services des comptoirs de la MRC Laurentides : heures d'ouverture, qualité de l'accueil, qualité et quantité des paniers. Ils considèrent que leur alimentation est bonne pour leur santé.

Les répondants souhaiteraient plus d'espace dans les lieux de distribution, des rdvs à heure fixe, pouvoir choisir ses aliments et un abri extérieur pour la file d'attente quand il pleut.

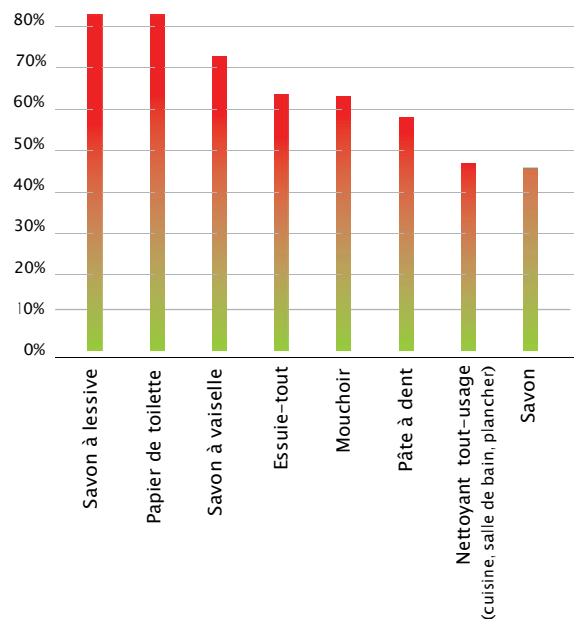
Denrées et autres produits


Les produits qui sont les plus souvent mentionnés comme manquants par les répondants :



Aussi, l'huile et la margarine reviennent souvent dans les commentaires comme manquants.

On souligne aussi tout un groupe de produits d'hygiène qui sont très en demande :





Également, au niveau des produits de pharmacie très en demande, on retrouve les produits d'urgence bobo comme les pansements adhésifs, les produits pour les petites blessures, les aspirines, Tylenol, Advil. Les désodorisants reviennent à plusieurs reprises. De nombreux répondants possèdent des chats et des chiens pour lesquels ils leur manquent de la nourriture et de la litière.

Un quart des répondants a un régime alimentaire spécifique dont 67% lié à des conditions médicales (diabète, maladie céliaque, maladie de Crohn, etc.) et 19% suit un régime sans gluten. Une dizaine de mentions ont été faites au sujet des allergies au lactose.

Impact des fermetures

Certains comptoirs alimentaires du territoire sont contraints de suspendre leurs services de distribution réguliers pendant la période des fêtes et pendant l'été. Le sondage démontre que cette situation engendre des impacts auprès des usagers.

La très grande majorité des usagers est obligée de couper d'autres dépenses, de manger moins ou moins bien. Certains répondants sont en mesure de faire des réserves ou congèlent de la nourriture pour faire face aux fermetures des comptoirs. D'autres subissent une augmentation de leurs dettes (cartes de crédit, prêts d'amis) ou obtiennent des dons d'argent de la famille.

La très grande majorité des répondants est bien équipée pour conserver les aliments et faire la cuisine. Une faible minorité de répondants indique cependant ne jamais cuisiner à la maison (essentiellement des hommes seuls de 55 ans et plus, sans emploi depuis au moins 2 ans, sur l'aide sociale avec contrainte à l'emploi). Les trois principales raisons

qui empêchent de cuisiner sont le manque d'intérêt, le manque de motivation (dans les commentaires sont évoqués le fait d'être seul ou la maladie mentale) et l'incapacité physique.

Développement des habiletés culinaires et vie sociale

Il y a peu d'intérêt pour participer à des ateliers qui visent à développer les compétences en cuisine. Les principaux freins : le manque de temps, la condition physique ou mentale, la question du transport et de la saisonnalité (pas l'hiver). Un quart des répondants indique un intérêt pour participer à des activités de groupe pour cuisiner des plats à emporter ou des cuisines collectives (majoritairement une fois par mois). Plus du tiers des répondants est intéressé par les activités d'identification des denrées de qualité en promotion et l'accès à des boîtes de fruits et légumes à prix économique ou le troc d'aliment. Entre 30% et 40% des répondants est intéressé à l'idée de recevoir des légumes produits dans un jardin collectif et/ou jardiner individuellement.

Des pertes de contacts sociaux importants dues à la COVID ont été enregistrées au niveau de la famille, des amis et des connaissances. Ils ont connu des conséquences négatives au niveau de l'emploi et des habiletés sociales. Néanmoins, la très grande majorité des répondants peut compter sur au moins une personne en cas de besoin.

Transport et communication

La très grande majorité des usagers dispose d'une voiture mais la question des déplacements (possibilité et coût) est un enjeu mentionné régulièrement.

L'autre moyen de déplacement nommé par les répondants est le covoiturage avec des membres de la famille. La grande majorité des répondants dispose d'internet à la maison, sur leur téléphone cellulaire ou ont un accès fourni par les services communautaires de leur municipalité. Le tiers qui ne l'a pas, c'est principalement en raison du coût élevé, de ne pas savoir comment l'utiliser ou encore n'ont aucun intérêt pour cette technologie. La très grande majorité dispose d'un téléphone fixe ou mobile, seule une petite minorité n'en ont pas en raison du prix.



Logement

Une majorité des répondants est locataire, avec un logement complet, non subventionné. La très grande majorité des répondants n'ont pas fait de demande pour un logement social. Bien que 41 % des répondants consacrent moins de 40 % de leur budget aux frais de logement, plus de la moitié des répondants y consacrent entre 40 % et 85 %. La majorité des répondants considère que leur logement est en bon état (salubrité, électricité, plomberie).

Activités sociales

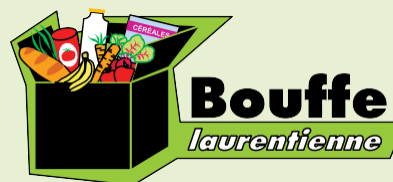
Les activités les plus pratiquées par les répondants sont d'écouter la télévision, faire de la marche, lire et utiliser internet (Netflix, jeux en ligne, etc.). La majorité des répondants fait de l'activité physique et sort dehors tous les jours ou souvent. Un tiers des répondants ont des empêchements liés aux handicaps, aux problèmes physiques et au coût direct et indirect (déplacements) des activités. Près du tiers des répondants participeraient à des activités organisées par un organisme communautaire. Également les participants au sondage démontrent un intérêt pour les activités culturelles et artistiques.

Moins de la moitié des répondants est prête à participer à des activités de soutien comme l'aide au transport, le soutien aux personnes âgées, et pour de menus travaux. La participation à des collectes de vêtements, la marche contre le cancer, etc. font également partie des activités partagées par les répondants. En revanche, plus de la moitié des répondants ne souhaitent pas donner de coup de mains aux gens de leur village à cause des contraintes d'ordre physique (santé ou âge), de temps (ont les mains pleines) ou de timing (deuil, besoin de se réorganiser avant).

Autres conditions de vie

La majorité des répondants fait ses achats de vêtements dans des friperies à bas prix ou reçoit des dons de la famille ou des amis. Une majorité des besoins en vêtements exprimés par les répondants sont pour des vêtements de femmes et d'hommes, peu de besoins pour les enfants. Les autres vêtements en demandes sont principalement les bottes et vêtements d'hiver ainsi que les sous-vêtements.

La très grande majorité des répondants possède une carte d'assurance maladie, dispose d'un médecin de famille et ont la possibilité de consulter un médecin ou de se rendre dans une clinique ou aux urgences quand ils en ont besoin. L'utilisation du 811 et du 911 est mentionnée. La majorité des répondants a eu un rendez-vous médical au cours de la dernière année mais un répondant sur dix n'a pas eu de rendez-vous depuis 2 à 10 ans.



MRC DES LAURENTIDES

Adresse : 195 rue Brissette, porte 72

Sainte-Agathe-des-Monts J8C 3S4

Téléphone : 819-430-6083

Contact : Dominique Cadieux,

Directeur Général

Courriel : diercteur@bouffelaurentienne.org

Site web : www.bouffelaurentienne.org