

**HEC MONTRÉAL**

**L'impact du changement culturel et de la discrimination perçue  
sur les comportements alimentaires :**

**Le cas des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne  
au Québec**

par

Elodie DELANGUE

**Sciences de la Gestion  
Option Marketing**

Mémoire présenté en vue de l'obtention  
du grade de maîtrise es sciences (M. Sc)

Aout 2016

© Elodie DELANGUE, 2016

## RÉSUMÉ

Menée dans un contexte québécois où les minorités visibles sont de plus en plus nombreuses, cette étude combine les notions d'identité ethnique, d'acculturation et de discrimination perçue pour expliquer certains comportements alimentaires des immigrants à Montréal. Ce travail permet de faire entendre la voix des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne résidant dans la région de Montréal.

L'objectif de ce travail est de mieux appréhender les comportements alimentaires de cette population africaine qui est censée s'ajuster à un autre environnement : le Québec. Cette étude peut servir de base à certaines chaînes de la grande distribution pour entre autre améliorer leur chiffre d'affaires.

L'échantillon final de notre étude inclut 162 immigrants francophones d'Afrique subsaharienne qui ont été interrogés via un sondage auto-administré. Les données récoltées ont été elles-mêmes soumises à des régressions et une modélisation d'équations structurelles. Les logiciels SPSS et LISREL VIII ont été utilisés à des fins d'analyse.

Les résultats des régressions que nous avons faites nous permettent de répondre à nos questions de recherche et révèlent que certains aspects de l'identité ethnique et de l'acculturation auraient un impact sur le type de magasins fréquentés et sur la consommation alimentaire. Aussi, l'approche Lisrel démontre que la fierté ethnique, l'attachement ethnique et la discrimination perçue ont un effet direct sur la fréquentation des magasins ethniques spécialisés. Toutefois, le coping ne semble pas jouer un rôle dans le choix de fréquenter des magasins ethniques spécialisés.

**Mots clés :** Marketing ethnique ; Acculturation alimentaire ; Identité ethnique ; Africains francophones ; Adaptation des minorités visibles ; Distribution alimentaire ; Comportements alimentaires ; Discrimination perçue.

# Table des matières

RÉSUMÉ .....	1
Liste des tableaux et figures.....	5
INTRODUCTION .....	8
<b>1. Chapitre 1 : Revue de littérature .....</b>	<b>11</b>
1.1. L'IDENTITÉ ETHNIQUE.....	12
1.1.1. L'identité ethnique et ses composantes .....	12
1.1.2. La formation de l'identité ethnique .....	15
1.1.3. Identité ethnique et consommation .....	17
1.1.3.1. L'identité ethnique du groupe cible.....	17
1.1.3.2. L'identité ethnique et la consommation alimentaire du groupe cible.....	24
1.2. LE PROCESSUS D'ACCULTURATION.....	25
1.2.1. Définition générale .....	25
1.2.2. Acculturation : changement culturel .....	27
1.2.3. Acculturation de consommation alimentaire.....	29
1.2.4. Acculturation : le cas du Canada.....	31
1.2.5. Acculturation : le cas de la population africaine .....	32
1.2.6. Les facteurs psychosociaux influençant le changement culturel.....	33
1.3. LA DISCRIMINATION PERÇUE .....	35
1.3.1. Les facettes de la discrimination et le changement culturel .....	35
1.3.2. Les cas du Canada et du Québec.....	36
1.4. LE COPING .....	39
1.4.1. Coping, discrimination et stratégies de coping .....	39
1.4.2. Coping et changement culturel.....	42
1.5. LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES .....	44
1.5.1. Les acteurs de la distribution alimentaire : le cas de Montréal.....	44
1.5.1.1. Les magasins non-spécialisés .....	44
1.5.1.2. Les magasins ethniques spécialisés .....	45
1.5.2. Les catégories de produits alimentaires.....	47
1.6. QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHÈSES .....	48
1.6.1. Volet exploratoire : Questions de recherche .....	48
1.6.2. Volet par confirmation : cadre conceptuel .....	49
1.6.3. Récapitulatif des hypothèses .....	50
<b>2. Chapitre 2 : Méthodologie .....</b>	<b>51</b>
2.1. CONTEXTE DE RECHERCHE .....	52
2.1.1. Objectifs.....	52
2.1.2. Méthode de collecte de données .....	52

2.2.	LA COLLECTE DE DONNÉES .....	53
2.2.1.	Échantillonnage .....	53
2.2.2.	Méthode d'échantillonnage et taille de l'échantillon .....	53
2.2.3.	Caractéristiques de l'échantillon final .....	54
2.3.	DÉVELOPPEMENT DES INSTRUMENTS DE MESURE.....	56
2.3.1.	Identité ethnique .....	57
2.3.2.	L'appartenance ethnique .....	59
2.3.3.	Le processus d'acculturation .....	60
2.3.4.	La discrimination perçue .....	61
2.3.5.	Le coping .....	62
2.3.6.	Les comportements alimentaires .....	63
2.3.6.1.	Consommation de produits alimentaires .....	63
2.3.6.2.	Fréquentation des magasins alimentaires.....	64
2.4.	MÉTHODE D'ANALYSE DES RESULTATS .....	65
<b>3.</b>	<b>Chapitre 3 : Analyses .....</b>	<b>66</b>
3.1.	VOLET EXPLORATOIRE : QUESTIONS DE RECHERCHE.....	67
3.1.1.	Épuration des mesures .....	67
3.1.1.1.	Identité ethnique .....	67
3.1.1.2.	Appartenance ethnique .....	70
3.1.1.3.	Acculturation.....	72
3.1.1.4.	Comportements de consommation .....	75
3.1.2.	ANALYSE DES QUESTIONS DE RECHERCHE.....	76
3.1.2.1.	Identité ethnique du groupe cible .....	76
3.1.2.2.	Comportements alimentaires du groupe cible .....	77
3.1.3.	L'effet de l'identité ethnique.....	79
3.1.3.1.	Identité ethnique et consommation alimentaire .....	79
3.1.3.2.	Identité ethnique et fréquentation de magasins ethniques spécialisés .....	80
3.1.4.	L'effet de l'acculturation.....	81
3.1.4.1.	Consommation alimentaire québécoise .....	81
3.2.	VOLET CONFIRMATOIRE : TESTS DES HYPOTHÈSES.....	83
3.2.1.	Épuration des mesures .....	83
3.2.1.1.	Discrimination perçue.....	83
3.2.1.2.	Coping .....	85
3.2.2.	Analyse : Modélisation LISREL .....	87
<b>4.</b>	<b>Chapitre 4 : Discussion et conclusions .....</b>	<b>93</b>
4.1.	Discussion .....	94
4.2.	Implications managériales.....	99
4.3.	Limites et avenues de recherches futures.....	101

4.4.	Conclusions.....	103
5.	<b>Annexes.....</b>	<b>106</b>
6.	<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>114</b>

# Liste des tableaux et figures

Tableau 1-1 Stratégies de coping adaptées de Carver et al. (1989) .....	41
Tableau 1-2 Liste non-exhaustive des magasins non-spécialisés de la région Montréalaise .....	45
Tableau 1-3 Liste des 12 principaux acteurs du commerce de l'alimentation au Canada, selon l'estimation de leur ventes, en 2014 .....	45
Tableau 1-4 Liste non-exhaustive des magasins ethniques spécialisés de la région montréalaise .....	46
Tableau 3-5 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de l'identité ethnique .....	69
Tableau 3-6: Fidélité des composantes de l'identité ethnique .....	70
Tableau 3-7 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'appartenance ethnique .....	71
Tableau 3-8 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de l'appartenance ethnique .....	71
Tableau 3-9 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle d'appartenance ethnique .....	71
Tableau 3-10 Fidélité des composantes de l'appartenance ethnique .....	72
Tableau 3-11 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'acculturation ..	73
Tableau 3-12 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'acculturation ..	73
Tableau 3-13 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle d'acculturation .....	74
Tableau 3-14 : Fidélité des composantes de l'acculturation .....	74
Tableau 3-15 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de comportements alimentaires .....	75
Tableau 3-16 : Fidélité des composantes de l'échelle de comportement de consommation .....	76
Tableau 3-17 : Identification du groupe cible à Montréal .....	76
Tableau 3-18: Résultats des définitions du groupe ethnique .....	77
Tableau 3-19 : Comportement alimentaire du groupe cible .....	78
Tableau 3-20 : Descriptions des variables indépendantes (1) .....	79
Tableau 3-21 : Régression sur la consommation alimentaire africaine .....	79
Tableau 3-22 : Coefficients de la régression sur la consommation alimentaire africaine ...	79
Tableau 3-23 Coefficients de la régression réduits sur la consommation alimentaire africaine .....	80
Tableau 3-24 : Coefficients de la régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés .....	80
Tableau 3-25 : Coefficients de la régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés .....	80
Tableau 3-26 : Régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés .....	81
Tableau 3-27 : Coefficients de la régression réduite sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés .....	81
Tableau 3-28 : Descriptions des variables indépendantes (2) .....	82
Tableau 3-29 : Régression sur la consommation alimentaire québécoise .....	82
Tableau 3-30 : Coefficients de la régression sur la consommation alimentaire québécoise .....	82
Tableau 3-31 Régression réduite sur la consommation alimentaire québécoise .....	82
Tableau 3-32 Coefficients de la régression réduite sur la consommation alimentaire québécoise .....	82
Tableau 3-33 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de discrimination individuelle perçue .....	84
Tableau 3-34 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de discrimination de groupe perçue .....	84
Tableau 3- 35 : Fidélité des composantes de l'échelle de discrimination perçue .....	85
Tableau 3- 36 : Résultats de l' analyse factorielle exploratoire de l'échelle de coping .....	86
Tableau 3-37 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de coping .....	86
Tableau 3-38 : Fidélité des composantes du coping .....	87
Tableau 3-39 Modèle des mesures calculé par LISREL .....	88
Tableau 3-40 Modèle de variables latentes .....	90
Tableau 3-41 Matrice des corrélations entre les variables latentes exogènes .....	92

<b>Figure 1-1 Afrique francophone</b> .....	18
<b>Figure 1-2 Tenues africaines</b> .....	21
<b>Figure 1-3 Stratégies d'acculturation adaptées de Berry (1980)</b> .....	28
<b>Figure 1-4 : Proportion de la population ayant subi de la discrimination selon le motif perçu, Québec et reste du Canada, 2013</b> .....	37
<b>Figure 1-5 Proportion de la population discriminée selon le type de situation, Québec et reste du Canada, 2013</b> .....	38
<b>Figure 1-6 Théorie transactionnelle du stress causé par la discrimination</b> .....	40
<b>Figure 1-7 L'assiette santé</b> .....	48
<b>Figure 1- 8 Modèle conceptuel</b> .....	49
<b>Figure 3-9 Le modèle structurel</b> .....	91

## REMERCIEMENTS

*« Tout est possible à celui qui croit ». Marc 9 :23*

En premier lieu, je rends grâce à l'Éternel qui m'a soutenu tout au long de ma maîtrise.

Une mention spéciale pour mes parents qui m'ont été d'un immense soutien en soutenant ma vision et ce même à distance.

Une grande reconnaissance à mon directeur de mémoire, Monsieur Tomiuk, qui m'a assisté de par son expertise, ses conseils et sa disponibilité.

Je remercie tout particulièrement Grégory qui m'a supporté pendant toute cette période.

Je tiens également à souligner tous ceux qui m'ont soutenu de près ou de loin sans oublier ceux qui ont accepté de prendre part à cette étude en répondant à mon sondage ou en le distribuant afin que ce mémoire se concrétise.



## INTRODUCTION

Des bagels, des barres tendres, des légumes en conserves, autant de produits qui pourraient être retrouvés sur la liste d'épicerie de nombreux québécois. Néanmoins, ce n'est pas le cas de certains ménages dans d'autres parties du monde. L'alimentation est un phénomène culturel et identitaire, qui s'apprend dès l'enfance et demeure l'un des aspects culturels dont les individus ont du mal à se défaire même dans un contexte d'immigration (Cervellon et Dubé, 2005). De surcroît, les circuits d'approvisionnement alimentaire varient d'un pays à l'autre. En occident, certains consommateurs fréquentent des supermarchés non-spécialisés pour s'approvisionner en produits alimentaires alors que d'autres préfèrent se rendre dans des épiceries ethniques. Ailleurs, les alternatives peuvent être différentes. Par exemple dans plusieurs pays en voie de développement, les individus achètent leurs denrées alimentaires dans les marchés (Barrot, 1994). Au Québec, les deux acteurs de distribution cités précédemment, à savoir les supermarchés non-spécialisés et les épiceries ethniques, existent. Manifestement, sur les linéaires des supermarchés non-spécialisés, à l'instar de Provigo ou encore Métro, mis à part des produits mexicains et asiatiques, très peu de produits exotiques destinés aux autres consommateurs immigrants, sont disponibles.

Pourtant, chaque année, le Canada accueille de nouveaux arrivants issus des quatre coins du monde, ce qui fait de ce pays une mosaïque ethnique (cf. Annexe 1). À leur arrivée, les immigrants se heurtent à une culture différente de la leur, ce qui peut les conduire à un processus d'adaptation identitaire et comportemental. Hormis l'éventualité d'être confrontés à des interrogations liées à l'approvisionnement des aliments issus de leur culture s'ajoute notamment pour les immigrants le risque d'avoir des difficultés d'intégration.

D'une manière concrète, en 2009, le groupe Loblaw reconnaît le potentiel du marché alimentaire ethnique et mise sur l'achat de T&T Supermarket, un détaillant de produits alimentaires asiatiques localisé en dehors du Québec (La Presse Canadienne, 2009). Dans la province québécoise, en 2011, le groupe Métro Inc. avance ses pions sur le

marché alimentaire ethnique en acquérant 55% des parts du supermarché ethnique Adonis, spécialisé dans les produits méditerranéens (Les Affaires, 2011). D'autres joueurs dans le domaine de l'alimentation dédient des étagères ou même des sections entières en magasin à des produits propres aux groupes ethniques présents au Québec.

Jusqu'à présent, plusieurs travaux ont analysé l'adaptation alimentaire des populations asiatiques, européennes, latino-américaines et maghrébines au Canada ou encore au Québec (Anton, 2004 ; Bounab, 2007 ; Laroche, Kim et Tomiuk, 1998). Ceci s'est fait dans le but de mieux appréhender le comportement alimentaire de ces groupes ethniques.

Le lien entre identité ethnique, acculturation, discrimination perçue et comportements alimentaires n'a pas encore été examiné. Ce travail vise donc à regrouper des sous-ensembles saillants de ces variables pour expliquer les comportements alimentaires à savoir le choix des produits consommés et des supermarchés fréquentés par les immigrants d'Afrique subsaharienne francophone. Nous nous intéresserons donc au cas des immigrants d'Afrique subsaharienne francophone résidant dans la région de Montréal, une population croissante n'ayant pas été beaucoup étudiée.

Alors que les détaillants alimentaires semblent adopter le créneau de l'alimentation ethnique en croissance, les chercheurs ont négligé l'expérience migratoire des individus d'Afrique subsaharienne francophone bien que les chiffres relevés devraient inciter à s'intéresser davantage à ces immigrants. Au Québec les populations noires représentent le groupe minoritaire visible le plus important avec un recensement de 243 625 individus, selon un rapport daté de 2011 (cf. Annexe 2). Entre 2011 et 2015 sur les 84 833 ressortissants africains qui ont été admis au Québec près de 12 % sont originaires d'Afrique subsaharienne (cf. Annexe 2).

Le choix de ce sujet de mémoire se justifie d'une part par un constat : la forte fréquentation des magasins ethniques spécialisés par la population africaine. D'autre part, par l'importance du marché que représente cette population au vu de son nombre. En fait, ce travail permettra aux gestionnaires de la grande distribution d'en connaître

d'avantage sur cette cible et de mieux s'adapter à leurs besoins, coutumes et préférences. De plus, ce mémoire a également des apports théoriques, car très peu de recherches se sont intéressées à cette population.

Une enquête par sondage a été effectuée auprès du groupe cible de manière à répondre aux questions de recherche et à confirmer nos hypothèses en mesurant les diverses relations à l'étude. Dans son volet exploratoire, la contribution de ce mémoire se situe donc à divers niveaux et se base sur les questions de recherche suivantes : Quels sont les comportements alimentaires des africains francophones subsahariens ? L'identité ethnique aura-t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires africains par les africains francophones subsahariens ? L'identité ethnique influence t-elle la fréquentation de magasins ethniques spécialisés par les africains francophones subsahariens ? L'acculturation a t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires québécois par les africains francophones subsahariens ? Dans le volet par confirmation, nous avons développé une théorie avec les variables suivantes : fierté ethnique, attachement ethnique, discrimination de groupe perçue, discrimination individuelle perçue, stratégie de coping par soutien émotionnel et fréquentations de magasins ethniques spécialisés. Un nombre d'hypothèses est consolidé puis testé par la méthodologie Lisrel.

Le présent mémoire sera composé de quatre chapitres. Le premier chapitre présentera les concepts que nous avons exploités pour cette étude en nous référant aux recherches précédentes qui ont été effectuées dans les domaines de l'anthropologie, de la psychologie sociale, du comportement du consommateur et du marketing. Afin de justifier de manière théorique le modèle qui a été développé pour ce travail, nous présenterons une revue de la littérature. Le deuxième chapitre couvrira la description de la méthodologie. Nous expliquerons de quelle manière nous avons développé nos mesures et collecté les données. Le troisième chapitre sera consacré à analyser les résultats. Par la suite, nous discuterons des résultats en fonction de la littérature existante et nous proposerons des implications théoriques et managériales découlant de cette étude. Les limites de cette recherche seront aussi présentées.

## **Chapitre 1 : Revue de littérature**

Le premier chapitre présente les différentes notions de notre cadre théorique en nous appuyant sur différentes littératures. Ce recensement des écrits s'organisera en trois parties. Une première partie traitera de l'identité ethnique et mettra en évidence les pratiques identitaires du groupe ethnique concerné par l'étude. D'autre part, nous aborderons le concept d'acculturation et les facteurs susceptibles d'influencer ce processus. En troisième lieu, nous traiterons des comportements alimentaires, à savoir la consommation alimentaire et la fréquentation des magasins. La dernière partie portera sur les questions de recherche et les hypothèses.

## **1.1. L'IDENTITÉ ETHNIQUE**

Dans cette partie seront abordés, l'identité ethnique et ses composantes ; la formation de l'identité et le cas des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne.

### **1.1.1. L'identité ethnique et ses composantes**

La notion d'identité ethnique se réfère à l'adhésion d'un individu à un groupe ethnique particulier dont les membres ont un ou plusieurs points communs (Liebkind, 1992; Rumbaut, 1994; Phinney, 1990). Un groupe ethnique se distingue par la race, la religion, l'origine nationale ou encore une combinaison de ces différents éléments (Gordon, 1964). Ce n'est que lorsque divers groupes ethniques interagissent sur une longue période que la notion d'identité ethnique prend tout son sens car celle-ci est définie par ses caractéristiques saillantes (Phinney, 1990). Dans le sens psychologique du terme, la notion d'identité représente un processus dynamique et fluide. En somme, l'identité est sujet aux pressions socio-culturelles et donc au changement après immigration (Tajfel, 1978).

L'identité ethnique implique un certain engagement de la part de l'individu envers un groupe particulier (Ashmore et al., 2004 ; Ong et Phinney, 2007 ; Zaff et al., 2002). En effet, l'identité ethnique requière que l'individu entretienne des liens plus ou moins forts avec une certaine communauté (Ellemers, Spears et Doosje, 2002 ; Phinney, 2004) et qu'il conserve un héritage culturel propre à celle-ci. Ceci suggère que l'individu aura effectué une évaluation préalable afin de discerner les différences notoires entre les groupes ethniques. C'est la raison pour laquelle il a été considéré que pour s'identifier à un groupe ethnique, les individus pourraient conserver ou abandonner des comportements et attitudes de leur culture d'origine (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998). À travers les disciplines, les chercheurs s'accordent pour dire que l'identité ethnique est une variable multidimensionnelle et complexe d'autant plus qu'au fur et à mesure, il peut s'avérer qu'il y ait une mutation au niveau de l'identité ethnique d'un individu (Phinney, 2003). L'identité ethnique est donc malléable de telle sorte qu'au fil des interactions sociales, un individu puisse changer d'étiquette ethnique et en acquérir une nouvelle (Zimmerman et al., 2008). En ce sens, un immigrant qui disait au départ « je suis

ivoirien » pourrait progressivement en arriver à dire qu'il est québécois, ivoirien-québécois, ou encore ivoirien-canadien.

En raison de la complexité et de la multidimensionnalité de cette notion, il est primordial de distinguer les composantes de l'identité ethnique. Ce concept est vaste et inclut aussi plusieurs aspects dont l'auto-identification ; l'affirmation et l'appartenance ; les comportements et les pratiques culturelles ou ethniques (Phinney, 1990, 1992).

Dans un premier temps, l'identité ethnique consiste à se désigner comme étant membre d'un groupe ethnique particulier en se basant sur la race, la religion, l'ethnie, la tribu ou encore le pays d'origine (Ashmore et al., 2004). Ceci correspond à l'auto-identification où l'individu se définit par l'usage d'une étiquette qu'il aurait pu choisir ou qui lui aurait été imposée. Prenons l'exemple d'un individu originaire du Cameroun et dont la tribu est Bakoko. Celui-ci pourrait choisir de se désigner comme étant Camerounais. Il pourrait également s'identifier en tant qu'Africain ou encore se définir de par sa tribu en disant : "je suis Bakoko". Cependant, un individu dont les deux parents ont des cultures différentes, aura sans doute plus de mal à choisir une étiquette ethnique en raison de sa dualité culturelle (Phinney, 1990). Il est vrai que l'individu peut utiliser plusieurs étiquettes pour se définir selon le contexte dans lequel il se trouve (Phinney et Ong, 2007 ; Portes et Rumbaut, 2001). Néanmoins, l'auto-identification s'impose généralement à ceux qui se distinguent d'un groupe dominant de par leur couleur de peau, langue, coutumes ou encore habillement (Phinney, 1990). Dans le contexte québécois ou canadien, les immigrants issus des minorités visibles sont susceptibles de ne pas s'identifier aux québécois ou aux canadiens de souche mais ils risquent aussi de se sentir isolés ou étrangers (Moghaddam, 1992). Ceci nous permet de souligner qu'être membre d'une minorité visible influence la perception qu'un individu a de lui-même au sein d'une société d'accueil.

L'identité ethnique renvoie également à l'appartenance ethnique (Cohen, 1978 ; Hirschman, 1981 ; Phinney 1992). La théorie de l'identité sociale (en anglais, *Social Identity Theory*) suggère que l'individu va évaluer les différentes alternatives qui se présentent à lui pour choisir son groupe, une fois que l'individu se reconnaît comme

membre d'un groupe, ce sentiment d'appartenance lui permettra de renforcer son estime de soi (Tajfel, 1978). Cette idée corrobore d'ailleurs les résultats de l'étude de Lewin réalisée en 1948, qui reviennent à dire qu'un individu a besoin de s'identifier à un groupe pour maintenir un certain bien-être. Toutefois, cette théorie est infirmée par Phinney (1990) qui considère qu'un individu peut s'identifier à un groupe sans pour autant développer un sentiment d'appartenance à l'égard du groupe en question. Un individu qui s'assimile à un groupe particulier peut choisir d'affirmer son appartenance à celui-ci en exprimant sa fierté ethnique et son attachement ethnique (Phinney, 1990). Dès lors qu'un individu a la capacité d'établir des similitudes avec un groupe particulier et de se sentir différent des membres d'un autre groupe, nous pouvons dire qu'il a développé un sentiment d'appartenance à l'égard du groupe dont il se sent similaire (Lax et Richard, 1981). En développant des liens plus ou moins forts avec son groupe ethnique, un individu peut ressentir une émotion positive liée à ce sentiment d'appartenance. Il s'agit donc de la fierté ethnique et de l'attachement ethnique (Phinney, 1990, 1992 ; Valk et Karu, 2001). La fierté ethnique désigne le fait d'admirer sa culture, son groupe ethnique (Keefe et Padilla, 1987). Ce sentiment d'admiration implique que les individus du groupe ethnique favoriseront les échanges au sein de leur groupe ethnique (Keefe et Padilla, 1987). Le sentiment de fierté qu'un individu pourrait éprouver à l'égard de son groupe n'est pas contextuel (Valk et Karu, 2001). Par exemple, un individu d'origine congolaise qui est né en Amérique et qui y a vécu toute sa vie pourrait éprouver un sentiment de fierté à l'égard de son groupe ethnique tout aussi fort qu'un autre individu congolais qui n'a jamais quitté le Congo. La notion d'attachement ethnique quant à elle suggère l'identification à un groupe ethnique particulier et le maintien de liens socio-culturels avec les membres de ce groupe particulier (Greenstone, 1975).

L'adhésion à un groupe particulier suggère que l'individu s'adonne à des activités ou des comportements propres à cette communauté à laquelle il s'identifie (Phinney, 1992). Chaque groupe ethnique est associé à des éléments qui lui sont particuliers, tels que le langage, la tenue vestimentaire, la musique, les coutumes, les fêtes traditionnelles et les habitudes alimentaires. D'ailleurs, en recensant les études impliquant le concept

d'identité ethnique, nous avons pu noter que les dimensions les plus souvent utilisées à travers un grand nombre de groupes ethniques sont : le langage, les fréquentations, la religion, l'implication dans des associations communautaires, les préférences alimentaires et les célébrations traditionnelles (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998 ; Phinney, 1990). Ainsi, il est essentiel de prendre en compte ces aspects à la fois variés et potentiellement distincts dans la définition de l'identité ethnique des individus.

L'identité ethnique n'est pas un construit statique, au contraire, elle évolue au fil du temps et des contextes dans lesquels vivent les immigrants (Erickson, 1968 ; Marcia, 1980 ; Phinney, 2003 ; Zimmerman et al., 2008). S'agissant d'un concept malléable et dynamique, il conviendrait d'expliquer de quelle manière l'identité ethnique se forme.

### **1.1.2. La formation de l'identité ethnique**

Dans les années 1960, les travaux d'Erickson, un psychanalyste, mettent l'emphase sur le processus de développement de l'identité et par extension l'identité sociale. Erickson (1968) considère que les parents et la société jouent un rôle majeur dans la formation de l'identité d'un individu. Le développement identitaire est un phénomène qui commence dès l'enfance et qui peut se dérouler tout au long de la vie d'un individu (Erickson ; 1968). Dès l'enfance, un individu acquiert des normes, des valeurs et des habitudes propres à sa culture. Généralement, un individu se base sur ces éléments pour construire son identité et définir peu à peu qui il est. Certes dans sa théorie du développement psychosocial, Erickson (1968) se focalise sur l'identité de l'égo, toutefois, celui-ci considère que l'environnement est également à prendre en compte dans le développement identitaire.

Marcia (1980) a mis en place un modèle empirique incluant deux phases lors du développement de l'identité : l'exploration et l'engagement. Les étapes de la formation de l'identité ethnique varient selon les interactions que l'individu a avec sa famille et les membres de sa communauté ethnique (Phinney et al., 2001). Au fond, ces étapes d'ordre général reflètent en partie l'expérience d'adaptation de tout immigrant : l'individu arrive sur place et il explore le nouvel environnement dans lequel il va devoir évoluer et,



par la suite, il est confronté à des choix qui pourraient se résumer par les notions d'approche et d'évitement.

En réalité, un Sénégalais habitant au Sénégal ne se posera certainement pas de question sur son identité à moins d'interagir avec des cultures différentes. Par exemple, en immigrant en Europe ou en Amérique, il se verra certainement attribuer plusieurs étiquettes telles que "noir", "sénégalais" ou encore "africain" par les occidentaux. Son identité devient alors saillante. En effet, après être entré en contact avec une culture différente de la sienne, l'immigrant pourrait se questionner sur sa propre identité. Ainsi, tel que l'exemple cité ci-dessus l'insinue, la phase d'exploration est déclenchée par des interactions intergroupes ou un changement de contexte (Phinney, 2004). Durant la phase d'exploration, l'individu analyse des informations et expérimente plusieurs alternatives. Pour trouver des renseignements en lien avec son groupe ethnique, l'individu aura tendance à participer à plusieurs événements reliés à sa culture d'origine (Ashmore et al., 2004 ; Marcia, 1980). L'identité ethnique se forme en fonction des valeurs, attitudes et sentiments d'appartenance qui ont été acquis au cours des expériences socioculturelles (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998). La phase d'engagement se caractérise par la création de liens plus ou moins forts avec un groupe ethnique spécifique (Phinney, 2004). Cette phase débute lorsque l'individu commence à s'investir dans les activités liées à son groupe ethnique. Il ne se contente plus de participer à des événements reliés à sa culture, mais il s'implique dans des associations avec des membres de son groupe ethnique. Toutefois, l'engagement n'implique pas nécessairement l'exploration (Marcia, 1980 ; Phinney, 2004).

Dépendants du degré d'exploration et d'engagement, quatre statuts identitaires ont été mis en évidence : l'état identitaire diffus, l'état identitaire forclos, l'état identitaire moratoire et l'état identitaire accompli (Marcia, 1980).

Un individu se trouvant dans la phase de l'identité diffuse n'a pas exploré son groupe ethnique et ne s'est pas engagé. Cet état se caractérise par un manque de structure identitaire basique. Durant cette étape, les immigrants issus des minorités visibles auront tendance à être attirés par la culture dominante (Cross, 1978). L'état identitaire forclos implique que l'individu ait pris des engagements sans toutefois passer par la

phase exploratoire. Ainsi, cet individu se fie aux valeurs inculquées par ses parents. L'individu qui passe par la phase d'exploration sans engagement est dans un état identitaire moratoire. Cet état identitaire est donc une période de transition. Enfin, l'individu atteint l'état identitaire accompli après être passé par les phases d'exploration et d'engagement.

Après avoir donné une description de l'identité ethnique et de la manière dont celle-ci se développe, examinons le cas des individus d'Afrique subsaharienne francophone.

### **1.1.3. Identité ethnique et consommation**

#### **1.1.3.1. L'identité ethnique du groupe cible**

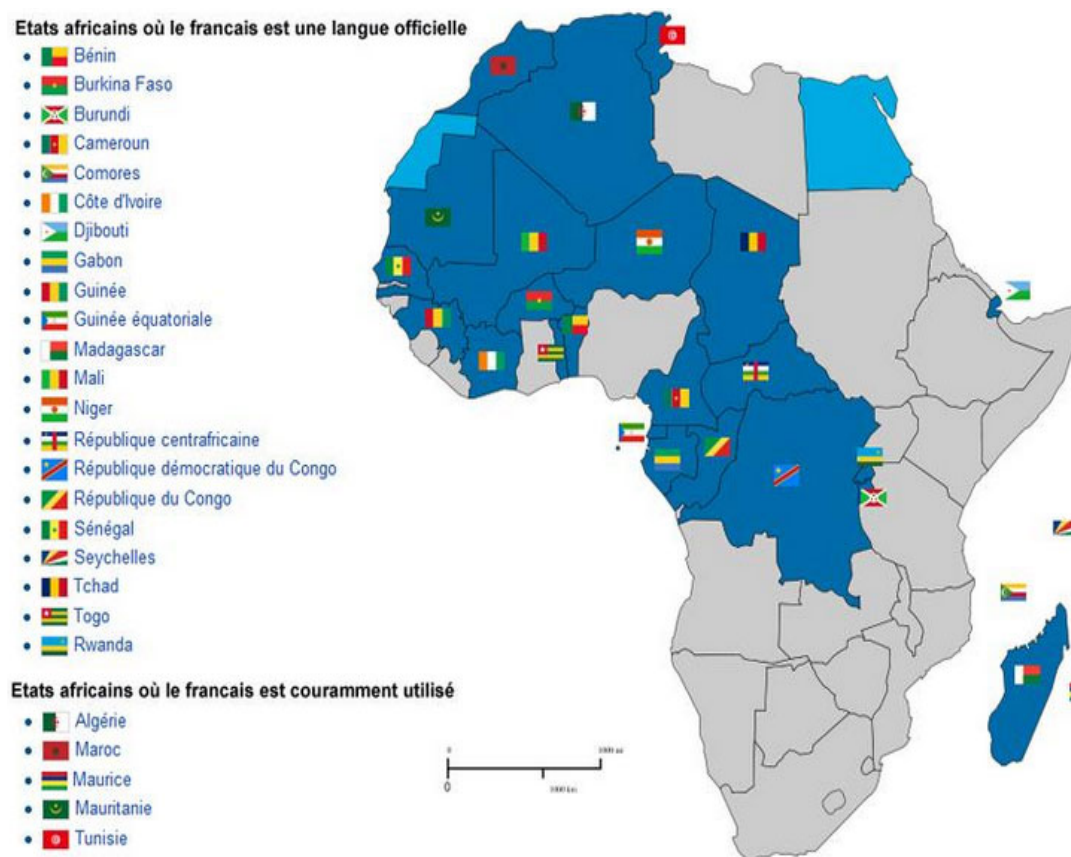
D'une manière générale, les individus francophones originaires d'Afrique subsaharienne sont peu représentés dans la littérature. Il est vrai que certains auteurs au Canada se sont intéressés aux pratiques identitaires (Grant, 2007 ; Madibbo, 2010 ; Mensah, 2014) ; aux comportements de plaintes (Souiden et Ladhari, 2011) et à l'intégration en terme de logement et d'emploi des immigrants d'Afrique subsaharienne. Cependant, peu d'entre eux ont fait un lien entre l'acculturation et les habitudes alimentaires (Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Parmi ces études publiées, à notre connaissance, aucune n'allie les concepts d'identité ethnique, d'acculturation, de comportements alimentaires et de discrimination perçue.

La recherche que nous entreprenons visant à comprendre en partie de quelle manière l'identité ethnique influence le comportement alimentaire des immigrants africains subsahariens francophones vivant à Montréal, il serait pertinent de définir l'Afrique subsaharienne francophone et de considérer les disparités évidentes qui existent entre cette communauté et le groupe dominant : les québécois de souche.

Comme nous l'indique la Figure 1-1, nombreux sont les pays francophones en Afrique. Cependant, dans le cadre de cette recherche, nous avons écarté les pays du Maghreb, soit l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Nous avons choisi de nous concentrer sur l'Afrique subsaharienne francophone car cette population est encore peu connue dans la

littérature académique et l'immigration de ces groupes vers le Canada est un phénomène plus récent et donc moins étudié.

**Figure 1-1 Afrique francophone**



(Source : Impératif-français)

Dans un premier temps, nous remarquons qu'en arrivant au Canada ou plus précisément au Québec, les ressortissants d'Afrique subsaharienne se retrouvent en situation minoritaire. Nous ne pouvons donc pas faire l'impasse sur la notion de minorité visible. D'après le site Internet de Statistique Canada, la définition de la notion de minorité visible se base sur la Loi sur l'équité en matière d'emploi. Cette loi stipule que les minorités visibles sont « les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche ». De ce fait, selon cette même loi, dans l'intégralité du territoire canadien, les africains subsahariens sont catalogués comme étant un groupe minoritaire car ils rentrent dans ces critères.

Considérons maintenant les caractéristiques identitaires perceptibles des individus d'Afrique subsaharienne francophone.

L'une des principales pratiques associées à l'identité ethnique est le langage utilisé. Par

contre, la langue française en soi ne représente pas nécessairement une dimension saillante dans notre étude car en raison de leur héritage colonial, l'anglais et le français sont des langues officielles dans la majorité des pays d'Afrique subsaharienne (Mensah, 2014). Partant de ce principe, les immigrants africains venus s'installer au Québec sont souvent d'emblée francophones ou anglophones. Pour notre étude, nous nous concentrons sur les immigrants africains subsahariens qui sont francophones. Bien que dans certains pays d'Afrique subsaharienne francophone, le français peut être une langue officielle, il existe également plusieurs dialectes propres à certains pays et certaines tribus d'Afrique tels que le « wolof » pour les sénégalais (Mensah, 2014) ou le « lingala » pour les congolais. Conséquemment, dans notre recherche visant à comprendre le comportement identitaire des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne, il importe de considérer l'usage des langues africaines.

De plus, en admettant que ces individus utilisaient déjà le français dans leurs pays d'origine, il serait judicieux de considérer leurs accents ou intonations et non pas seulement la langue qu'ils utilisent. Bien que la langue utilisée puisse être propre à une communauté, remarquons que l'accent a aussi son importance dans l'association d'un individu à un groupe. Becker (1995) note que "l'accent est une composante du langage d'un individu permettant d'identifier les origines ethniques de cet individu quelque soit le langage qu'il utilise" (traduction libre p.37). Ainsi, l'accent véhicule des informations sociales bien spécifiques telles que l'origine d'un individu ou encore sa classe sociale (Kinzler, Dupoux et Spelke, 2007 ; Lippi-Green, 1997). Certaines recherches illustrent la distinction qui existe entre les différents accents français. A titre d'exemple, l'accent sénégalais et l'accent ivoirien sont différents de l'accent français standard (De Mareuil, Rouas et Yapomo, 2011). Dans le contexte québécois, certes les québécois sont francophones, toutefois, leurs intonations et leurs expressions diffèrent de celles des africains francophones et des autres groupes francophones à travers le monde. Au Canada, des immigrants africains ont fait remarquer que leur accent africain leur a souvent été préjudiciable et qu'il leur était souvent difficile de communiquer avec les canadiens de souche (Mensah, 2014). Ceci nous confirme non seulement que l'accent

est une différence saillante entre l'Afrique francophone et le Québec, mais aussi que cette variable peut être pertinente pour notre étude.

D'après une expression populaire, il semblerait que "l'habit ne fait pas le moine", toutefois, l'habit pourrait servir à signaler l'identité d'un individu (Peñaloza, 1994) tout comme l'uniforme d'un policier signale son identité, son rôle, etc. Rovine (2006) s'est consacrée à étudier la mode africaine et a remarqué que les vêtements traditionnels africains varient selon le pays d'origine et les ethnies africaines. Le kaba, le boubou, le dashiki, le pagne kita sont des tenues traditionnelles que l'on peut retrouver dans diverses parties d'Afrique (c. Figure 1-2).

En se référant aux entrevues réalisées par Baffoe (2010) auprès de 42 immigrants africains résidant à Toronto, Winnipeg et Montréal, et celles réalisées en Angleterre par Gbadamosi (2012) nous apprenons que tous les immigrants africains interrogés ont signalé qu'ils portent des vêtements en tissus africains durant les fêtes de leur groupe ethnique ou encore à l'occasion de la célébration des fêtes nationales. De plus, une étude réalisée auprès des femmes Africaines immigrées en Angleterre va beaucoup plus loin et nous fait comprendre que ces femmes conservent leurs vêtements traditionnels dans le but d'affirmer leur appartenance à ce groupe ethnique qui se trouve en situation minoritaire en Angleterre (Gbadamosi, 2012). La tenue vestimentaire africaine semble aussi être une expression de l'identité ethnique de ce groupe.

Figure 1-2 Tenues africaines

*Kaba*

(Source : Jowial.com)

*Boubou*

(Source : Ashantisboutik.fr)

## Chemises africaines pour Homme

Tuniques *Dashiki*

(Source : [Ashantisboutik.fr](http://Ashantisboutik.fr))

L'étude sur le maintien de l'identité nationale et culturelle des immigrants au Canada réalisée par Grant (2007) permet de mettre en avant le fait que les immigrants africains participent à des activités culturelles et s'organisent en groupes culturels. En outre, les résultats de l'étude sur la reconstruction sociale du pays d'origine des immigrants africains au Canada réalisée par Baffoe (2010) complémente cette information en signalant qu'à travers leurs implications dans certaines organisations sociales et certaines célébrations, ces immigrants maintiennent des liens forts avec leur culture mais également des liens sporadiques notamment au travers des fêtes. En somme, les immigrants africains semblent non seulement prêts à se réunir dans le cadre de groupes sociaux ethniques, à reproduire des fêtes en lien avec leur groupe ethnique, mais également à organiser de grandes réceptions à l'occasion des fêtes nationales de leurs pays d'origine. Selon Madibbo (2010), ces initiatives culturelles serviraient à consolider l'identité ethnique des membres d'une même communauté.

À travers un grand nombre d'études portant sur une variété de groupes ethniques, certaines dimensions culturelles de l'identité ethnique ressortent souvent dont la langue, l'usage des médias, les fréquentations amicales et les fréquentations d'institutions à caractère ethnique (Phinney, 1990).

En effet, à travers l'usage des médias, ces immigrants réussissent à se remémorer leur pays d'origine (Baffoe, 2010). Par exemple, ces immigrants tentent de rester connectés à leur culture en écoutant des radios africaines (Baffoe, 2010). En se référant aux entrevues de cette étude qualitative menée par Baffoe (2010), nous constatons que les médias propres à ces groupes ethniques jouent clairement un rôle dans le maintien de leur identité ethnique après immigration au Canada. Les fréquentations jouent également un rôle dans la définition de leur identité. En effet, le fait d'interagir avec des membres de leur groupe permettrait aux individus de renforcer leur identité ethnique (Keefe et Padilla, 1987 ; Laroche, Kim et Tomiuk, 1998).



### **1.1.3.2. L'identité ethnique et la consommation alimentaire du groupe cible**

Plusieurs recherches ont découvert que les préférences alimentaires symbolisent la culture et l'identité des individus (Edles, 2004 ; Fox, 2003 ; Wallendorf et Reilly, 1983). En consommant certains types d'aliments, les individus expriment leurs origines, attitudes et croyances (Mora, 1998 ; Peñaloza, 1994). Ainsi, les habitudes alimentaires sont plus persistantes que les autres pratiques identitaires (Cervellon et Dubé, 2005 ; Park, Paik, Skinner et Spindler 2003). L'alimentation implique des règles socio-culturelles propres à chaque groupe ethnique (Calvo, 1980).

Les répondants africains interrogés lors de l'étude de Baffoe (2010) rapportent que « préparer des plats traditionnels leur permet de maintenir des liens et des souvenirs de leur pays d'origine ». Une autre étude réalisée en 2011 auprès de la communauté afro-antillaise dans la région de Toronto démontre que les africains n'abandonnent pas complètement leur régime alimentaire traditionnel lorsqu'ils immigreront dans un autre pays (Adekunle et al., 2011). En effet, ces auteurs ont mis en évidence le fait que bien que les immigrants de ces groupes ethniques soient disposés à apprendre les valeurs et les pratiques alimentaires des autres cultures, ils préfèrent consommer les produits alimentaires et les marques alimentaires issues de leur culture et qui leurs sont familiers (Adekunle et al., 2011). Selon Douglas (1979), le maintien des pratiques alimentaires des groupes ethniques leur permet d'affirmer leur appartenance ethnique. Rappelons que la notion d'appartenance ethnique inclut les deux concepts suivants : l'attachement ethnique et la fierté ethnique (Phinney, 1990, 1992 ; Valk et Karu, 2001). Au final, en se basant sur les propos de Douglas (1979), il s'avèrerait que le fait de fréquenter un type de magasin permettrait aux individus de signaler leur fierté ethnique et leur attachement ethnique. Nous posons les hypothèses suivantes :

**H1 : La fierté ethnique aura un effet significatif et positif sur la fréquentation des magasins ethniques spécialisés**

**H2 : L'attachement ethnique aura un effet significatif et positif sur la fréquentation des magasins ethniques spécialisés**

Quelque soit le pays d'accueil, le maintien spatial et temporel de l'alimentation est commun à tous les groupes ethniques (Calvo, 1982). Plus le groupe ethnique est représenté dans un espace géographique, plus il y a de chance de retrouver des points de vente spécialisés dans la vente de produits importés (Calvo, 1982). On parle alors d'enclaves alimentaires où l'approvisionnement en produits exotiques ou d'importation est possible.

Nous venons de définir le concept d'identité ethnique qui fait référence à : l'auto-identification, l'appartenance ethnique, la langue utilisée, l'accent, la tenue vestimentaire, les médias, les fréquentations et célébrations culturelles. À cette étape, il y aurait lieu de se pencher sur le concept d'acculturation. Dans le contexte de cette étude, après immigration, la notion d'identité ethnique chez l'immigrant au Québec peut être vue comme une forme de maintien des pratiques de la culture d'origine alors que l'acculturation représente un apprentissage de la culture dominante. Ces deux processus expliquent bien le caractère multiculturel de pays tels que le Canada et l'Australie (Berry, 1997).

## **1.2. LE PROCESSUS D'ACCULTURATION**

Dans cette partie, nous passerons en revue la définition générale de l'acculturation et le phénomène de *changement culturel*. Nous aborderons aussi le cas du Canada, celui des populations africaines ainsi que les facteurs influençant le processus d'acculturation de ces populations dans le contexte canadien.

### **1.2.1. Définition générale**

Lorsque des individus de cultures différentes entrent en contact, ils se doivent de trouver des manières de s'adapter afin de minimiser les conflits qui peuvent émaner de ces interactions. C'est donc à partir de ce moment qu'intervient le concept d'acculturation.

Plusieurs chercheurs en sociologie, psychologie et anthropologie se sont intéressés à la notion d'acculturation et deux approches en sont ressorties. À travers une vaste

littérature, le concept d'acculturation revêt donc plusieurs significations.

D'une part, l'acculturation se présente comme un processus bidirectionnel et réactif durant lequel les immigrants et les membres de la culture hôte choisissent de retenir ou d'abandonner certains éléments de leur culture originelle au profit de ceux de l'autre culture (Social Research Council, 1954). D'autre part, cette notion est perçue comme étant un phénomène s'imposant aux immigrants et n'ayant aucune incidence sur les individus de la culture d'accueil (Park, 1914 ; Persons, 1987).

Bien que nombreux soient les auteurs qui ont tenté d'expliquer cette notion, la définition qui demeure souvent retenue dans la littérature traitant d'acculturation est celle que les anthropologues Redfield, Linton et Herbskovits ont proposé en 1936. Ceux-ci stipulent que l'acculturation est un processus au cours duquel des groupes d'individus de cultures différentes interagissent de manière continue et que ces interactions sont susceptibles de générer des changements au niveau des comportements d'origine d'un ou des deux groupes ethniques (Redfield, Linton et Herbskovits, 1936). Cette approche prend en compte la notion de pluralisme ethnique selon laquelle plusieurs groupes ethniques peuvent coexister sans qu'il y en ait un qui prenne nécessairement l'ascendant.

Contrairement à ceux qui prônent que l'acculturation pourrait être un processus à double sens où les membres des deux cultures empruntent mutuellement des éléments propres à leur groupe ethnique, les théoriciens du *melting-pot* ont un tout autre point de vue. Ceux-ci estiment que ce sont les individus du groupe ethnique minoritaire qui s'assimileront progressivement à la culture d'accueil (Gordon, 1964 ; Landrine et Klonoff, 1994 ; Persons, 1987). Ces derniers décrivent l'acculturation comme étant un cheminement durant lequel les immigrants vont graduellement perdre leur identité culturelle afin d'adopter la culture du pays hôte. Dans ce cas, le concept d'acculturation est généralement considéré comme étant synonyme de l'assimilation où la culture du groupe dominant est imposée au groupe non-dominant.

Il en ressort donc que pour certains, le concept d'acculturation fait référence à l'acquisition des traits et comportements de la culture dominante (Park, 1914 ; Laroche,

Kim et Tomiuk, 1998) tandis que pour d'autres, il implique un phénomène plus large qui renferme aussi la rétention des traits et comportements de la culture d'origine (Berry, 1980). Cette dernière perspective entremêle des concepts qui pourraient être à la rigueur distincts (Tomiuk, 1993). Pour les fins de ce mémoire et dans le but d'éviter des chevauchements conceptuels et théoriques, nous définissons l'acculturation comme se limitant à l'acquisition des traits et comportements de la culture d'accueil (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998).

Après être arrivés dans le pays d'accueil, les immigrants sont amenés à vivre dans un environnement différent tout en prenant connaissance des aspects de la nouvelle culture (Peñaloza, 1994). Malgré leurs divergences, les anthropologues et les théoriciens du melting-pot s'entendent pour dire que le changement culturel sera facilité par la fréquence des contacts entre les deux groupes ethniques (Redfield, Linton et Herbskovits, 1936 ; Persons, 1987).

### **1.2.2. Acculturation : changement culturel**

L'acculturation combinée à l'identité ethnique s'inscrivent dans un phénomène plus large qui est appelé « changement culturel » (en anglais, *culture change*) (Keefe et Padilla, 1987 ; Phinney, 1990). Dans ce modèle, il s'avère que l'identité ethnique et l'acculturation sont corrélées de manière négative (Keefe et Padilla, 1987 ; Phinney, 1990 ; Laroche, Kim et Tomiuk, 1998).

Il a été démontré qu'il existe quatre modes d'acculturation : l'assimilation, l'intégration, la séparation et la marginalisation (cf. Figure 1-3) (Berry, 1980 ; 1988 ; 1997). Alors que pour certains, l'assimilation était synonyme d'acculturation, les travaux de Berry (1980) permettent de conclure que l'acculturation est un phénomène beaucoup plus complexe.

**Figure1-3 Stratégies d'acculturation adaptées de Berry (1980)**

	CONSERVATION DE L'IDENTITE ETHNIQUE	REJET DE L'IDENTITE ETHNIQUE
ETABLISSEMENT ET MAINTIEN DES RELATIONS AVEC LE GROUPE DOMINANT	<b>INTEGRATION</b>	<b>ASSIMILATION</b>
REJET DES RELATIONS AVEC LE GROUPE DOMINANT	<b>SEPARATION</b>	<b>MARGINALISATION</b>

Effectivement, à leur arrivée en terre d'accueil, les immigrants peuvent se questionner au sujet de l'attitude à adopter vis-à-vis de leur groupe ethnique mais également vis-à-vis du groupe local. Plus précisément, il se peut qu'ils se remettent en question et s'interrogent quant à la conservation de leur héritage culturel et la nécessité de tisser des liens avec le groupe dominant. La condition *sine qua non* de ce modèle est que le groupe non-dominant ait la possibilité de choisir son schéma d'adaptation (Berry, 1980). Les quatre choix proposés par Berry sont en fonction : (1) des attitudes des immigrants face à la culture d'accueil ou dominante et (2) des attitudes des immigrants face à leur culture d'origine. Par conséquent, ce modèle impliquerait que tout au long du processus d'adaptation, les individus aient la possibilité d'explorer divers modes avant de se fixer (Berry et Kim, 1988). Cependant, dans la réalité, les immigrants n'ont pas toujours le choix d'un mode d'adaptation car les aléas de la société peuvent les pousser à se réfugier dans leur communauté ethnique.

Un groupe d'immigrants ne voyant aucun intérêt à maintenir sa culture d'origine et souhaitant interagir avec la culture d'accueil aura recours au mode d'assimilation. Ce mode requiert l'acceptation du groupe non-dominant par le groupe dominant (Spiro, 1955). Une fois que le groupe minoritaire est accepté, celui-ci peut communiquer de manière continue avec les membres de la culture d'accueil afin d'apprendre et d'acquérir leur système de valeurs ainsi que leurs attitudes (Berry, 1980 ; Eaton, 1952). Progressivement, le groupe non-dominant va se dissocier de sa culture d'origine et devenir un membre à part entière de la communauté d'accueil. Une société qui est

ouverte à la diversité culturelle facilitera l'adaptation d'un groupe d'immigrants en lui donnant la liberté de maintenir sa culture originelle tout en s'impliquant dans la société d'accueil. Ceci correspond au mode d'intégration (Berry, 1991 ; Berry et Kalin, 1995). Ce mode suppose une accommodation mutuelle durant laquelle les deux groupes sont prêts à s'adapter et à accepter de vivre ensemble en reconnaissant leurs divergences culturelles (Berry, 1991). Le désintérêt d'un groupe d'immigrants à s'impliquer dans la communauté dominante combiné au désir de maintenir sa culture d'origine mène au mode de séparation (Berry 1980). Finalement, la marginalisation fait référence au rejet des deux cultures, soit la culture d'origine et la nouvelle culture. Dans ce mode, le groupe d'immigrants ne souhaite ni maintenir sa culture originelle ni tisser des liens avec la culture d'accueil. Cette modalité entraîne souvent des problèmes psychologiques liés aux forts niveaux de stress qu'elle engendre (Berry, 1980).

La vision de ce modèle de changement culturel implique potentiellement que certains traits propres à la culture d'origine soient perdus et finissent par être substitués par ceux de la culture d'accueil (Phinney, 1990). Le *changement culturel* est basé sur le *pluralisme ethnique* ou le *multiculturalisme* (Kim, Laroche et Tomiuk, 2001). Selon cette perspective, les immigrants peuvent non seulement perdre ou maintenir leur propre culture d'origine mais aussi acquérir des traits de la culture dominante. Au Canada, le multiculturalisme ou la diversité ethnique est vu comme étant désirable. Ceci est clairement reflété dans diverses lois fédérales

### **1.2.3. Acculturation de consommation alimentaire**

D'une culture à l'autre, les valeurs, les normes, les coutumes et les habitudes de consommations sont différentes. Ainsi, en arrivant dans un nouveau pays, les immigrants sont amenés à apprendre des nouvelles valeurs, normes mais également des nouveaux comportements de consommation. Ainsi, le concept d'acculturation s'étend à la consommation et à bien d'autres domaines de la vie courante. L'acculturation de consommation fait référence à un processus durant lequel les immigrants adoptent les attitudes et les habitudes des individus qui résident dans le

pays d'accueil pour les convertir en comportements de consommation (Lee, 1988 ; Peñaloza, 1994). En fait, l'acculturation de consommation est une conséquence de l'acculturation générale. Deux options s'offrent aux immigrants : apprendre et intégrer des comportements de consommation de la culture d'accueil à ceux émanant de la culture d'origine ou apprendre et adopter exclusivement les comportements de consommations de la culture d'accueil (Satia-Abouta, Patterson, Neuhouser et Elder 2002).

Une des dimensions sous-jacentes de l'acculturation de consommation est l'acculturation alimentaire. Pour les immigrants, l'acculturation alimentaire consiste à adapter leurs habitudes alimentaires en fonction du contexte culturel dans lequel ils se trouvent (Satia-Abouta et al., 2002). En arrivant dans un nouveau pays, les immigrants sont face au choix de modifier leur régime alimentaire traditionnel ou de le conserver. Satia-Abouta et al. (2002) ont développé un modèle d'acculturation alimentaire. Ils découvrent que le régime alimentaire des immigrants peut être affecté par divers facteurs, à savoir, socio-économiques, démographiques, culturels et environnementaux. Inévitablement, ces schémas d'acculturation sont assujettis à certaines variables telles que : la disponibilité des produits alimentaires traditionnels, leurs coûts ou encore la présence de magasins et de restaurants ethniques.

Les immigrants ont le choix entre trois schémas d'acculturation alimentaire : maintenir les habitudes alimentaires traditionnelles ; adopter les aliments consommés dans la société d'accueil ou encore opter pour une combinaison des deux régimes alimentaires (Satia-Abouda et al., 2002).

Dans un contexte d'intégration à la culture hôte, les pratiques alimentaires s'avèrent être les dernières à se résorber (Cervellon et Dubé, 2005). Il a été noté que les immigrants mexicains (Peñaloza, 1994) refusent de se conformer aux habitudes du groupe dominant qui consomment des aliments transformés et des produits surgelés. Au contraire, les minorités ethniques préfèrent acheter des produits frais afin d'élaborer eux-mêmes leurs plats car la qualité des produits fait partie des critères primordiaux lors de leur choix en terme d'aliments (Ackerman and Tellis, 2001; Goldman et al., 1999 ;

Goldman et Hino, 2005 ; Jamal, 2003). Incontestablement, les habitudes alimentaires post-migratoires des immigrants dépendront des caractéristiques de la société d'accueil, à savoir, si celle-ci est ouverte au pluralisme culturel et également s'il y a possibilité de s'approvisionner en denrées consommées dans le pays d'origine (Calvo, 1982).

À leur arrivée dans un nouveau pays, les immigrants sont amenés à apprendre plusieurs aspects en lien avec les pratiques alimentaires. En effet, ils doivent prendre connaissance de l'offre disponible en termes de produits et de points de vente de la ville dans laquelle ils résident (Calvo, 1982).

En somme, le niveau d'acculturation de l'immigrant pourrait influencer sur l'achat des aliments ethniques et l'ajustement aux pratiques alimentaires du pays d'accueil (Adekunle et al., 2011). Autrement dit, plus les immigrants se seront intégrés à la culture hôte, moins ils tiendront à acheter des produits alimentaires traditionnels et plus ils s'ouvriront aux produits alimentaires locaux.

#### **1.2.4. Acculturation : le cas du Canada**

Le contexte dans lequel les immigrants se retrouvent peut également influencer leurs manières de s'adapter. Certains pays adoptent des politiques supportant l'intégration des individus et permettant aux individus de développer une « identité biculturelle » (Phinney et al., 2001). Dans le cadre de cette étude, il est indispensable que nous nous penchions sur la situation du Canada.

Le Canada arbore le drapeau d'une politique intégrationniste selon laquelle le pluralisme ethnique serait respecté (Berry, 1991 ; Bourhis et al., 1997 ; Phinney, 1990). Le Canada fait partie de ces pays dont le gouvernement soutient le maintien de la culture des immigrants. Dans les années 1970, le gouvernement fédéral canadien ayant remarqué que l'assimilation n'était pas un mode qui fonctionnait, a décidé de mettre en place une politique multiculturaliste. Celle-ci avait pour but de permettre aux différents groupes ethniques qui immigraient de conserver leur propre identité. La réforme se concrétise avec l'Acte Multiculturel de 1988. Dès lors, le Canada devient officiellement le premier pays multiculturel (Souiden et Ladhari, 2011). Dans un contexte canadien caractérisé



par le bilinguisme, cette politique semblait aller de soi.

Cette politique du multiculturalisme au Canada comprend quatre volets. Le premier volet de cette politique consiste à assurer la liberté culturelle de tous les canadiens en leur permettant de se développer comme groupe distinct dans la société canadienne. Le deuxième volet de cette politique implique d'abolir les discriminations afin de développer une cohabitation harmonieuse des différents groupes au sein de la société canadienne. Le troisième volet suggère que ces groupes distincts doivent partager leurs cultures et valeurs. Finalement, le quatrième volet requière l'apprentissage d'une ou plusieurs langues communes.

### **1.2.5. Acculturation : le cas de la population africaine**

En examinant le corpus de recherches traitant des modes d'acculturation des populations africaines et des minorités visibles dans d'autres parties du monde, plusieurs constats en découlent. Une variété de travaux a démontré que les minorités visibles telles que les africains ou les asiatiques ne sont pas nécessairement bien reçues par des pays d'accueil en Europe et en Amérique du Nord (Abu-Laban, 1998 ; Grant, 2007 ; Li, 2003). Au Canada, Grant (2007) signale que les immigrants africains pourraient se sentir moins à l'aise en raison des divergences existant entre la culture africaine et la culture canadienne.

D'une manière générale, la littérature académique en dit davantage sur les individus anglophones originaires d'Afrique subsaharienne, que sur ceux qui sont francophones. Pour s'adapter dans un pays étranger, que ce soit en Europe ou au Canada, les immigrants originaires de l'Afrique de l'ouest ont tendance à sélectionner l'intégration ou la séparation comme modes d'acculturation (Luque et al., 2006 ; Souiden et Ladhari, 2011). De plus, autant en Europe qu'au Canada, les immigrants africains sont susceptibles de rester attachés à leur culture d'origine et de conserver des liens avec leur pays d'origine (Luque et al., 2006 ; Souiden et Ladhari, 2011 ; Wamwara-Mbugua, 2003). D'ailleurs, il a été constaté que les immigrants d'origine ghanéenne installés à Toronto retournent régulièrement dans leur pays ; qu'ils effectuent des transferts

monétaires et participent à des associations ethniques. Ainsi, ces immigrants maintiennent des liens plus ou moins forts avec leur pays d'origine quelque soit leur durée de résidence au Canada (Owusu, 2003). Étant donné que ces études se sont focalisées sur l'ensemble des africains ou encore des africains anglophones et non les africains subsahariens francophones, nous avons souhaité y remédier.

### **1.2.6. Les facteurs psychosociaux influençant le changement culturel**

L'acculturation est influencée par plusieurs indicateurs psychosociaux tels que la durée de résidence dans le pays hôte ; la connaissance de la langue utilisée dans le pays d'accueil ; l'âge de l'immigrant et sa génération ; l'entourage et l'exposition aux médias (Peñaloza, 1994; Tropp et al., 1999).

Une étude réalisée auprès de mexicains immigrants aux États-Unis démontre que la durée de résidence est positivement corrélée à l'adoption des valeurs du pays d'accueil (Peñaloza, 1994). Ces résultats sont confirmés par des enquêtes réalisées auprès de communautés portoricaines (Tropp et al., 1999), vietnamiennes (Nguyen et al. 1999), asiatiques et africaines (Grant, 2007) aux États-Unis et au Canada. En d'autres termes, plus l'individu passera du temps dans le pays d'accueil, plus celui-ci prendra connaissance des valeurs reliées à ce nouveau pays et plus il sera disposé à modifier ses comportements. Toutefois, l'étude de Moghaddam (1992) réalisée auprès de certaines minorités visibles à l'exception de la communauté noire, contredit cette idée et indique que plus l'immigrant passera du temps au Québec, moins celui-ci sera favorable à adopter complètement la culture d'accueil. Néanmoins, les travaux de Grant (2007) suggèrent que l'acquisition de la citoyenneté n'implique pas nécessairement l'assimilation totale d'un immigrant dans la société d'accueil.

Dans le même ordre d'idée, les dernières générations d'immigrants s'adapteraient plus facilement que les premières (Birman et Trickett, 2001). Cette idée est appuyée par les résultats d'une étude réalisée auprès d'immigrants mexicains aux États-Unis. Les auteurs de cette étude dévoilent que la conscience culturelle des immigrants est influencée par leur génération (Keefe et Padilla, 1987). Autrement dit, les immigrants de

la première génération s'adaptent moins facilement dans le pays d'accueil que ceux de la troisième génération, car ces derniers ont moins de connaissances relatives à leurs origines (Keefe et Padilla, 1987).

Les immigrants qui sont prêts à utiliser la langue locale s'adapteront mieux que les individus qui ne veulent pas changer leur façon de parler selon le contexte dans lequel ils se trouvent (Peñaloza, 1994 ; Tropp et al, 1999).

Les fréquentations des immigrants sont aussi un facteur influençant leurs modes d'adaptation. Les immigrants qui arrivent dans un nouveau pays et qui y retrouvent de la famille ou des amis issus de leur groupe ethnique, auront tendance à rester avec leurs connaissances et à profiter de leurs expériences pour apprendre à vivre dans ce nouveau pays (Peñaloza, 1994 ; Satia-Abouta et al., 2002). Toutefois, bien que ces fréquentations puissent faciliter l'adaptation des immigrants dans le nouveau pays, il peut également arriver que ces mêmes fréquentations ralentissent leur changement culturel (Peñaloza, 1994). Effectivement, en se référant à des membres de leur communauté pour s'adapter dans le pays hôte, les immigrants risquent de prendre plus de temps à connaître cette nouvelle culture.

En outre, l'exposition aux médias est également un facteur déterminant l'adaptation des immigrants. En regardant les chaînes de télévisions locales ou en lisant les journaux et les magazines locaux, les immigrants seront exposés à la culture du pays d'accueil et pourront donc s'informer davantage sur celle-ci (O'Guinn et Faber, 1985 ; Peñaloza, 1994 ; Satia-Abouta et al., 2002). Inversement, les individus qui préfèrent suivre les actualités de leur pays d'origine via les médias propres à leur culture d'origine risquent d'être moins acculturés (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998).

De plus, l'offre alimentaire disponible, sa proximité et sa densité influence l'adaptation alimentaire dans le sens qu'elle peut provoquer des changements relatifs à la manière dont les individus se procurent les aliments (Satia-Abouta et al., 2002).

Le rejet ou l'adoption des traits de la culture d'accueil dépendent de la manière dont les

individus se sentent dans ce pays. Malheureusement, leurs sentiments peuvent être biaisés par de la discrimination perçue.

## **1.3. LA DISCRIMINATION PERÇUE**

Dans cette section, nous traiterons des facettes de la discrimination ; des cas du Canada et du Québec.

### **1.3.1. Les facettes de la discrimination et le changement culturel**

Nombreux sont les auteurs dénonçant que la discrimination perçue nuit à l'adaptation des minorités visibles (Bourhis et al., 2007). Phinney (1989) avance qu'en s'installant dans un nouveau pays, les groupes ethniques minoritaires peuvent aspirer à faire partie du groupe dominant. Néanmoins, ils peuvent se heurter à des attitudes négatives du groupe dominant au vu de leur statut de minorité (Phinney, 1989).

Certains immigrants se voient être discriminés en raison de diverses spécificités telles que : la couleur de peau, la religion, l'accent et les vêtements liés à des pratiques culturelles (Crocker, Major et Steele, 1998 ; Padilla et Perez, 2003). Effectivement, bien que des immigrants puissent tenter d'optimiser leur intégration au groupe dominant en modifiant certains de leurs comportements comme leur manière de parler ou de se vêtir, il se trouve que certains attributs tels que la couleur de peau ou l'accent ne peuvent être dissimulés. Ainsi, les immigrants ayant ces attributs sont susceptibles d'être sujets à de la discrimination (Goffman, 1963) (cf. Annexe 3). Keefe et Padilla (1987) ont fait la distinction entre la discrimination de groupe perçue et la discrimination individuelle perçue. La discrimination de groupe perçue implique que l'individu perçoit des attitudes ou des actions défavorables à l'égard de son groupe tels que la discrimination positive à l'embauche, dans les écoles ou encore les difficultés d'accès à certains services publics (Keefe et Padilla, 1987). D'autre part, la discrimination individuelle perçue se base sur les expériences individuelles défavorables telles que l'impolitesse, les traitements injustes ou encore des services de faible qualité (Keefe et Padilla, 1987).

Padilla (1980, 1987) rapporte que plus les immigrants perçoivent de la discrimination à

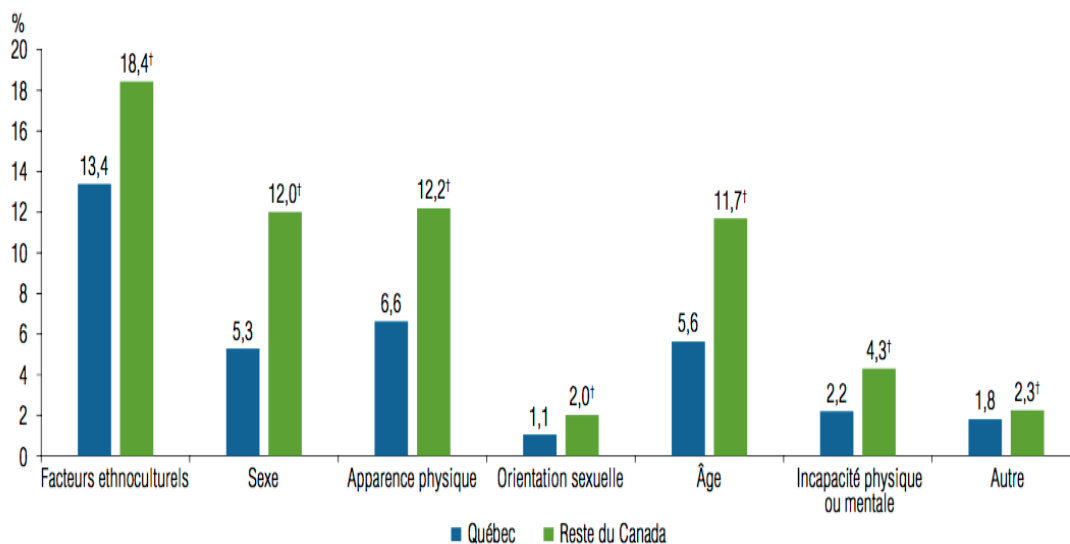
l'égard de leur groupe ethnique, plus ils voudront conserver leur héritage culturel et moins ils seront disposés à se rapprocher des individus du pays hôte. Il s'avère donc que les immigrants n'ont pas besoin de vivre personnellement une situation de discrimination pour être loyaux envers leur groupe ethnique. En effet, les expériences de discrimination subies par les autres membres de leur groupe ethnique suffisent pour inciter les immigrants à développer une *loyauté ethnique* (Padilla et Perez, 2003).

Plusieurs travaux attestent que l'adaptation des immigrants et notamment des minorités visibles est impactée par la discrimination que ces individus perçoivent (Moghaddam, 1992 ; Bourhis et al., 1997). Grant (2007) met en avant le fait que plus les immigrants africains perçoivent des barrières discriminatoires, moins ils seront enclins à s'identifier à la culture canadienne. L'étude sur les pratiques identitaires et la racialisation des immigrants africains francophones en Alberta réalisée par Madibbo (2010) atteste que bien que ces immigrants souhaitent s'intégrer et s'identifier à la société d'accueil, ils se heurtent à des barrières discriminatoires. De surcroît, cette discrimination perçue inciterait les immigrants africains à s'identifier à leur groupe ethnique et à participer aux activités liées à leur culture (Grant, 2007).

### **1.3.2. Les cas du Canada et du Québec**

Au Canada et plus particulièrement au Québec, plusieurs investigations certifient qu'il existe différentes formes de discrimination (Statistique Canada, 2003 ; Statistique Canada, 2011). Ces formes de discriminations sont présentées sur la Figure 1-4 :

**Figure 1-4 : Proportion de la population ayant subi de la discrimination selon le motif perçu, Québec et reste du Canada, 2013**



(Source : Institut de la statistique du Québec, 2015)

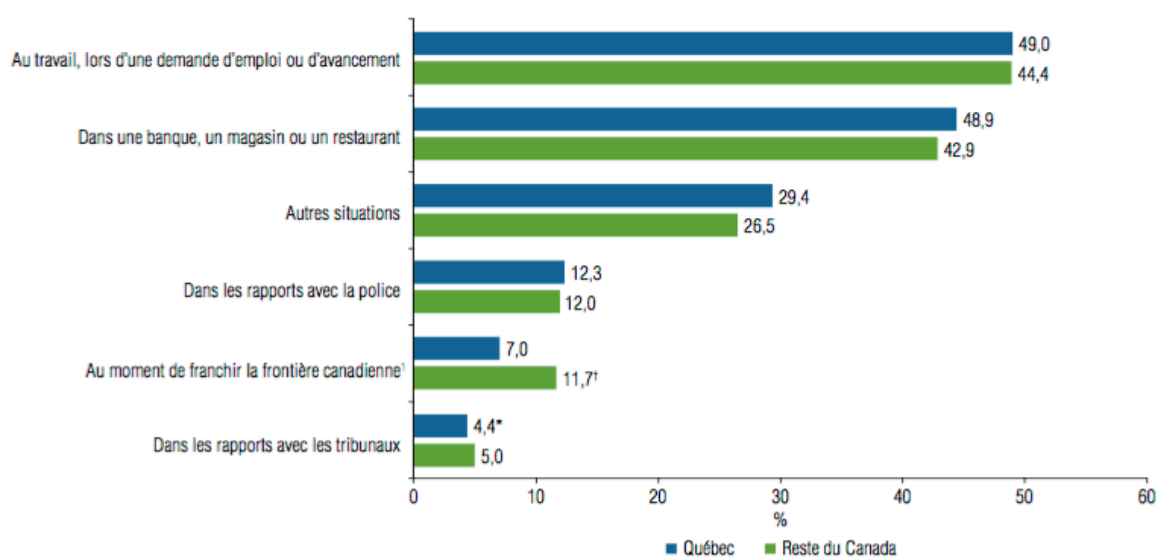
L'enquête sur la diversité ethnique (Statistique Canada, 2003) permet de mettre en lumière la perception des immigrants à l'égard des différentes formes de discrimination au Canada et dans la province Québécoise. Ce sondage permet de conclure que les minorités visibles du Canada et de la province du Québec sont bel et bien lésées par la discrimination en raison de leur accent, leur race, leur appartenance ethnique ou encore leur couleur de peau (Statistique Canada, 2003). Pour notre travail, nous nous limiterons aux résultats qui ont été relevés dans la province du Québec.

Parmi les différentes formes de discrimination citées dans la province du Québec, le linguicisme apparaît plus d'une fois (Statistique Canada, 2003). Le linguicisme est un comportement négatif à l'encontre d'un groupe linguistique spécifique. En réalité, au Québec, les francophones sont autant touchés par le linguicisme que les anglophones (Statistique Canada, 2003). Sur 100 individus issus des minorités visibles résidant au Québec et dont le français est la langue maternelle, 28 ont signalé avoir été victimes de discrimination. Au vu de ces données, il s'avère que dans la « Belle Province » où la langue officielle est le français, la connaissance de cette langue ne suffit pas pour empêcher la stigmatisation. 68% des immigrants francophones estiment avoir été victimes de discrimination en raison de leur façon de parler bien qu'il se pourrait que ce critère soit crucial dans leur choix d'immigrer au Québec. De plus, les réponses obtenues par 30% des immigrants francophones résidant au Québec nous permettent

de noter que d'autres facteurs tels que l'appartenance ethnique entrent en jeu dans la stigmatisation au Québec tandis que 12% considèrent être discriminés en raison de leur couleur de peau. Plus récemment, une étude réalisée au Canada et au Québec en 2013 rapporte que la discrimination ethnoculturelle est la plus fréquente dans l'ensemble du Canada (cf. Figure 1-4). Parmi les facteurs ethnoculturels cités, la langue et l'appartenance ethnique arrivent en tête (cf. Annexe 3). Bien que les résultats des études relatives à la discrimination qui ont été menées en 2003 et en 2013 ne permettent pas de conclure si le linguicisme est corrélé à l'accent français ou à l'accent anglais, Mensah (2014) avance qu'au Canada, les individus nés en Occident sont moins sujets à la discrimination basée sur l'accent que ceux qui sont nés en Afrique.

Finalement, ces mêmes études se sont intéressées aux contextes durant lesquels les immigrants francophones sont victimes de discrimination au Québec (Statistique Canada, 2003 ; Statistique Canada, 2013). En fait, 33% des immigrants francophones estiment avoir subi de la discrimination dans un contexte de service dans les magasins, les banques ou encore les restaurants du Québec (Statistique Canada, 2003). Comme nous l'indique la Figure 1-5, en 2013, la proportion de personne discriminée dans un contexte de service au Québec a augmenté.

**Figure 1-5 Proportion de la population discriminée selon le type de situation, Québec et reste du Canada, 2013**



(Source : Institut de la statistique du Québec, 2015)

De manière plus spécifique, les magasins alimentaires ont souvent été cités comme

étant des endroits où les minorités ethniques subissent des préjudices en raison de leur appartenance raciale ou ethnique (Essed, 1991 ; Odoms-Young et al., 2009 ; Zenk et al., 2014). De plus, une étude réalisée auprès de 919 individus issus de trois communautés, soient les africains-américains ; les hispaniques et les caucasiens résidant aux États-Unis considère notamment l'influence de la discrimination sur leurs habitudes d'achats alimentaires (Zenk et al., 2014). Les africains-américains interrogés ont rapporté avoir été victimes de préjudices dans les supermarchés (Zenk et al., 2014). Nous supposons que cette situation pourrait se reproduire pour les africains dans un contexte québécois. Keefe et Padilla (1987) ayant abordé le concept de discrimination de groupe perçue et le concept de discrimination individuelle perçue de manière distincte, nous avons souhaité en tenir compte ainsi nous posons les deux hypothèses suivantes :

**H3 : La discrimination de groupe perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.**

**H4 : La discrimination individuelle perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.**

Après s'être intéressé aux éventuelles situations de discriminations que les immigrants francophones d'Afrique subsaharienne à Montréal peuvent subir, il serait essentiel de se pencher sur leurs réactions face à ces situations. Nous allons donc poursuivre en traitant du concept de coping.

## **1.4. LE COPING**

À cette étape, nous définirons la notion de coping ; le lien entre le coping et la discrimination, les stratégies de coping; et nous établirons un lien entre le coping et le changement culturel.

### **1.4.1. Coping, discrimination et stratégies de coping**

En 1984, Lazarus et Folkman introduisent la notion de « coping » par l'intermédiaire de la théorie transactionnelle du stress. Le postulat de cette théorie est que le stress serait

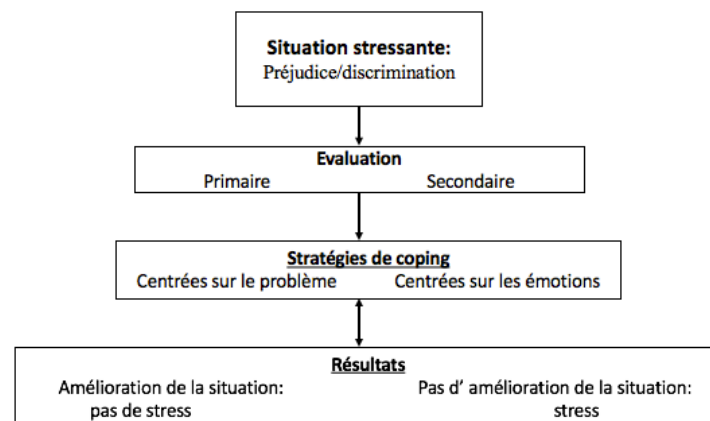


« une transaction entre l'individu et l'environnement qui est considérée comme dépassant ses ressources et pouvant menacer son bien-être » (Lazarus et Folkman, 1984). N'ayant pas trouvé l'analogue du terme « coping » dans la langue française, nous tenons à signaler que le terme coping provient du verbe « to cope with » qui signifie littéralement « faire face à ». En fait, le coping fait référence aux capacités d'ajustement d'un individu lorsqu'il est confronté à une situation désagréable (Lazarus et Folkman, 1984). En somme, le coping représente une adaptation au stress.

Ces mêmes auteurs ont évoqué trois types de conditions stressantes : le préjudice, le défi et la menace. Signalons à ce propos que dans le cadre de notre recherche, nous nous intéressons uniquement aux situations de préjudice prenant la forme de discrimination (Lazarus et Folkman, 1984). Dans l'intérêt de ce travail, nous avons donc adapté le modèle transactionnel du stress et nous présentons notre adaptation sur la Figure 1-6.

**Figure 1-6 Théorie transactionnelle du stress causé par la discrimination**

**Adaptée de Lazarus et Folkman (1984)**



Comme nous l'indique la Figure 1-6, pour gérer des situations stressantes telles que la discrimination, les individus vont de prime abord devoir évaluer la situation et leur environnement de manière constante en cherchant à comprendre la signification (Lazarus, 2001). Cette évaluation a deux formes : l'évaluation primaire et l'évaluation secondaire (Lazarus et Folkman, 1984). Dans le but d'apaiser le stress découlant de la discrimination et de mieux s'adapter à l'environnement, les individus auront recours à différentes stratégies : il s'agit donc de stratégies de coping (Lazarus et Folkman, 1984). Ce qui nous conduit à introduire les hypothèses suivantes :

**H5 : La discrimination de groupe perçue aura un effet significatif et positif sur l'utilisation de stratégies de coping**

**H6 : La discrimination individuelle perçue aura un effet significatif et positif sur l'utilisation de stratégies de coping**

Le coping est considéré comme un processus dynamique qui évoluerait au cours du temps. Effectivement, une stratégie de coping n'aboutit pas nécessairement à une amélioration (Schwarzer, 1996). Dans ce cas, l'individu peut être amené à réévaluer la situation et trouver une stratégie de coping plus adéquate.

Le concept de coping est présenté comme ayant deux dimensions : la stratégie centrée sur les émotions et celle centrée sur le problème (Lazarus et Folkman, 1984 ; Carver et al., 1989). La stratégie centrée sur le problème consiste à rechercher activement une solution afin d'atténuer le sentiment de stress tandis que celle centrée sur les émotions a pour objectif de gérer ou d'amoindrir les émotions négatives liées à la situation stressante (cf. Tableau 1-1).

**Tableau 1-1 Stratégies de coping adaptées de Carver et al. (1989)**

<p><b>Stratégies de coping centrées sur les émotions</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Soutien social émotionnel</li> <li>2. Religion</li> <li>3. Réinterprétation positive</li> <li>4. Humour</li> <li>5. Acceptation</li> <li>6. Expression des sentiments</li> <li>7. Distraction</li> <li>8. Déni</li> <li>9. Utilisation de substances</li> <li>10. Désengagement comportemental</li> <li>11. Blâme</li> </ol>
<p><b>Stratégies de coping centrées sur le problème</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Coping actif</li> <li>13. Planification</li> <li>14. Soutien social instrumental</li> </ol>

Carver et ses collègues (1989) suggèrent que face à des conditions préoccupantes, certains peuvent entreprendre des actions directes et fournir davantage d'efforts dans le but d'éliminer ou de contourner la source de stress : il s'agit alors de coping actif. Une autre réponse relevant de cette volonté de supprimer la situation ou d'en minimiser ses effets implique de rechercher un soutien social instrumental de la part de ses pairs. Ce soutien de type instrumental permet aux individus d'être informés, assistés et de

rechercher des conseils relatifs à la manière dont ils pourraient gérer la situation. Mis à part le soutien instrumental, il est également avancé que pour des raisons émotionnelles, les individus peuvent se rapprocher de leurs pairs pour rechercher du soutien moral et de la sympathie. De cette manière, ils pourront verbaliser les sentiments négatifs engendrés par une situation de stress : nous parlons ici d'expression des sentiments. Cette stratégie permet à l'individu d'exprimer ses sentiments afin de se sentir mieux. Se désengager en réduisant les efforts pour faire face à la situation est aussi une option que les individus ont : il s'agit alors de désengagement comportemental. Certains ont la possibilité de faire face à la situation stressante en faisant plusieurs activités dans le but de se distraire pour ne plus y penser. Afin de combattre la détresse émotionnelle, les individus peuvent également tenter de dédramatiser la situation en la réinterprétant de manière positive ; en se tournant vers la religion ou encore en ayant recours à l'humour. Finalement, certains individus préfèrent nier leur état de stress.

Les processus d'immigration et d'acculturation représentent en soi des sources de stress pour les immigrants (Berry, 1980). De plus, nombreuses sont les études établissant des liens entre le stress, le coping et la discrimination perçue. La discrimination peut déclencher du stress chez les immigrants (Noh et al., 1999 ; Williams et al., 1997). Néanmoins, les minorités visibles du Canada n'ont pas souvent fait l'objet d'investigations dans la littérature du coping.

Après avoir défini le coping et les stratégies de coping, il serait temps d'établir un lien entre le coping et le changement culturel.

### **1.4.2. Coping et changement culturel**

Plusieurs études témoignent du lien entre l'identité ethnique et le coping (Anderson, 1991 ; Phinney, 1991 ; Mossakowski, 2003 ; Williams et al., 1997). Puisque très peu de recherches traitent des stratégies de coping des africains, nous nous pencherons sur celles traitant des africains-américains. Williams et ses collègues (1997) attestent que l'identité ethnique des populations noires estompe de manière significative le stress relié

à toutes formes de discrimination. Anderson (1991) explique que l'appartenance à un groupe ethnique issu des minorités visibles peut également causer du stress. Greer (2007) remarque que la culture servirait d'indicateur pour le choix de stratégies de coping auxquelles les africains-américains auront recours en cas de situation stressante. Cette conclusion est d'ailleurs corroborée par une étude réalisée auprès des populations noires du Canada (Joseph et Kuo, 2009). En effet, il a été démontré qu'au Canada, les populations noires utiliseraient une combinaison de stratégies de coping centrées sur les émotions et le problème pour faire face aux discriminations raciales (Joseph et Kuo, 2009).

Brittian et ses collègues (2013) relèvent que les individus qui conservent de forts liens avec leur culture d'origine se sentent moins menacés par la discrimination subie par leur groupe ethnique. Ceci s'apparente donc aux conclusions d'études réalisées auprès de populations originaires d'Amérique latine qui stipulent que plus les individus intègreront des normes et valeurs de la culture d'accueil, plus ils se sentiront vulnérables face à la discrimination subie par leur groupe ethnique (Umaña-Taylor et Updegraff, 2007). Ainsi, la manière dont les immigrants se sont adaptés dans le pays hôte détermine la stratégie de coping qu'ils utiliseront (Noh et al., 1999). L'acculturation est souvent apparue comme un élément médiateur entre les stratégies de coping et les divers groupes ethniques (Noh et al., 1999 ; Kuo et al., 2006 ; Umaña-Taylor et Updegraff, 2007). Anderson (1991) se penche sur l'expérience des africains-américains et remarque que dans leur cas, le stress est lié à l'acculturation. En d'autres termes, le processus d'acculturation provoque du stress pour les immigrants.

Dans le cas des africains, il paraît qu'ils ont tendance à exprimer leurs émotions et à se tourner vers leur communauté afin de faire face à des situations stressantes dont la discrimination (Greer, 2007). Ainsi, il se pourrait que les immigrants africains voyant qu'ils n'arrivent pas à se fondre dans la culture d'accueil, auront tendance à utiliser des stratégies de coping centrées sur les émotions en se rapprochant de leur groupe, ce qui les incitera à éviter les magasins non-spécialisés et à fréquenter davantage les magasins ethniques spécialisés. Ceci nous permet donc de faire la supposition suivante :

**H7 : La stratégie de coping aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés**

Jusqu'ici nous nous sommes concentrés sur les facteurs culturels à savoir l'identité et l'acculturation. Nous avons aussi vu que la discrimination est susceptible de perturber l'adaptation culturelle des immigrants issus des minorités visibles et amener des adaptations au stress que ces perturbations engendrent. Face à cette discrimination, les individus ont la possibilité d'adopter des stratégies d'ajustements spécifiques. Désormais, il serait opportun que nous abordions le cœur de notre sujet, soit, les comportements alimentaires.

## **1.5. LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES**

Dans un contexte d'immigration, les pratiques alimentaires sont sujettes à être modifiées. Ces changements peuvent varier entre le lieu d'achat de denrées et le type de produits consommés. En conséquence, dans cette partie, nous nous pencherons sur les acteurs de la distribution alimentaire à Montréal et sur la catégorisation de produits.

### **1.5.1. Les acteurs de la distribution alimentaire : le cas de Montréal**

Dans la province du Québec et plus précisément dans la ville de Montréal, il existe plusieurs manières de s'approvisionner en produits alimentaires. Il semblerait que les immigrants résidant dans la « Belle Province » effectuent leurs achats de denrées dans différents magasins alimentaires (Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Toutefois, dans le cadre de cette étude, nous avons choisi de mettre de côté les acteurs tels que les marchés de proximité et les dépanneurs. Ici, nous ferons états des acteurs de la distribution alimentaire de la région Montréalaise qui ont fait l'objet de notre recherche.

#### **1.5.1.1. Les magasins non-spécialisés**

Par l'expression "magasins alimentaires non-spécialisés", nous entendons les magasins à grande surface qui vendent des produits alimentaires québécois, canadiens mais également une majorité de produits importés d'Europe ou des États-Unis. Dans cette catégorie de magasins, nous prenons en compte les hypermarchés tels que Provigo et

Maxi, les supermarchés, les épiceries intermédiaires à l'instar de IGA et les magasins entrepôts. En nous basant sur la liste proposée par le MAPAQ, le Tableau 1-2 présente des acteurs de grande distribution que nous comptons dans notre étude au titre de « magasins non-spécialisés ». Le Tableau 1-3 quant à lui présente les chefs de file dans la distribution alimentaire au Canada.

**Tableau 1-2 Liste non-exhaustive des magasins non-spécialisés de la région Montréalaise**

<b>Supermarchés et autres épiceries</b>	Provigo Loblaw Maxi et Maxi&Cie IGA IGA Extra Métro Métro Plus Super C Intermarché Marché Tradition Marché Bonichoix Les 5 saisons Marché Extra Marché Ami Marché Richelieu Supermarché PA
<b>Magasins entrepôts</b>	Costco Presto Club-entrepôt Entrepôt

(Source : compilation issue de MAPAQ, 2015)

**Tableau 1-3 Liste des 12 principaux acteurs du commerce de l'alimentation au Canada, selon l'estimation de leur ventes, en 2014**

ENTREPRISES	CHIFFRE D'AFFAIRES EN MILLIONS DE DOLLARS	PART RELATIVE EN POURCENTAGE
Loblaw <sup>5</sup>	42 611	42,1
Sobeys <sup>6</sup>	24 498	24,2
Metro Inc.	11 678	11,5
Costco*	8 634	8,5
Walmart*	6 050	6,0
Co-ops	2 998	3,0
Overwaitea	2 051	2,0
Couche-Tard*	1 240	1,2
North West Co.*	750	0,7
Shoppers Drug Mart*	450	0,4
Hy Louise	350	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>101 310</b>	<b>100,0</b>

(Source : MAPAQ, 2015)

### 1.5.1.2. Les magasins ethniques spécialisés

En revanche, pour spécifier l'expression "magasins alimentaires spécialisés", nous nous servons de la définition utilisée par Statistique Canada qui inclut dans cette catégorie les magasins spécialisés dans la vente de produits particuliers notamment les vendeurs de fruits et légumes ; les commerçants qui vendent du vin et du fromage ainsi que ceux qui vendent des aliments ethniques. Cependant, ici nous avons choisi de restreindre ce

terme aux commerçants de produits alimentaires ethniques.

En France, le quartier « Château Rouge » qui se situe dans le 18ème arrondissement de Paris est une enclave ethnique dans laquelle se sont retrouvés, des salons de beauté et autres commerces africains incitant les immigrants africains à maintenir leurs habitudes de consommation et notamment de consommation alimentaire. Toutefois, la région de Montréal ne compte pas d'enclave ethnique dédiée aux africains (Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Les magasins ethniques spécialisés sont donc dispersés dans la région de Montréal. Aucune donnée à ce sujet n'étant répertoriée par le MAPAQ<sup>1</sup>, le Tableau 1-4 présente une liste non-exhaustive des différents magasins ethniques spécialisés que compte la région montréalaise. Pour établir cette liste, nous nous sommes servis des données du Bottin africain :

**Tableau 1-4 Liste non-exhaustive des magasins ethniques spécialisés de la région montréalaise**

<b>Magasins ethniques spécialisés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adonis</li> <li>- Afroleck</li> <li>- Kim Phat</li> <li>- La Teranga</li> <li>- CatiCanada</li> <li>- Marché Africain</li> <li>- Marché Botinda</li> <li>- Marché Mokolo</li> <li>- Marché d'Afrique</li> <li>- Marché Africana</li> <li>- Marché du Mboa</li> <li>- Marché Paradise</li> <li>- Marché Ghanacan</li> <li>- MTT Marché Africain</li> <li>- Les aliments Basmex</li> <li>- Marché Continent Africain</li> <li>- Supermarché International</li> <li>- Épicerie Africaine de la rive sud</li> </ul>
---------------------------------------	--

(Source : bottinafricain.com)

Manifestement, aux États-Unis et en Europe, les individus issus des groupes minoritaires achètent leurs produits alimentaires dans des magasins spécialisés (Ackerman et Tellis, 2001 ; Jamal, 2005). Au Canada, dans la région de Toronto, des immigrants d'origine afro-antillaise ont été interrogés concernant leurs habitudes de consommation de légumes ethniques et non-ethniques. 76% des répondants achètent leurs légumes dans des magasins alimentaires non- spécialisés alors que 48% des répondants préfèrent se rendre dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés. Finalement, Wang et Lo (2007) ont établi un lien entre l'ethnicité des immigrants chinois

<sup>1</sup> Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec

et les types de magasins alimentaires fréquentés. Il a été démontré à Toronto que plus l'identité ethnique des immigrants d'origine chinoise était forte, plus ils étaient prêts à parcourir des kilomètres pour se rendre dans des magasins alimentaires ethniques chinois (Wang et Lo, 2007).

Le concept d'adoption sélective a été introduit par plusieurs auteurs dans différents contextes, à savoir dans des pays en développement ainsi que des pays développés (Goldman et al.,2002 ; Goldman et Hino, 2005 ; Hino, 2014). Ce phénomène consiste à sélectionner un type de magasins alimentaires en fonction de la catégorie de produits recherchée. D'après ces études, il semblerait que les individus fréquentent les magasins alimentaires spécialisés pour acheter d'autres produits alimentaires que les produits périssables qu'ils préfèrent acheter dans les magasins alimentaires non-spécialisés (Goldman et al.,2002). Parlons des catégories de produits alimentaires des africains.

### **1.5.2. Les catégories de produits alimentaires**

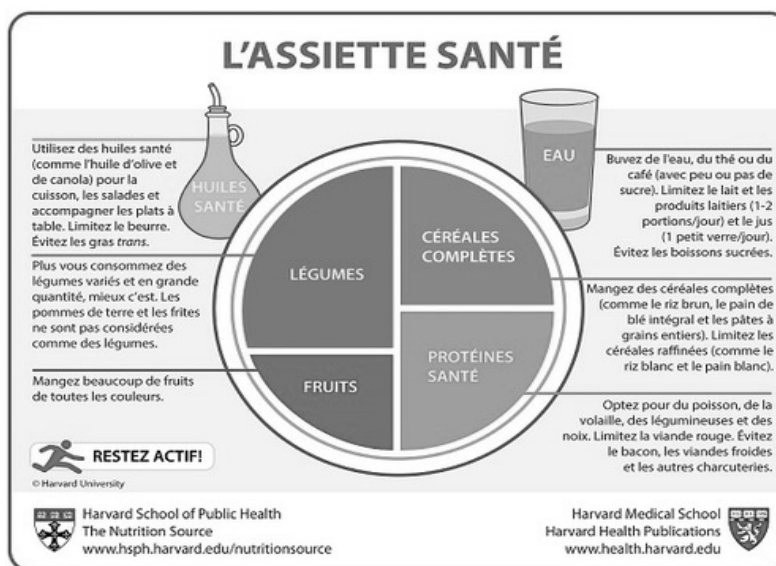
Les pays d'Afrique subsaharienne se distinguent par une grande variété de mets dont les appellations sont différentes. En effet, pendant que les sénégalais mangent des plats nationaux tels que le *Thieboudienne* ou le *Poulet Yassa*, les ivoiriens mangent du *Poulet kédjénou*, un de leurs plats nationaux, et les malgaches mangent du *Koba* (Cusack, 2000). Ainsi, dans le cadre de cette étude, il nous a paru plus approprié de procéder à une catégorisation des produits alimentaires au lieu d'établir une liste des produits associés à la cuisine traditionnelle africaine.

La catégorisation des denrées alimentaires s'est faite sur la base des 5 catégories d'aliments retrouvés dans l'assiette santé proposée par des nutritionnistes de l'école de Santé Publique de Harvard (cf. Figure 1-7). Selon ces experts en nutrition, les repas des individus doivent être composés de légumes, de fruits, de céréales complètes, de protéines santé et d'huile santé (cf. Figure1- 7). Au vu de ces recommandations, nous avons choisi d'utiliser la catégorisation suivante : les céréales ; les huiles ; les légumes ; les fruits ; les produits laitiers et les viandes. Nous avons également estimé qu'il était nécessaire d'ajouter à cette liste les épices car à notre connaissance, les plats africains



ont tendance à être très épicés.

Figure 1-7 L'assiette santé



Tous droits réservés © 2011 Harvard University  
(Source : Harvard School of Public Health)

Revenons maintenant sur les questions de recherche et les hypothèses.

## 1.6. QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHÈSES

La présente étude renferme deux volets : un à caractère plutôt exploratoire cherchant à élucider les questions de recherche posées ci-dessous, et un autre de nature plutôt par confirmation car il s'agit dans ce cas de proposer un cadre méthodologique permettant de tester nos hypothèses de recherche et de les infirmer s'il y a lieu.

### 1.6.1. Volet exploratoire : Questions de recherche

Les facteurs culturels de l'identité ethnique et de l'acculturation sont très nombreux. Comme le démontre la revue de littérature, les caractéristiques concernant notre groupe cible sont peu accessibles. De ce fait, nous avons choisi d'introduire des questions de recherche plutôt que des hypothèses pour ces facteurs culturels. Dans le cadre de ce travail, nous tenterons de répondre aux questions suivantes :

**Question 1 :** Quels sont les comportements alimentaires des immigrants africains subsahariens francophones dans le contexte québécois ?

**Question 2 :** L'identité ethnique aura-t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires africains par les immigrants africains subsahariens francophones ?

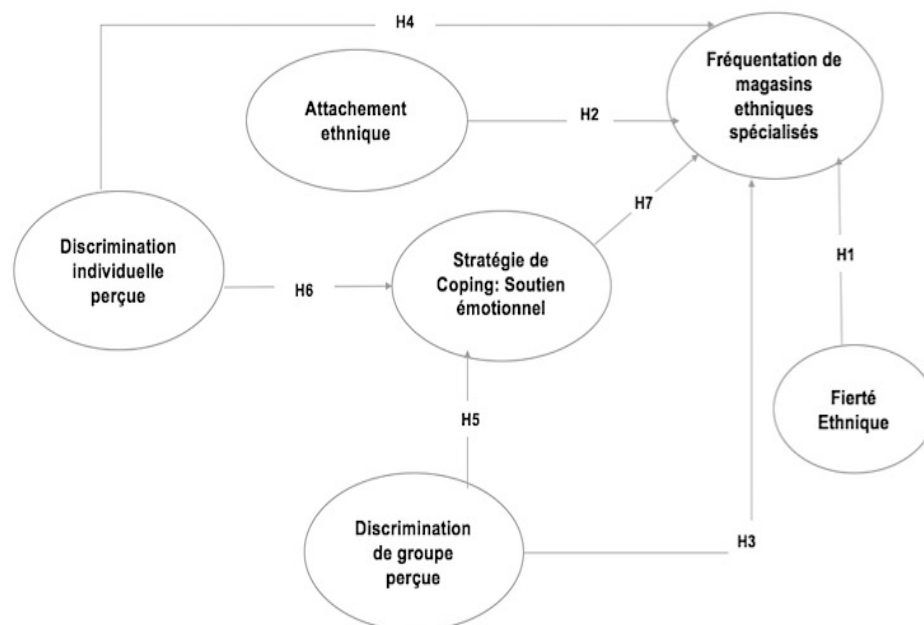
**Question 3 :** L'identité ethnique aura-t-elle une influence sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés par les immigrants africains subsahariens francophones?

**Question 4 :** L'acculturation a t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires québécois par les immigrants africains subsahariens francophones ?

## 1.6.2. Volet par confirmation : cadre conceptuel

Pour une meilleure compréhension, nous avons développé un schéma conceptuel faisant état des relations qui existeraient entre notre variable endogène de grand intérêt soit la fréquentation de magasins ethniques et les variables suivantes : la discrimination de groupe perçue, la discrimination individuelle perçue, la fierté ethnique, l'attachement ethnique et la stratégie de coping *soutien émotionnel* (cf. Figure 1-8). Les quatre premières variables représentent des facteurs exogènes alors que le coping représente ici une variable médiatrice entre les deux variables exogènes liées à la discrimination et l'endogène que nous cherchons à expliquer.

Figure 1- 8 Modèle conceptuel



### 1.6.3. Récapitulatif des hypothèses

À titre de rappel, voici les hypothèses que la littérature nous a permis de poser :

**H1** : La fierté ethnique aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés

**H2** : L'attachement ethnique aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés

**H3** : La discrimination de groupe perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.

**H4** : La discrimination individuelle perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.

**H5** : La discrimination de groupe perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur l'utilisation de stratégies de coping

**H6** : La discrimination individuelle perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur l'utilisation de stratégies de coping

**H7** : La stratégie de coping aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés

## **Chapitre 2 : Méthodologie**

Ce chapitre servira à exposer tout ce qui a trait à la méthodologie que nous avons utilisée dans le cadre de cette recherche. Nous décrirons le contexte de la recherche ; nos objectifs et notre échantillon. Finalement nous aborderons la manière dont nous avons procédé pour construire notre questionnaire et effectuer la collecte de données.

## **2.1. CONTEXTE DE RECHERCHE**

Le contexte de recherche aborde les objectifs de notre étude et le type de méthode que nous avons privilégié pour collecter nos données.

### **2.1.1. Objectifs**

Le but de cette étude étant de mettre en place et de tester un modèle relatif à l'impact des dimensions de l'identité ethnique, de l'acculturation ainsi que la discrimination perçue sur le comportement de consommation alimentaire. Nous avons choisi de tester ce modèle en tenant compte du cas des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne à Montréal.

De part cette recherche, nous avons pour objectif de comprendre la manière dont les immigrants francophones d'Afrique subsaharienne ajustent leurs pratiques alimentaires lorsqu'ils arrivent dans la région de Montréal en tenant compte de certains facteurs tels que leur identité ethnique, l'acculturation et la discrimination perçue.

### **2.1.2. Méthode de collecte de données**

La plupart des études qui se sont attardées sur les immigrants africains au Canada ont employé des méthodes qualitatives sous forme d'entretiens semi-dirigés. Ceci dit, nous avons noté l'absence de données probantes relatives aux immigrants d'Afrique subsaharienne francophone au Québec. Ainsi, afin de préciser et de confirmer les idées collectées via les entretiens semi-dirigés des études précédentes et d'établir des liens entre les différentes variables, dans le cadre de ce travail, nous avons pensé qu'il valait mieux avoir recours à une autre méthode de collecte de données. De ce fait, la méthode la plus adéquate s'avérait être l'enquête par le biais d'un questionnaire auto administré. De plus, le sondage par questionnaire auto administré permet d'assurer l'anonymat des répondants. La collecte des données consistait en un questionnaire auto-administré distribué en version papier et électronique. Ces différentes versions ont été transmises à nos connaissances ainsi qu'à d'autres africains. Notre questionnaire se compose de quatre sections : l'identité ethnique, l'acculturation, les comportements alimentaires et les données sociodémographiques.

Antérieurement à la collecte de données auprès de notre groupe cible, une première

version du questionnaire a été distribuée à un petit échantillon d'africains francophones. Cet échantillon était composé de sept personnes et avait pour but de s'assurer de la clarté des énoncés et de définir le temps requis pour l'administration du questionnaire. Ce pré-test nous a donné l'occasion d'améliorer la compréhensibilité des énoncés. Bien que nous ayons fait de notre mieux pour assurer la clarté de nos énoncés, nous sommes toutefois conscients que le fait que le répondant ne soit pas supervisé lors de l'administration du questionnaire pourrait entraîner l'incompréhension de certaines questions.

Il serait nécessaire de préciser de quelle manière nous avons collecté nos données.

## **2.2. LA COLLECTE DE DONNÉES**

Ici, nous expliquons de quelle manière nous nous y sommes pris pour déterminer notre échantillon, pour l'approcher ; et nous terminerons en décrivant l'échantillon final.

### **2.2.1. Échantillonnage**

Le Québec étant une région francophone, tous les ans, cette région attire de nombreux immigrants francophones. Notre population cible est donc constituée des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne établis à Montréal. L'Afrique francophone comprend plusieurs pays (cf. Figure 1-1). Elle se constitue de plusieurs pays dont les diversités ethniques et culturelles sont très importantes. Nous avons donc limité notre population aux immigrants originaires des pays suivants : Bénin, Burkina-Faso, Burundi, Cameroun, Cote d'ivoire, Gabon, Guinée équatoriale, Madagascar, Mali, Niger, République centrafricaine, République démocratique du Congo, République du Congo, Sénégal, Tchad et Togo.

L'échantillon sélectionné est non-probabiliste et de convenance. L'unité de l'échantillonnage se définit spécifiquement comme étant toute personne majeure, francophone, originaire d'Afrique subsaharienne et résidant à Montréal.

### **2.2.2. Méthode d'échantillonnage et taille de l'échantillon**

Nous allons maintenant décrire de quelle manière nous avons procédé pour obtenir nos

données. Afin de collecter les données, nous avons sollicité la participation des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne résidant dans la région de Montréal de manière directe et indirecte. Nous nous sommes adressés à des leaders d'associations et d'institutions religieuses de la région de Montréal dont la communauté est africaine. Nous avons fait appel à leur aide afin que ceux-ci nous autorisent à distribuer le questionnaire à leurs membres (dépôt - retrait). Après certaines tentatives infructueuses (absences de retours de certaines associations), dans le but d'étoffer et de diversifier notre échantillon, nous avons également utilisé le « bouche-à-oreille » pour recruter des répondants sur le terrain (les universités, les salons de coiffure et autres endroits publics) et par voie électronique (envoi de courriels). Au total, nous avons distribué 280 questionnaires. Nous avons tout de même pu récupérer 221 questionnaires et parmi ces questionnaires, 162 étaient utilisables. Ceci représente donc un taux de réponse de 57,8%.

### **2.2.3. Caractéristiques de l'échantillon final**

L'échantillon final comprend 162 immigrants francophones originaires d'Afrique subsaharienne. Parmi nos répondants, 56,8% sont des femmes et 43,2% des hommes.

Notre échantillon nous révèle que 47,5% des participants sont célibataires et 46,3% sont mariés ou en situation de conjoint de fait. Aussi 90,7% de nos enquêtés ont moins de 45 ans (dont 53,7% ont entre 25 et 34 ans) et 29% sont âgés de 35 à 44 ans. Nos participants représentent 14 pays d'Afrique subsaharienne que nous retrouvons dans la liste suivante :

1. Bénin
2. Burundi
3. Cameroun
4. Côte d'Ivoire
5. Gabon
6. Guinée
7. Madagascar
8. Mali
9. Rwanda
10. Sénégal
11. Tchad
12. Togo
13. République Démocratique du Congo
14. République du Congo

Les représentations les plus importantes sont celles des deux Congo représentant 16,7%, puis les participants originaires du Cameroun (15,8%) et finalement les répondants originaires de la Côte d'Ivoire (7,2%).

En outre, certains de nos répondants sont nés en France (10%), en Belgique (1,4 %), au Canada (0,9%) et aux États-Unis (0,5%). Cependant, leurs parents et grands-parents sont nés en Afrique.

Nous avons également remarqué que parmi ceux qui ont accepté de nous répondre, 60,8% d'entre eux séjournent hors de leur pays depuis moins de 10 ans tandis que 36% d'entre eux vivaient hors de leur pays d'origine depuis plus de 10 ans. De manière plus spécifique, 21,1% de nos répondants séjournent hors de leur pays d'origine depuis moins de 5 ans. Nous avons observé que 72,2 % de nos enquêtés vivent au Canada depuis moins de 10 ans dont 30,2% depuis moins de 5 ans, tandis que 25,9% y séjournent depuis plus de 10 ans.

Plus de la moitié de nos répondants (60,5%) avaient plus de 21 ans à leur arrivée au Canada. 25,3% sont arrivés lorsqu'ils avaient entre 16 et 20 ans. Ceci explique le niveau d'instruction étant donné que 46,3% d'entre eux ont complété le premier cycle universitaire, 31,5% ont obtenu un diplôme du second cycle universitaire et 4,94 % d'entre eux ont achevés des études de troisième cycle universitaire et la même proportion a terminé le secondaire.

Nous avons voulu connaître le statut de nos répondants. Parmi ceux qui ont répondu (86,4%), la plupart de nos répondants sont résidents permanents soit 56,8% d'entre eux. Par contre, nous avons obtenu presque autant de personnes qui ont la citoyenneté canadienne (44,4%) que d'individus qui ne sont pas citoyens canadiens (45,7%).

Parmi les 85,19 % de nos répondants qui ont accepté de répondre à la question relative à leur revenu personnel avant impôts, 8% ont déclaré qu'ils gagnaient moins de \$9999 ; 21,6% ont un revenu entre \$10 000 et \$29 999 ; 37% entre \$30 000 et \$49 999; 12,9%



entre \$50 000 et \$69 999; 3% entre \$70 000 et \$89 999 et 2,5% ont un revenu compris supérieur à \$90 000.

Nous nous sommes également intéressés à leur intention de rentrer dans leur pays d'origine d'ici les 5 prochaines années. Parmi ceux qui ont accepté de répondre (72,8%), 45,6% ont déclaré qu'ils n'avaient pas l'intention de rentrer dans leur pays d'origine. Remarquons que 27,2% ont signalé qu'ils souhaitaient retourner vivre dans leur pays d'ici les cinq prochaines années, bien que le même nombre d'individus n'aient pas voulu répondre.

Après avoir effectué une description de notre échantillon, il serait opportun d'expliquer la manière dont nous avons développé nos instruments de mesure.

## **2.3. DÉVELOPPEMENT DES INSTRUMENTS DE MESURE**

Dans cette partie, nous présentons les instruments de mesures dont nous nous sommes servis pour cette étude. Nous décrirons et justifierons les différentes mesures.

Au vu du fait que notre étude porte sur les immigrants francophones d'Afrique subsaharienne résidant à Montréal, ville multiculturelle d'une province francophone, le questionnaire administré a été rédigé en langue française.

Nous avons pu constater que certains auteurs se sont intéressés aux africains-américains (Landrine et Klonoff, 1994), aux africains dans le contexte américain (Clark, 2008; Walters et al., 2006; Zenk et al., 2014). Cependant, la population à laquelle nous nous intéressons ayant été négligée par les chercheurs, peu d'échelles en lien avec les individus d'Afrique subsaharienne dans un contexte canadien ont été développées (Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Ainsi, nous avons été contraints d'élaborer certains énoncés en langue française.

Néanmoins, afin de mesurer certains de nos construits, nous avons effectué des traductions de la langue anglaise à la langue française. Mr. Marc-Alexandre Tomiuk et moi-même nous sommes chargés de traduire ces échelles dans un premier temps. Nous avons eu recours aux services d'une traductrice professionnelle pour vérifier et valider les traductions.

### **2.3.1. Identité ethnique**

À notre connaissance, dans la littérature, aucun chercheur n'a développé un modèle empirique pour décrire l'identité ethnique des africains. Toutefois, au vu des différentes études traitant de la notion d'identité ethnique et de ses composantes culturelles, nous savons qu'il s'agit d'un concept multidimensionnel (Phinney, 2003). Nous avons donc créé des énoncés relatifs à l'identité ethnique en nous basant sur les études qualitatives qui ont été menées auprès des populations africaines (Baffoe 2010 ; Madibbo, 2010 ; Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007).

Nous avons remarqué que peu d'études se sont attardées sur la notion d'auto-identification des populations noires et plus précisément celle des immigrants africains francophones au Québec ou au Canada. Après avoir réalisé 34 entrevues auprès de la population d'Afrique subsaharienne francophone résidant en Alberta, Madibbo (2010) note que les immigrants résidant dans un pays multiculturel ont tendance à s'identifier à plusieurs groupes. En effet, Madibbo (2010) remarque qu'aucun de ses participants n'a exprimé une appartenance unique. En réalité, un des répondants a mentionné la phrase suivante : "Je suis un mélange de tout ça (congolais, francophone et canadien)." (Madibbo, 2010). Cette idée vient d'ailleurs confirmer les conclusions des travaux des chercheurs Walters et al. (2006) et Clark (2008) réalisés dans un contexte américain. Les résultats de l'étude de Clark (2008) effectuée auprès des immigrants africains de première et de deuxième génération installés aux États-Unis démontrent que 58% des africains s'identifient comme étant africains ; 21% comme étant noirs alors que 8 % s'identifient à leurs pays d'origine et 6 % s'identifient en tant qu'africain-américains. Visiblement, les immigrants africains interrogés se caractérisent davantage par leur groupe ethnique d'origine ou par leur couleur de peau. Très peu d'entre eux incorporent la culture hôte dans la définition de leur identité (Clark, 2008).

Au vu des constats découlant des études de Clark (2008) et de Madibbo (2010), il nous paraissait important de chercher à comprendre le mode d'identification de ce groupe, notamment dans le contexte Québécois. Subséquemment, nous avons demandé aux répondants de nous indiquer leur groupe ethnique sous forme de question ouverte.

Nous avons également développé les énoncés ci-dessous :

1. Je m'identifie en tant qu'Africain(e)
2. Je m'identifie en tant qu'Africain(e)- Canadien(ne)
3. Je m'identifie en tant qu'Africain(e)- Québécois(e)
4. Je m'identifie en tant que Québécois(e)
5. Je m'identifie en tant que Canadien(ne)

Après avoir identifié les différences saillantes entre les individus d'Afrique subsaharienne francophone et les québécois, ainsi que les dimensions qui sont le plus utilisées pour mesurer l'identité ethnique, nous avons opté pour intégrer les suivantes : la fierté ethnique, l'attachement ethnique, la consommation de médias, l'accent, le langage utilisé, le port de tenues africaines ainsi que la célébration des fêtes culturelles.

Au moment de notre sélection, l'échelle de Laroche et ses collègues (1998) a retenu notre intérêt en raison de l'effet miroir qu'elle comporte. En effet, ces chercheurs ont développé deux échelles distinctes pour mesurer l'acculturation et l'identité ethnique des immigrants italiens vivant au Canada (Laroche, Kim et Tomiuk; 1998). Nous avons donc jugé que cette échelle était pertinente pour notre étude. Ces auteurs cités précédemment ont identifié trois dimensions saillantes de l'identité ethnique à l'aide de leur étude relative aux italiens résidant au Canada : le langage, les fréquentations et le catholicisme. En tenant compte des caractéristiques de notre échantillon, nous avons donc estimé qu'il valait mieux intégrer les énoncés relatifs au langage, aux fréquentations, et d'exclure les énoncés sur la religion car ces pays d'Afrique ne se caractérisent pas par une seule religion (Mensah, 2014).

En ce qui concerne le langage utilisé, la théorie de l'accommodation communicative met l'emphase sur le fait que les individus modifient leur manière de parler selon les contextes (Giles et Coupland, 1991). En effet, lors de rencontres interculturelles, l'individu peut choisir de modifier la langue mais également l'accent qu'il utilise. De manière plus spécifique, les individus peuvent utiliser une certaine langue dépendamment de s'ils communiquent avec leurs amis ou avec leurs familles (Laroche et al., 1996). Les individus que nous ciblons étant francophones, au lieu de choisir la langue française, nous avons opté pour les dialectes africains. Toutefois, en admettant que ceux-ci parleraient déjà le français, leur accent pourrait être différent de celui du

groupe dominant. L'accent est un indicateur du parcours d'un individu, à savoir : l'endroit où il a été éduqué, sa classe sociale et parfois même sa race, en cas d'absence d'éléments visuels (Creese, 2010). De ce fait, nous avons développé des énoncés pour mesurer cette dimension relative à l'accent africain. Nous avons donc introduit les 5 énoncés suivantes :

1. Je parle français avec un accent de mon pays
2. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec l'accent africain
3. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions africaines
4. Lorsque je parle français, je parle comme un( e) africain ( e )
5. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs constatent que je suis africain ( e)

Des énoncés concernant les tenues vestimentaires africaines ont également été créés sous l'inspiration des entrevues semi-dirigées par Baffoe (2010) et Gbadomosi (2012) :

1. Je porte des tenues traditionnelles dès que j'en ai l'occasion
2. J'achète des vêtements en tissus africains
3. J'aime porter des tenues traditionnelles
4. Je fais confectionner des vêtements en tissus africains
5. J'aime assister à des vêtements de mode africaine

D'autres énoncés concernant la célébration de fêtes culturelles ont également été conçus à l'aide des résultats d'études ultérieures (Baffoe, 2010 ; Grant, 2007; Maddibo, 2010) :

1. Je participe aux fêtes nationales de mon pays d'origine
2. Je participe à des célébrations en l'honneur de l'indépendance de mon pays d'origine
3. Je participe aux fêtes traditionnelles africaines
4. Je participe à des festivals africains
5. Je participe à des soirées africaines

Au final, notre mesure d'identité ethnique des africains subsahariens francophone comporte cinq facteurs : 1) l'accent africain ; 2) l'utilisation de la langue maternelle africaine ; 3) la consommation de média en langue maternelle africaine ; 4) la tenue vestimentaire africaine; 5) les interactions sociales avec le groupe ethnique; et 6) la célébration de fêtes culturelles. Une échelle de type Likert allant de 1 (Fortement en désaccord) jusqu'à 7 (Fortement en accord) a été utilisée pour permettre aux répondants d'exprimer leurs opinions à l'égard des différents énoncés.

### **2.3.2. L'appartenance ethnique**

Pour mesurer l'appartenance ethnique, nous avons combiné et adapté les mesures de Phinney (1992) ; Laroche, Kim et Tomiuk (1998) et de Nguyen et Von Eye (2002).

Cette échelle contient des énoncés sur l'attachement ethnique et la fierté ethnique :

1. J'admire mon groupe ethnique

- |  |
|--|
| 2. Je suis fier(e) de mon groupe ethnique                        |
| 3. Je suis fier(e) des accomplissements de mon groupe ethnique   |
| 4. Je suis fier(e) des réalisations de mon groupe ethnique       |
| 5. Je suis attaché(e) à mon groupe ethnique                      |
| 6. Je suis attaché(e) à tous les aspects de la culture africaine |
| 7. C'est important pour moi de préserver mon héritage ethnique   |
| 8. C'est important pour moi de conserver ma culture africaine    |
| 9. La culture africaine est importante pour moi                  |

### 2.3.3. Le processus d'acculturation

Comme mentionné préalablement, Laroche, Kim et Tomiuk (1998) ont développé deux échelles distinctes pour mesurer l'acculturation et l'identité ethnique des immigrants italiens vivant au Canada. En plus de la prendre en compte pour le construit d'identité ethnique, nous l'avons également empruntée pour mesurer l'acculturation. Toutefois, pour ce construit, nous avons retenu les dimensions suivantes : l'accent, la consommation de médias et l'interaction sociale avec le groupe dominant, car nous estimons qu'elles sont plus appropriées.

L'échelle d'acculturation est subdivisée en deux parties : la première partie traite de l'exposition aux médias alors que l'autre concerne les interactions sociales avec le groupe dominant. Notre échantillon et le groupe dominant partagent la même langue, soit le français. Ainsi, nous avons jugé que les énoncés relatifs à la langue étaient non pertinents pour ce construit d'acculturation.

Cette échelle ayant été construite en anglais pour les Italiens vivant au Canada, nous avons traduit et adapté cette échelle au contexte québécois. L'échelle de mesure a donc été présentée comme suit :

- |  |
|--|
| 1. Je regarde des chaînes de télévision québécoises francophones                 |
| 2. J'écoute des stations de radios québécoises francophones                      |
| 3. Je lis la presse et des livres québécois francophones                         |
| 4. Je consulte des sites Internet québécois francophones                         |
| 5. Je fréquente régulièrement des québécois de souche                            |
| 6. La plupart de mes amis sont des québécois de souche                           |
| 7. La plupart de mes voisins sont des québécois de souche                        |
| 8. Je me sens à l'aise avec les québécois de souche                              |
| 9. Je communique facilement avec les québécois de souche                         |
| 10. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des québécois de souche |
| 11. Je participe à des organisations où des associations québécoises             |

L'accent québécois étant également une dimension saillante du groupe dominant, il nous semblait crucial de développer et d'introduire les énoncés suivants :

- |  |
|--|
| 1. Je parle avec l'accent québécois  |
| 2. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent québécois               |
| 3. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions québécoises                    |
| 4. Lorsque je parle français, je parle comme un (e) québécois (e) de souche            |
| 5. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs croient que je suis québécois (e) |

### 2.3.4. La discrimination perçue

La discrimination étant une variable influençant le mode d'acculturation des immigrants issus des minorités visibles (Grant, 2007 ; Padilla et Keefe, 1987), il serait judicieux de l'incorporer dans notre construit d'acculturation.

La mesure de discrimination mise en place et présentée dans l'étude de Keefe et Padilla (1987) traitant de l'acculturation des mexicains aux États-Unis, comprend deux volets : la discrimination perçue au niveau du groupe et la discrimination perçue au niveau individuel. Cependant, plusieurs auteurs ont noté qu'il convenait mieux d'interroger les immigrants à propos de leurs perceptions de la discrimination au niveau du groupe plutôt que celle au niveau individuel car ils ont tendance à minimiser la discrimination dont qu'ils ont subi de manière personnelle (Moghaddam, 1992 ; Padilla et Keefe, 1987 ; Taylor et al., 1994). Ainsi, nous avons résolu de nous servir de la mesure de la discrimination perçue au niveau du groupe, qui a été proposée par Keefe et Padilla (1987). Nous avons demandé aux répondants d'indiquer sur une échelle de type Likert allant de 1 (Fortement en désaccord) jusqu'à 7 (Fortement en accord) à quel point les énoncés correspondraient à leurs avis. La mesure originale comprend 6 énoncés mais nous avons estimé que les énoncés qui apparaissent comme suit « La plupart des descendants mexicains sont suspectés d'être des étrangers par les services d'immigration et de naturalisation » et « La police ne respecte pas autant les individus d'origine africaine que les québécois de souche » : étaient moins pertinents dans un contexte Québécois, de ce fait, nous les avons éliminés. Après avoir traduit et adapté les énoncés, voici ce que nous avons présenté aux répondants :

- 1.Plusieurs employeurs refusent souvent d'embaucher une personne en raison de ses origines africaines
- 2.La plupart des enseignants des écoles accordent plus d'attention aux enfants québécois de souche qu'aux enfants d'origine africaine
- 3.Les personnes qui travaillent pour des organismes publics (tels que l'aide sociale, sécurité sociale et cliniques de santé) sont davantage préoccupées par les québécois de souche que par les individus d'origine africaine
- 4.Au Québec, les individus d'origine africaine doivent travailler beaucoup plus dur que les québécois de souche pour avancer dans la vie

Des auteurs démontrent qu'au quotidien, certaines communautés sont victimes de préjudices qui ne sont pas causés par les différences raciales (Williams et al., 1997). Dans le cadre de ces travaux, la validité de la mesure intitulée « Everyday

Discrimination Scale » a été démontrée (Krieger et al., 2005 ; Williams et al., 1997). Conformément aux énoncés de la mesure citée précédemment, nous avons demandé aux répondants d'indiquer sur une échelle dont les options de réponses vont de 0 (jamais) jusqu'à 5 (presque tous les jours) la fréquence à laquelle ils ont été victimes de discrimination. Nous avons traduit les énoncés de cette mesure et parmi les expériences préjudiciables que nous avons introduit, nous comptons :

1. Vous êtes traité(e) avec moins de courtoisie que les autres personnes
2. Vous êtes traité (e) avec moins de respect que les autres personnes
3. Vous recevez un service de moindre qualité que les autres personnes dans les restaurants ou les magasins
4. Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous n'êtes pas intelligent (e)
5. Les gens se comportent comme s'ils ont peur de vous
6. Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous êtes malhonnête
7. Les gens se comportent comme s'ils estiment être meilleurs que vous
8. Vous vous faites injurier ou insulter
9. Vous êtes menacé (e) ou harcelé (e)

### **2.3.5. Le coping**

Pour pallier à certaines situations stressantes liées à l'immigration, les individus peuvent avoir recours à plusieurs stratégies d'ajustement (Lazarus et Folkman, 1984).

Les travaux de Carver et ses collègues (1989) ont contribué de façon considérable à ce domaine d'étude en introduisant une mesure : le « COPE » pour évaluer les différentes formes de coping. Originellement conçue pour mesurer à la fois les stratégies centrées sur les émotions et celles sur le problème, cette mesure fait partie des échelles de mesures les plus utilisées et comporte 14 stratégies de coping (Carver et al., 1989). De ce fait, nous avons décidé de l'incorporer dans notre questionnaire. Une étude exploratoire a confirmé que cette mesure était adaptée dans le cadre de travaux incluant les africains-américains à condition que les chercheurs sélectionnent les sous-échelles en prenant en compte certains aspects culturels de l'échantillon au lieu d'utiliser la totalité de l'échelle (Greer, 2007).

Par rapport à la situation d'analyse, nous avons estimé que les 14 stratégies d'ajustement n'étaient pas toutes adéquates ou pertinentes. Quatre stratégies d'ajustement qui nous paraissaient plus appropriées au contexte de notre étude ont été sélectionnées.

En effet, il semblerait que les africains soient autant émotionnels que relationnels, et

ceci implique qu'ils aient besoin d'exprimer leurs émotions notamment auprès de leur entourage (Greer, 2007). Pour ces raisons, nous pensons que les énoncés reliés au soutien social émotionnel, à l'expression des sentiments et à l'acceptation seraient appropriés. Plusieurs études ont également démontré que les populations noires au Canada ont tendance à employer des « stratégies centré sur le problème » pour faire face aux discriminations (Joseph et Kuo, 2009). Pour ces raisons, nous avons introduit les énoncés relatifs au soutien social instrumental.

Parmi celles que nous avons choisi d'introduire dans notre étude se trouvent : l'expression des émotions, l'acceptation, le recours à du soutien social instrumental et le recours à du soutien social émotionnel.

## **2.3.6. Les comportements alimentaires**

### **2.3.6.1. Consommation de produits alimentaires**

Au travers de notre étude, nous visons à expliquer dans quelle mesure certains traits identitaires issus de la culture d'origine des consommateurs et de la culture hôte influenceront les habitudes de consommation alimentaire des immigrants.

Nous avons trouvé qu'il était préférable de mesurer la consommation des produits alimentaires africains et celles de produits alimentaires québécois. Pour cela, nous avons élaboré une première série d'énoncés. Nous avons utilisé une échelle qui va de 1 à 7 (« Fortement en désaccord » à « Fortement en accord ») et comporte les énoncés suivants :

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Je mange régulièrement des plats traditionnels africains</li> <li>2. Je prépare régulièrement des plats traditionnels africains</li> <li>3. Je m'alimente comme un (e) africain (e)</li> </ol> |
|--|

- |   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Je mange régulièrement des plats traditionnels québécois</li> <li>5. Je prépare régulièrement des plats traditionnels québécois</li> <li>6. Je m'alimente comme un (e) québécois (e) de souche</li> </ol> |
|---|

Nous avons également voulu connaître la fréquence de consommation et d'achat des différentes catégories de produits alimentaires africains. Pour cela, nous avons développé une deuxième série d'énoncés en nous basant sur la théorie de l'adoption sélective (Goldman et al., 2002 ; Goldman et Hino, 2005). Pour chacune des catégories



d'aliments, les répondants devaient indiquer la fréquence de leur consommation sur une échelle. Nous avons mis en place cette série d'énoncés en nous inspirant du travail réalisé par Campisi (1947). Ainsi, nous avons présenté une échelle de 0 à 6 :

- 0 = jamais
- 1 = une fois tous les 6 mois
- 2 = une fois par mois
- 3 = une fois toutes les 2 semaines
- 4 = une fois par semaine
- 5 = plusieurs fois par semaine
- 6 = chaque jour

Les énoncés qui suivent ont été introduits :

- |    |   |
|----|---|
| 1. | Je consomme des légumes exotiques                       |
| 2. | Je consomme des fruits exotiques                        |
| 3. | Je consomme des céréales africaines                     |
| 4. | Je consomme des huiles alimentaires importées d'Afrique |
| 5. | Je consomme des épices importées d'Afrique              |
| 6. | Je consomme des produits laitiers                       |
| 7. | Je consomme de la viande de brousse                     |

- |     |   |
|-----|---|
| 1.  | J'achète des céréales africaines (mil, sorgho,etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)                               |
| 2.  | J'achète des céréales africaines (mil, sorgho,etc.) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C..etc)  |
| 3.  | J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)  |
| 4.  | J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)                                 |
| 5.  | J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc) |
| 6.  | J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 7.  | J'achète de la viande dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc)  |
| 8.  | J'achète de la viande dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 9.  | J'achète des huiles dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis..etc)   |
| 10. | J'achète des huiles dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 11. | J'achète des épices dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc)  |
| 12. | J'achète des épices dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |

### 2.3.6.2. Fréquentation des magasins alimentaires

Nous avons également voulu mesurer la fréquentation des magasins ethniques spécialisés. Pour cela, nous avons constitué une autre suite d'énoncés avec une échelle allant de 1 à 7 (« Fortement en désaccord » à « Fortement en accord ») et qui inclus les énoncés suivants :

- |    |   |
|----|---|
| 1. | J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc) |
| 2. | Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis..etc)                             |
| 3. | Je visite régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc)                               |

1. J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)
2. Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires non-spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)
3. Je visite régulièrement des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)

Nous avons vu de quelle manière notre questionnaire a été construit. Nous expliquerons maintenant la méthode que nous avons utilisée pour analyser nos résultats.

## **2.4. MÉTHODE D'ANALYSE DES RESULTATS**

La difficulté du sujet résidait dans le fait que la littérature académique relative à l'expérience migratoire des populations africaines et notamment francophones n'est pas exhaustive. Pour le volet exploratoire de notre étude, nous avons donc introduit des questions de recherche. Par contre, pour le volet par confirmation, nous avons émis des hypothèses formelles.

Au préalable, dans le but d'analyser la qualité de nos mesures, nous avons suivi les étapes et critères indiqués dans Churchill (1979) : analyses factorielles et analyses de fiabilité. Par la suite, nous sommes passés aux analyses de régressions et au calcul du modèle théorique par la méthodologie Lisrel.

La première étape formelle de l'analyse consistait à faire une analyse exploratoire par l'entremise de régressions dans le but de répondre aux questions de recherche. Au gré du manque d'information concernant les populations subsahariennes francophones, cette première étape comportait des régressions réalisées avec le logiciel SPSS.

La deuxième étape de l'analyse consistait à tester nos hypothèses. Les analyses de régression nous permettant de mieux cerner les éventuelles relations existant entre les différentes variables, nous avons pu nous inspirer de ses premiers résultats pour consolider une modélisation par équations structurelles. Les résultats de ces analyses sont rapportés au Chapitre 3.

### **Chapitre 3 : Analyses**

Ce chapitre a pour mission d'expliquer les étapes que nous avons suivi pour analyser les résultats. Nous avons suivi trois étapes, à savoir l'épuration des mesures, l'analyse des questions de recherche via des régressions et finalement, nous avons utilisé LISREL pour effectuer un modèle d'équations structurelles. Ci-dessus, nous détaillons chaque étape.

### 3.1. VOLET EXPLORATOIRE : QUESTIONS DE RECHERCHE

Notre étude comportant un volet exploratoire, la première étape de notre analyse présente les résultats de l'épuration et des tests de fidélité de chaque construit : identité ethnique, appartenance ethnique, l'acculturation et les comportements alimentaires ainsi que les résultats des régressions qui ont été faites.

#### 3.1.1. Épuration des mesures

La première étape présente les résultats de l'épuration et des tests de fidélité de chaque construit : identité ethnique ; appartenance ethnique ; l'acculturation et les comportements alimentaires

##### 3.1.1.1. Identité ethnique

Nous avons commencé par épurer la mesure de l'identité ethnique en utilisant le logiciel SPSS. Initialement, nous prévoyions que cette échelle comporte 6 facteurs : l'accent africain, l'utilisation de la langue maternelle africaine, les médias en langue africaine, la tenue vestimentaire africaine, les interactions sociales avec les africains et les célébrations africaines.

L'analyse factorielle exploratoire que nous avons effectuée pour le construit d'identité ethnique confirme que ces 6 facteurs expliquent 64,1% de la variance totale. Nous présentons les résultats de ces analyses ci-dessous :

**Tableau 3-1 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de l'identité ethnique**

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,072	30,240	30,240	8,550	28,501	28,501
2	4,560	15,200	45,440	4,046	13,488	41,989
3	2,643	8,811	54,251	2,421	8,070	50,059
4	1,823	6,076	60,327	1,531	5,104	55,163
5	1,734	5,779	66,107	1,537	5,122	60,285
6	1,474	4,914	71,021	1,166	3,887	64,173
7	,933	3,109	74,130			

Extraction Method: Maximum Likelihood.

La première analyse factorielle nous a permis d'obtenir la matrice des tendances ci-dessous :

Pattern Matrix

	Factor					
	1	2	3	4	5	6
1. Je parle français avec un accent de mon pays	,034	,080	,747	,177	-,018	-,012
<b>2. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent de mon pays</b>	<b>-,017</b>	<b>,086</b>	<b>,348</b>	<b>,054</b>	<b>-,031</b>	<b>,339</b>
3. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions africaines	,209	-,114	,616	-,168	-,028	,166
4. Lorsque je parle français, je parle comme un(e) africain(e)	,063	-,088	,846	-,104	,087	,007
5. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs constatent que je suis africain(e)	-,039	-,009	,713	-,164	,121	-,010
6. Je communique avec mon époux(se) dans ma langue maternelle africaine	-,030	,568	,149	-,096	,069	-,020
7. Je communique avec mes enfants dans ma langue maternelle africaine	,068	,516	,117	-,207	,111	-,033
8. Je communique avec mes amis dans ma langue maternelle africaine	,002	,724	-,081	-,210	,007	-,014
9. Je communique avec ma famille dans ma langue maternelle africaine	,035	,932	-,084	,095	,038	,027
10. Je communique dans ma langue maternelle africaine à la maison	,040	,847	-,081	-,050	,021	-,003
11. Je regarde des chaînes de télévision dans ma langue maternelle africaine	,010	,122	,031	-,747	-,090	,012
12. J'écoute des stations de radios dans ma langue maternelle africaine	,000	,065	,071	-,799	,008	-,036
13. Je lis la presse et des livres dans ma langue maternelle africaine	,010	,012	-,023	-,907	,021	,049
14. Je consulte des sites internet dans ma langue maternelle africaine	,035	,058	-,005	-,824	,044	,012
15. Je porte des tenues traditionnelles dès que j'en ai l'occasion	,833	-,054	,110	-,011	,020	,072
16. J'achète des vêtements en tissus africains	,760	,032	-,057	-,098	,066	,025
17. J'aime porter des tenues traditionnelles	,936	,050	,135	,080	-,067	,033
18. J'ai confectionné des vêtements en tissus africains	,858	,088	,036	,038	-,013	-,010
<b>19. J'aime assister à des événements de mode africaine</b>	<b>,462</b>	<b>-,045</b>	<b>-,134</b>	<b>-,154</b>	<b>,217</b>	<b>-,031</b>
20. Je fréquente régulièrement des personnes d'origine africaine	,215	,075	,000	,098	-,121	,647
21. La plupart de mes amis proches sont africains	,058	,083	,124	,027	-,028	,581
22. Je me sens à l'aise avec des africains	,045	-,065	-,032	-,012	,084	,734
23. Je communique facilement avec les africains	-,103	-,100	-,103	-,076	,030	,933
24. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des africains	-,046	,020	,094	-,068	,167	,688
<b>25. Je participe à des organisations ou des associations africaines</b>	<b>,078</b>	<b>-,071</b>	<b>,272</b>	<b>-,089</b>	<b>,341</b>	<b>,287</b>
26. Je participe aux fêtes nationales de mon pays d'origine	-,077	,145	,210	,015	,692	,089
27. Je participe à des célébrations en l'honneur de l'indépendance de mon pays d'origine	-,078	,152	,052	,001	,832	-,052
28. Je participe aux fêtes traditionnelles africaines	,034	,135	,072	-,011	,740	,032
29. Je participe à des festivals africains	,217	-,099	-,122	-,123	,645	-,059
30. Je participe à des soirées africaines	,174	-,037	-,048	,067	,575	,222

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Nous avons été contraints d'éliminer des énoncés non pertinents en raison du paradigme de Churchill (1979). Pour ce faire, nous avons éliminé des énoncés de manière itérative tout en faisant des nouvelles analyses factorielles. Le critère utilisé pour juger si un énoncé devait être éliminé ou pas résidait dans la valeur de sa corrélation de structure (en anglais, *factor loading*). Si celle-ci était inférieure à 0,5, l'énoncé fut éliminé. Les énoncés qui ont été retirés de l'échelle de l'identité ethnique sont les suivants :

- Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent de mon pays (facteur : accent africain)
- J'aime assister à des évènements de mode africaine (facteur : mode africaine)
- Je participe à des organisations ou des associations africaines (facteur : interaction sociale avec les africains)

Après avoir retiré ces énoncés, cela a culminé vers l'analyse factorielle finale ci-dessous:

**Tableau 3-5 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de l'identité ethnique**

**Pattern Matrix<sup>a</sup>**

	Factor					
	1	2	3	4	5	6
1. Je parle français avec un accent de mon pays	,025	,091	<b>,735</b>	,190	-,039	,007
2. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions africaines	,197	-,116	<b>,611</b>	-,161	-,025	,179
3. Lorsque je parle français, je parle comme un(e) africain(e)	,049	-,090	<b>,863</b>	-,089	,076	,023
4. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs constatent que je suis africain(e)	-,045	-,006	<b>,701</b>	-,149	,110	,015
5. Je communique avec mon époux(se) dans ma langue maternelle africaine	-,034	<b>,576</b>	,152	-,085	,055	-,005
6. Je communique avec mes enfants dans ma langue maternelle africaine	,068	<b>,521</b>	,111	-,201	,100	-,025
7. Je communique avec mes amis dans ma langue maternelle africaine	,000	<b>,719</b>	-,077	-,204	,014	-,019
8. Je communique avec ma famille dans ma langue maternelle africaine	,034	<b>,933</b>	-,080	,102	,032	,023
9. Je communique dans ma langue maternelle africaine à la maison	,031	<b>,854</b>	-,064	-,041	,011	,003
10. Je regarde des chaînes de télévision dans ma langue maternelle africaine	,012	,119	,029	<b>-,743</b>	-,084	,011
11. J'écoute des stations de radios dans ma langue maternelle africaine	,003	,055	,065	<b>-,795</b>	,024	-,035
12. Je lis la presse et des livres dans ma langue maternelle africaine	,014	,001	-,029	<b>-,907</b>	,036	,043
13. Je consulte des sites internet dans ma langue maternelle africaine	,039	,048	-,012	<b>-,822</b>	,057	,006
14. Je porte des tenues traditionnelles dès que j'en ai l'occasion	<b>,835</b>	-,073	,078	-,031	,056	,055
15. J'achète des vêtements en tissus africains	<b>,753</b>	,017	-,075	-,119	,095	,011
16. J'aime porter des tenues traditionnelles	<b>,934</b>	,038	,102	,058	-,038	,017
17. Je fais confectionner des vêtements en tissus africains	<b>,851</b>	,077	,006	,016	,014	-,022
18. Je fréquente régulièrement des personnes d'origine africaine	,204	,082	,010	,099	-,121	<b>,647</b>
19. La plupart de mes amis proches sont africains	,045	,087	,132	,034	-,026	<b>,588</b>
20. Je me sens à l'aise avec des africains	,031	-,058	-,018	-,010	,077	<b>,741</b>
21. Je communique facilement avec les africains	-,114	-,090	-,081	-,069	,020	<b>,933</b>
22. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des africains	-,048	,029	,112	-,060	,147	<b>,677</b>
23. Je participe aux fêtes nationales de mon pays d'origine	-,075	,129	,200	,019	<b>,695</b>	,093
24. Je participe à des célébrations en l'honneur de l'indépendance de mon pays d'origine	-,082	,132	,051	,003	<b>,837</b>	-,049
25. Je participe aux fêtes traditionnelles africaines	,031	,115	,068	-,012	<b>,750</b>	,032
26. Je participe à des festivals africains	,211	-,116	-,123	-,136	<b>,649</b>	-,061
27. Je participe à des soirées africaines	,164	-,047	-,039	,059	<b>,570</b>	,219

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Tout compte fait, cette analyse factorielle exploratoire finale a généré 6 facteurs qui expliquent 66,7% de la variance totale.

Factor	1	2	3	4	5	6
1	1,000	,099	,220	-,211	,343	,407
2	,099	1,000	,182	-,415	,295	-,025
3	,220	,182	1,000	-,152	,245	,402
4	-,211	-,415	-,152	1,000	-,399	-,015
5	,343	,295	,245	-,399	1,000	,290
6	,407	-,025	,402	-,015	,290	1,000

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Après avoir vérifié la structure de notre échelle de mesure de l'identité ethnique ainsi que le contenu de chaque facteur, il nous fallait évaluer la cohérence interne de chaque dimension. Le tableau ci-dessous indique les coefficients Alpha que nous avons obtenu pour chacune des dimensions de l'identité ethnique après épuration :

**Tableau 3-6: Fidélité des composantes de l'identité ethnique**

Dimensions	Coefficient Alpha
Accent africain	0,844
Langue maternelle africaine	0,882
Media langue africaine	0,911
Mode africaine	0,923
Interaction sociale avec les africains	0,860
Célébrations africaines	0,873

Chaque dimension présente un degré jugé acceptable de cohérence interne (entre 0,844 et 0,923) ce qui certifie de la fiabilité de chaque dimension de l'identité ethnique. Nous avons donc retenu ces échelles.

### **3.1.1.2. Appartenance ethnique**

Nous nous sommes inspirés des échelles présentées par plusieurs chercheurs notamment Phinney (1992) ; Laroche, Kim et Tomiuk (1998) et Robert et al. (1999).

D'après l'analyse factorielle exploratoire, nous remarquons que ces énoncés ont généré deux facteurs soit : la fierté ethnique et l'attachement ethnique qui expliquent quant à eux 70,6% de la variance totale.

Tableau 3-7 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'appartenance ethnique

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	5,503	61,149	61,149	4,789	53,210
2	1,379	15,322	76,471	1,569	17,430	<b>70,640</b>
3	,601	6,679	83,149			

Tableau 3-8 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de l'appartenance ethnique

Pattern Matrix<sup>a</sup>

	Factor	
	1	2
1. J'admire mon groupe ethnique	,614	,219
2. Je suis fier(e) de mon groupe ethnique	,547	,295
3. Je suis fier(e) des accomplissements de mon groupe ethnique	1,014	-,061
4. Je suis fier(e) des réalisations de mon groupe ethnique	1,017	-,115
<b>5. Je suis attaché(e) à mon groupe ethnique</b>	<b>,346</b>	<b>,413</b>
6. Je suis attaché(e) à tous les aspects de la culture africaine	,094	,606
7. C'est important pour moi de préserver mon héritage ethnique	,144	,755
8. C'est important pour moi de conserver ma culture africaine	-,078	1,001
9. La culture africaine est importante pour moi	-,105	,955

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Au vu de cette tendance et en nous basant sur la méthodologie de Churchill (1979), nous avons décidé de retirer un énoncé :

- Je suis attaché (e) à mon groupe ethnique (facteur : attachement ethnique)

Après avoir retiré cet énoncé, nous avons réalisé une nouvelle analyse factorielle dont le résultat final est le suivant :

Tableau 3-9 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle d'appartenance ethnique

Pattern Matrix<sup>a</sup>

	Factor	
	1	2
1. J'admire mon groupe ethnique	<b>,618</b>	,209
2. Je suis fier(e) de mon groupe ethnique	<b>,553</b>	,285
3. Je suis fier(e) des accomplissements de mon groupe ethnique	<b>1,023</b>	-,063
4. Je suis fier(e) des réalisations de mon groupe ethnique	<b>1,003</b>	-,105
5. Je suis attaché(e) à tous les aspects de la culture africaine	,102	<b>,593</b>
6. C'est important pour moi de préserver mon héritage ethnique	,155	<b>,743</b>
7. C'est important pour moi de conserver ma culture africaine	-,069	<b>1,006</b>
8. La culture africaine est importante pour moi	-,083	<b>,939</b>



L'analyse factorielle exploratoire finale génère 2 facteurs qui expliqueraient 73,54% de la variance totale.

**Factor Correlation Matrix**

Factor	1	2
1	1,000	,550
2	,550	1,000

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Vérifions la fidélité interne des différentes dimensions de l'appartenance ethnique :

**Tableau 3-10 Fidélité des composantes de l'appartenance ethnique**

Dimensions	Coefficient Alpha
Fierté ethnique	0,915
Attachement Ethnique	0,900

Le tableau ci-dessus signale que les composantes de l'appartenance ont une très bonne consistance interne. Nous avons donc conservé ces échelles.

### **3.1.1.3. Acculturation**

Pour mesurer cette variable, nous avons utilisé l'échelle construite par Kim, Laroche et Tomiuk (1998, 2001). Cette échelle avait été construite pour mesurer à quel point les Italiens étaient intégrés à la culture canadienne. Ceux-ci se sont intéressés à la culture anglaise canadienne en comparaison à la culture italienne. La mesure d'acculturation que nous avons introduite se compose d'énoncés reliés à l'accent québécois ; aux interactions sociales avec les québécois ainsi que les médias. Nous avons forcé la structure factorielle à 3 facteurs. La multi-dimensionnalité du construit d'acculturation a été confirmé du fait que l'analyse factorielle exploratoire a généré 4 facteurs. Nous constatons contre toutes attentes que ces 4 dimensions sous-jacentes au construit d'acculturation expliqueraient 50,2% de la variance totale.

Tableau 3-11 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'acculturation

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,475	34,216	34,216	4,523	28,271	28,271
2	2,172	13,572	47,788	2,200	13,753	42,024
3	1,761	11,008	58,796	1,310	8,185	<b>50,209</b>
4	1,292	8,073	66,869			

La première analyse factorielle nous permet d'obtenir la matrice des tendances

Tableau 3-12 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle d'acculturation

Pattern Matrix <sup>a</sup>				
		Factor		
		1	2	3
1.	Je parle avec l'accent québécois	,000	,039	,626
2.	<b>Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent québécois</b>	<b>-,178</b>	<b>,480</b>	<b>-,048</b>
3.	<b>Lorsque je parle français, j'emploie des expressions québécoises</b>	<b>-,006</b>	<b>,440</b>	<b>,148</b>
4.	Lorsque je parle français, je parle comme un(e) québécois(e) de souche	-,019	,000	,773
5.	Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs croient que je suis québécois(e) de souche	-,053	-,033	,797
6.	Je fréquente régulièrement des québécois de souche	,080	,542	,295
7.	<b>La plupart de mes amis sont des québécois de souche</b>	<b>,136</b>	<b>,368</b>	<b>,336</b>
8.	La plupart de mes voisins sont des québécois de souche	,039	,581	-,009
9.	Je me sens à l'aise avec les québécois de souche	,153	,809	-,092
10.	Je communique facilement avec les québécois de souche	,105	,854	-,066
11.	J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des québécois de souche	,174	,521	,112
12.	<b>Je participe à des organisations ou des associations québécoises</b>	<b>,250</b>	<b>,319</b>	<b>,195</b>
13.	Je regarde des chaînes de télévision québécoises francophones	,678	-,026	,001
14.	J'écoute des stations de radios québécoises francophones	,684	-,015	,221
15.	Je lis la presse et des livres québécois francophones	,974	-,039	-,070
16.	Je consulte des sites Internet québécois francophones	,706	,145	-,159

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Une fois de plus, nous avons éliminé des énoncés de manière itérative en suivant la méthodologie de Churchill (1979) et nous avons refait des analyses factorielles après l'élimination de chacun des énoncés suivants :

1. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent québécois (facteur : accent québécois)
2. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions québécoises (facteur : accent québécois)
3. La plupart de mes amis sont des québécois de souche (facteur : interaction avec le groupe dominant)
4. Je participe à des organisations ou des associations québécoises (facteur : interaction avec le groupe dominant)

Après avoir éliminé les énoncés relatifs à l'accent québécois et aux interactions avec le groupe dominant afin d'améliorer l'analyse de ce construit, voici le résultat que nous avons obtenu :

**Tableau 3-13 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle d'acculturation**

	Factor		
	1	2	3
1. Je parle avec l'accent québécois	,010	,071	<b>,608</b>
2. Lorsque je parle français, je parle comme un(e) québécois(e) de souche	,012	,016	<b>,774</b>
3. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs croient que je suis québécois(e) de souche	-,012	-,030	<b>,815</b>
4. Je fréquente régulièrement des québécois de souche	,032	<b>,539</b>	,253
5. La plupart de mes voisins sont des québécois de souche	-,038	<b>,600</b>	-,007
6. Je me sens à l'aise avec les québécois de souche	,029	<b>,866</b>	-,092
7. Je communique facilement avec les québécois de souche	-,012	<b>,890</b>	-,042
8. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des québécois de souche	,084	<b>,583</b>	,096
9. Je regarde des chaînes de télévision québécoises francophones	<b>,676</b>	-,016	,018
10. J'écoute des stations de radios québécoises francophones	<b>,697</b>	-,020	,210
11. Je lis la presse et des livres québécois francophones	<b>,984</b>	-,053	-,065
12. Je consulte des sites Internet québécois francophones	<b>,676</b>	,150	-,145

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Après épuration, les 3 facteurs réduits expliquent 57,19% de la variance totale.

Factor Correlation Matrix			
Factor	1	2	3
1	1,000	,431	,185
2	,431	1,000	,345
3	,185	,345	1,000

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Nous allons maintenant vérifier la fidélité interne des différentes dimensions de l'acculturation.

**Tableau 3-14 : Fidélité des composantes de l'acculturation**

Dimensions	Coefficient Alpha
Accent québécois	0,781
Media québécoise	0,842
Interaction sociale avec les québécois	0,840

Chaque dimension présente un bon degré de cohérence interne (entre 0,781 et 0,842), ce qui atteste de la fidélité interne de chaque composante de l'acculturation. Nous retenons donc ces échelles.

### 3.1.1.4. Comportements de consommation

Nous avons introduit une échelle d'habitude de consommation alimentaires. Nous y avons introduit 4 facteurs : fréquentation de magasins ethniques spécialisés ; fréquentation de magasins ethniques non-spécialisés ; consommation alimentaire africaine et consommation alimentaire québécoise. L'analyse factorielle exploratoire engendre aussi 3 facteurs qui expliquent 76,7% de la variance totale. Cependant, à priori nous avons forcé la structure factorielle à 4 facteurs.

**Tableau 3-15 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de comportements alimentaires**

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,211	43,428	43,428	3,963	33,028	33,028
2	2,617	21,810	65,239	2,899	24,155	57,182
3	2,198	18,318	83,557	2,348	19,567	<b>76,749</b>
4	,801	6,679	90,235	1,112	9,268	86,017
5	,345	2,879	93,114			

La première analyse factorielle nous donne cette tendance :

		Factor			
		1	2	3	4
1.	J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché; Kim Phat; Adonis..etc)	<b>,874</b>	-,026	-,005	,066
2.	Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat; Adonis ..etc)	<b>1,012</b>	,013	,005	-,015
3.	Je visite régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat; Adonis..etc)	<b>,959</b>	,010	-,017	,008
4.	J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	,064	<b>,775</b>	,028	-,023
5.	Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires non-spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	-,064	<b>,995</b>	-,028	,033
6.	Je visite régulièrement des magasins alimentaires non spécialisés (ex :Métro; IGA; Super C.. etc)	-,019	<b>,943</b>	-,007	,005
7.	Je mange régulièrement des plats traditionnels africains	,018	,032	-,057	<b>,909</b>
8.	Je prépare régulièrement des plats traditionnels africains	,003	,013	,025	<b>,965</b>
9.	Je m'alimente comme un (e) africain (e)	,047	-,030	,018	<b>,828</b>
10.	Je mange régulièrement les plats traditionnels québécois	-,051	,006	<b>,868</b>	,073
11.	Je prépare régulièrement des plats traditionnels québécois	-,042	-,017	<b>,985</b>	,058
12.	Je m'alimente comme un québécois de souche	,081	,011	<b>,856</b>	-,162

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Au vu des résultats de cette analyse factorielle, nous n'avons pas eu besoin d'effectuer une épuration de cette échelle. Postérieurement, nous avons testé la fidélité interne :

**Tableau 3-16 : Fidélité des composantes de l'échelle de comportement de consommation**

Dimensions	Coefficient alpha
Fréquentation de magasins ethniques spécialisés	0,973
Fréquentation de magasins non- spécialisés	0,924
Consommation alimentaire africaine	0,940
Consommation alimentaire québécoise	0,927

La fidélité interne des différents énoncés ayant été démontrée, nous avons donc conservé ces échelles comme telles.

Ayant épuré les mesures, nous pouvons passer à l'analyse des questions de recherche.

### 3.1.2. Analyse des questions de recherche

L'autre étape consistait à procéder à des analyses de régression. De par ces analyses de régression nous voulions saisir l'effet que les variables indépendantes (dimensions de l'identité ethnique – dimensions de l'acculturation) auraient sur les variables dépendantes (consommation alimentaire africaine – consommation alimentaire québécoise – fréquentation de magasins ethniques spécialisés). Dans cette partie, nous exposerons les différents effets que nous avons trouvés. Pour ce faire, nous analyserons une variable à la fois pour chacune des dimensions de l'identité ethnique et de l'acculturation.

#### 3.1.2.1. Identité ethnique du groupe cible

Nous avons voulu savoir de quelle manière les individus francophones d'Afrique subsaharienne s'identifient. Comme nous pouvons le constater sur le Tableau 3-17 : 82,8 % sont tout à fait d'accord à l'idée de s'identifier en tant qu'africains. Néanmoins, très peu de nos répondants se reconnaissent comme canadiens et encore moins comme québécois de souche.

**Tableau 3-17 : Identification du groupe cible à Montréal**

	Pas du tout	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tout à fait
Je m'identifie en tant que Africain (e)	1,9%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	2,8%	2,2%	2,2%	6,7%	0%	<b>82,8%</b>
Je m'identifie en tant qu' Africain (e)- Canadien (ne)	<b>33,3%</b>	0,6%	2,3%	2,9%	4%	6,3%	7,5%	3,4%	7,5%	8	23%
Je m'identifie en tant qu' Africain(e)- Québécois (e)	<b>52%</b>	1,2%	5,2%	2,9%	4,6%	5,2%	1,2%	4%	6,4%	6,4%	11%

Je m'identifie en tant que Québécois(e)	66,3%	1,2%	5,2%	2,3%	3,5%	4,7%	4,7%	2,9%	3,5%	2,3%	3,5%
Je m'identifie en tant que Canadien(ne)	43,9%	1,8%	1,2%	4,7%	2,3%	7%	3,5%	8,8%	8,2%	0%	18,7%

Nous avons voulu savoir de quelle manière les individus francophones d'Afrique subsaharienne s'identifient. Nous avons laissé les individus répondre de manière ouverte quant à la définition de leur groupe ethnique. Au vu de la diversité des réponses obtenues, celles-ci ont été regroupées dans différentes catégories d'étiquettes. Le tableau ci-dessous présente les catégories d'étiquettes qui ont été mentionnées :

**Tableau 3-18: Résultats des définitions du groupe ethnique**

Étiquettes mentionnées	Proportion
Africain (e)	38,4 %
Ethnie / Tribu	30,2 %
Pays d'origine	19,5 %
Couleur de peau : noire	11,9 %

Nous avons pu observer que la majorité se définissent en tant qu'Africains (38,4%). D'autres considèrent leur couleur de peau (11,9%) ; leur pays d'origine (19,5%) ; leur tribu ou ethnie africaine (30,2%).

### 3.1.2.2. Comportements alimentaires du groupe cible

Afin d'apporter un volet plus pragmatique à notre étude, nous nous sommes posés la question suivante :

**Question 1 : Quels sont les comportements alimentaires des immigrants africains subsahariens francophones dans le contexte québécois ?**

Nous voulions donc savoir à quelle fréquence ce groupe consommait des produits alimentaires africains et à quelle fréquence il se rendait dans les différents magasins pour acheter ces catégories de produits alimentaires. Le détail des fréquences est présenté dans le Tableau 3-18.

Nous remarquons que nos répondants ont mentionné que plusieurs fois par semaine, ils consomment des plats traditionnels (50,3%) ; des légumes exotiques (46,3%) ; des denrées alimentaires importées d'Afrique (44,1%); des épices importées d'Afrique (43,5 %) ; des marques alimentaires importées d'Afrique (35,6%). Cependant, 31,3% ont mentionné qu'ils ne consommaient jamais de céréales africaines. Nous notons aussi

que même s'ils sont nombreux à acheter différentes catégories de produits dans les magasins ethniques spécialisés, force est de constater que certains d'entre eux achètent aussi dans des magasins non- spécialisés. Dans les magasins spécialisés, ils achètent plus fréquemment des légumes exotiques, des fruits exotiques et des épices. Ceci dit, ils fréquentent également les magasins non- spécialisés pour acheter de la viande, des épices et des huiles alimentaires.

**Tableau 3-19 : Comportement alimentaire du groupe cible**

	Jamais	Une fois tous les 6 mois	Une fois par mois	Une fois toutes les 2 semaines	Une fois par semaine	Plusieurs fois par semaine	Chaque jour
Je consomme des plats traditionnels africains	0,6%	9,9%	9,3%	5%	14,9%	<b>50,3%</b>	9,9%
Je consomme des denrées alimentaires importées d'Afrique	2,5%	9,9%	8,7%	9,3%	20,5%	<b>44,1%</b>	5%
Je consomme des marques alimentaires importées d'Afrique	5%	11,3%	9,4%	12,5%	22,5%	<b>35,6%</b>	3,8%
Je consomme des céréales africaines (mil, sorgho, etc.)	<b>31,3%</b>	23,1%	13,8%	9,4%	6,3%	13,1%	3,1%
Je consomme des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc.)	0,6%	7,5%	11,9%	12,5%	14,4%	<b>46,3%</b>	6,9%
Je consomme des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc)	8,1%	15,5%	<b>21,7%</b>	20,5%	15,5%	14,9%	
Je consomme des produits laitiers	7,5%	2,5%	9,4%	9,4%	15,6%	<b>29,4%</b>	3,7% 26,3%
Je consomme de la viande de brousse	<b>37,3%</b>	20,5%	21,7%	8,7%	3,7%	6,2%	1,9%
Je consomme des huiles alimentaires importées d'Afrique (huile de palme, etc)	<b>25,8%</b>	22,6%	21,4%	9,4%	8,8%	8,2%	3,8%
Je consomme des épices importées d'Afrique	8,7%	9,9%	5%	9,3%	12,4%	<b>43,5%</b>	11,2%
J'achète des céréales africaines (mil, sorgho, etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	<b>37,9%</b>	18%	18,6%	11,8%	4,3%	6,8%	2,5%
J'achète des céréales africaines (mil, sorgho, etc.) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	<b>69,4%</b>	9,4%	5,6%	6,3%	3,1%	5,6%	0,6%
J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	5%	5,6%	10,6%	19,3%	<b>39,1%</b>	15,5%	5%
J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	<b>28,6%</b>	14,9%	26,7%	9,9%	11,8%	6,2%	1,9%
J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	17,5%	10%	25%	25,6%	<b>48,1%</b>	10,6%	3,1%
J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	<b>32,5%</b>	19,4%	11,3%	17,5%	10,6%	6,9%	1,9%
J'achète de la viande dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	13,1%	5%	12,5%	<b>44,4%</b>	13,8%	6,9%	4,4%
J'achète de la viande dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	7,5%	8,2%	20,8%	21,4%	<b>22%</b>	14,5%	5,7%
J'achète des huiles dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	<b>29,4%</b>	18,8%	23,1%	9,4%	10,6%	6,3%	2,5%
J'achète des huiles dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	10,6%	11,3%	<b>40,6%</b>	15,6%	8,8%	7,5%	5,6%
J'achète des épices dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)	10%	13,8%	20,6%	<b>36,3%</b>	7,5%	7,5%	4,4%
J'achète des épices dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)	6,9%	18,1%	<b>36,3%</b>	16,3%	11,9%	5%	5,6%

### 3.1.3. L'effet de l'identité ethnique

#### 3.1.3.1. Identité ethnique et consommation alimentaire

Ici, nous répondrons à la question de recherche suivante :

**Question 2 : L'identité ethnique aura-t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires africains par les immigrants africains subsahariens francophones ?**

Avant de procéder aux régressions, nous avons créé de nouvelles variables qui consistaient en des sommes des énoncés formant chaque mesure à énoncés multiples.

Voici un tableau descriptif des sigles que nous utiliserons pour analyser les variables :

**Tableau 3-20 : Descriptions des variables indépendantes (1)**

Sigles	Description
Somme_IDaccentAFR	Accent africain
Somme_IDlangueAFR	Langue maternelle africaine
Somme_IDmedia_langAF	Media africain
Somme_IDtenueAF	Tenue vestimentaire africaine
Somme_ID_interactionAF	Interactions sociales avec les africains
Somme_ID_celebAF	Célébrations africaines

Nous avons constaté une relation significative entre certaines variables d'identité ethnique et la consommation alimentaire africaine.

**Tableau 3-21 : Régression sur la consommation alimentaire africaine**

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1885,715	3	628,572	32,155	,000 <sup>b</sup>
Residual	2951,795	151	19,548		
Total	4837,510	154			

**Tableau 3-22 : Coefficients de la régression sur la consommation alimentaire africaine**

Model	Non- Standardisés		Standardisés	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,141	1,882		,606	,545
<b>Somme_IDaccentAFR</b>	<b>,249</b>	<b>,062</b>	<b>,313</b>	<b>4,048</b>	<b>,000</b>
Somme_IDlangueAFR	,057	,047	,096	1,227	,222
Somme_IDmedia_langAF	-,051	,074	-,058	-,695	,488
Somme_IDtenueAF	,069	,059	,096	1,181	,239



Somme_ID_interactionAF	,171	,074	,200	2,313	,022
Somme_ID_celebAF	-,015	,051	-,024	-,295	,768
Somme_FierteEth	-,077	,073	-,088	-1,060	,291
Somme_AttachmentEth	,255	,095	,265	2,688	,008

En raison de ces résultats, nous avons effectué une nouvelle analyse de la régression en considérant uniquement les variables significatives du modèle. Pour ce faire, nous avons eu recours à la dépuration. Celle-ci consiste à retirer les variables qui nuisent à la signification d'un modèle de régression.

Tableau 3-23 Coefficients de la régression réduits sur la consommation alimentaire africaine

Model	Non- Standardisés		Standardisés	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,704	1,707		,412	,681
Somme_IDaccentAFR	,260	,057	,325	4,545	,000
Somme_ID_interactionAF	,189	,071	,222	2,687	,008
Somme_AttachmentEth	,230	,076	,237	3,018	,003

Ces résultats nous indiquent que la consommation de produits alimentaires africains serait liée de façon positive à l'accent africain, à l'attachement ethnique, ainsi qu'aux interactions sociales avec les africains.

### 3.1.3.2. Identité ethnique et fréquentation de magasins ethniques spécialisés

Nous répondrons à la question de recherche suivante :

**Question 3 : L'identité ethnique aura-t-elle une influence sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés par les immigrants africains subsahariens francophones ?**

Nous avons constaté une relation significative entre certaines variables d'identité ethnique et la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.

Tableau 3-24 : Coefficients de la régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2509,433	8	313,679	17,505	,000 <sup>b</sup>
Residual	2544,541	142	17,919		
Total	5053,974	150			

Tableau 3-25 : Coefficients de la régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	,614	1,532		,401	,689
<b>Somme_IDaccentAFR</b>	<b>,264</b>	<b>,057</b>	<b>,322</b>	<b>4,658</b>	<b>,000</b>
Somme_IDlangueAFR	-,061	,043	-,098	-1,404	,162
Somme_IDmedia_lang AF	-,057	,067	-,062	-,852	,396
<b>Somme_IDmodeAF</b>	<b>,122</b>	<b>,051</b>	<b>,164</b>	<b>2,376</b>	<b>,019</b>
<b>Somme_ID_interactio nAF</b>	<b>,314</b>	<b>,061</b>	<b>,366</b>	<b>5,144</b>	<b>,000</b>
Somme ID celebAF	,067	,047	,105	1,428	,155

Au vu de ces résultats, nous avons effectué une nouvelle analyse de la régression en considérant uniquement les variables significatives du modèle. Nous avons encore utilisé le procédé de la dépuration. Après avoir enlevé les variables non-significatives, voici ce que nous avons obtenu :

**Tableau 3-26 : Régression sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2534,481	3	844,827	48,017	,000 <sup>b</sup>
Residual	2674,359	152	17,594		
Total	5208,840	155			

a. Dependent Variable: Somme\_Mag\_Eth

b. Predictors: (Constant), Somme\_ID\_interactionAF, Somme\_IDmodeAF, Somme\_IDaccentAFR

**Tableau 3-27 : Coefficients de la régression réduite sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,079	1,474		-,054	,957
Somme_IDaccentAFR	,252	,055	,307	4,587	,000
Somme_IDtenueAF	,113	,049	,153	2,308	,022
Somme_ID_interaction AF	,349	,059	,407	5,875	,000

Eu égard des données rapportées ci-dessus, il a été confirmé que certaines variables d'identité ethnique à savoir l'accent africain, le port de tenue vestimentaire africaine et les interactions sociales avec les africains ont une corrélation positive avec la fréquentation des magasins ethniques spécialisés.

### 3.1.4. L'effet de l'acculturation

#### 3.1.4.1. Consommation alimentaire québécoise

Nous répondrons à la question suivante :

**Question 4 : L'acculturation a-t-elle une influence sur la consommation de produits alimentaires québécois par les immigrants africains subsahariens francophones ?**

Tout d'abord, voici un tableau descriptif des sigles dont nous nous servons pour analyser les variables :

**Tableau 3-28 : Descriptions des variables indépendantes (2)**

Sigles	Description
Somme_interqc	Interaction sociale avec des québécois de souche
Somme_accentqc	Accent québécois
Somme_mediaqc	Media québécois

Nous avons relevé que certaines variables de l'acculturation ont un effet significatif sur la consommation alimentaire québécoise :

**Tableau 3-29 : Régression sur la consommation alimentaire québécoise**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	933,439	3	311,146	20,197	,000 <sup>b</sup>
Residual	2357,083	153	15,406		
Total	3290,522	156			

a. Dependent Variable: Somme\_Conso\_Alim\_Qc

b. Predictors: (Constant), Som\_mediaqc, Som\_accentqc, Som\_interqc

**Tableau 3-30 : Coefficients de la régression sur la consommation alimentaire québécoise**

Model	Non- Standardisés		Standardisés	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,100	1,028		-,098	,922
Somme_interqc	,038	,049	,061	,775	,439
<b>Somme_accentqc</b>	<b>,407</b>	<b>,100</b>	<b>,296</b>	<b>4,064</b>	<b>,000</b>
<b>Somme_mediaqc</b>	<b>,243</b>	<b>,051</b>	<b>,353</b>	<b>4,716</b>	<b>,000</b>

Nous avons pu observé que seulement l'accent et les médias québécois ont un effet significatif sur la consommation alimentaire québécoise. Nous avons donc eu recours au procédé de dépuratation. Une fois que les variables non-significatives ont été retirées, voici ce que nous avons obtenu :

**Tableau 3-31 Régression réduite sur la consommation alimentaire québécoise**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	843,193	2	421,597	25,976	,000 <sup>b</sup>
Residual	2515,667	155	16,230		
Total	3358,861	157			

a. Dependent Variable: Somme\_Conso\_Alim\_Qc

**Tableau 3-32 Coefficients de la régression réduite sur la consommation alimentaire québécoise**

Model	Non- Standardisés		Standardisés	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,737	,914		,806	,421
Somme_accentqc	,423	,098	,305	4,312	,000

Somme mediaqc	,237	,049	,345	4,876	,000
---------------	------	------	------	-------	------

Force est de constater qu'il y a une association positive entre certaines variables d'acculturation, dont l'accent québécois et la consommation de média québécois, et la variable "consommation alimentaire Québécoise".

Après avoir répondu aux questions de recherche, l'étape subséquente consistait à confirmer nos hypothèses.

## **3.2. VOLET CONFIRMATOIRE : TESTS DES HYPOTHÈSES**

Une autre étape consistait à procéder à des analyses pour confirmer nos hypothèses. Pour ce faire, nous avons utilisé le logiciel LISREL VIII. Dans cette section nous exposons les résultats de la modélisation par équations structurelles.

### **3.2.1. Épuration des mesures**

La première étape présente les résultats de l'épuration et des tests de fidélité de chaque construit : discrimination perçue et coping.

#### **3.2.1.1. Discrimination perçue**

L'échelle de discrimination se compose d'énoncés alliant les discriminations subies par le groupe ethnique ainsi que les discriminations subies de manière individuelle. Nous avons combiné l'échelle de « Group-perceived Discrimination » de Keefe et Padilla (1987) ainsi que celle intitulée « Everyday Discrimination Scale » proposée par Williams, Jackson et Anderson (1997).

Nous avons procédé à des analyses factorielles des 2 dimensions de ce construit : discrimination perçue de groupe et discrimination perçue individuelle.

L'analyse factorielle de la mesure de discrimination individuelle perçue indique que les énoncés forment 1 facteur qui explique 64,36% de la variance totale.

**Tableau 3-33 Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de discrimination individuelle perçue**

Total Variance Explained						
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,143	68,259	68,259	5,793	64,364	<b>64,364</b>
2	,815	9,056	77,315			

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Factor Matrix <sup>a</sup>		Factor
		1
1.	Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous n'êtes pas intelligent (e)	,871
2.	Les gens se comportent comme s'ils ont peur de vous	,807
3.	Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous êtes malhonnête	,808
4.	Les gens se comportent comme s'ils estiment être meilleurs que vous	,836
5.	Vous vous faites injurier ou insulter	,685
6.	Vous êtes menacé (e) ou harcelé (e)	,653
7.	Vous êtes traité(e) avec moins de courtoisie que les autres personnes	,835
8.	Vous êtes traité (e) avec moins de respect que les autres personnes	,849
9.	Vous recevez un service de moindre qualité que les autres personnes dans les restaurants ou les magasins	,846

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Tous les énoncés ont été conservés.

L'analyse factorielle de la mesure de discrimination de groupe perçue indique que les énoncés forment 1 facteur qui explique 50,36% de la variance totale.

**Tableau 3-34 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de discrimination de groupe perçue**

Total Variance Explained						
Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,349	58,723	58,723	2,025	50,621	<b>50,621</b>
2	,947	23,675	82,398			
3	,493	12,322	94,721			
4	,211	5,279	100,000			

Extraction Method: Maximum Likelihood.

	Factor
	1
1. Plusieurs employeurs refusent souvent d'embaucher une personne en raison de ses origines africaines	,645
2. La plupart des enseignants des écoles accordent plus d'attention aux enfants québécois de souche qu'aux enfants d'origine africaine	,932
3. Les personnes qui travaillent pour des organismes publics (tels que l'aide sociale, sécurité sociale et cliniques de santé) sont davantage préoccupés par les québécois de souche que par les individus d'origine africaine	,840
4. Au Québec, les individus d'origine africaine doivent travailler beaucoup plus dur que les québécois de souche pour avancer dans la vie	,185

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Apprécions maintenant la fidélité des dimensions de ces mesures. Ci-dessus, nous rapportons les coefficients Alpha de chaque dimension :

**Tableau 3- 35 : Fidélité des composantes de l'échelle de discrimination perçue**

Dimensions	Coefficient Alpha
Discrimination perçue de groupe	0,843
Discrimination perçue individuelle	0,941

La fidélité interne de l'échelle de discrimination perçue est très bonne étant donné que les valeurs des alphas de Cronbach se situent entre de 0,843 et 0,941. Nous conservons donc ces échelles.

### 3.2.1.2. Coping

La mesure du « coping » inclus 4 des dimensions de l'échelle de mesure du COPE introduite par Carver, Scheier et Weintraub (1989). Nous avons introduit les dimensions suivantes : expression ; soutien instrumental ; soutien émotionnel et acceptation. L'analyse factorielle exploratoire de l'échelle de coping rapporte 3 facteurs qui expliquent 63,64% de la variance totale. Nous imaginons que les énoncés de stratégies de coping de soutien (instrumental et émotionnel) ont été regroupés. Ceci dit, nous avons encore forcé la structure factorielle à 4 facteurs car la littérature nous démontre bien que ces deux stratégies de soutien sont bien distinctes (Carver et al., 1989).

Tableau 3- 36 : Résultats de l' analyse factorielle exploratoire de l'échelle de coping

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,480	40,501	40,501	6,089	38,057	38,057
2	2,747	17,169	57,670	2,476	15,473	53,530
3	1,870	11,688	69,358	1,618	10,111	<b>63,641</b>
4	,817	5,106	74,464	,556	3,477	67,117
5	,807	5,041	79,505			

L' analyse factorielle nous permet d'obtenir la matrice des tendances suivante :

Pattern Matrix <sup>a</sup>				
	Factor			
	1	2	3	4
1. Je me sens contrarié(e) et j'évacue mes sentiments négatifs	-,017	-,038	,912	-,066
2. Je me sens contrarié(e), et je suis vraiment conscient(e) de ma contrariété	-,128	,095	,640	,214
3. J'évacue mes sentiments négatifs	,030	-,019	,898	-,047
<b>4. Je ressens une grande détresse émotionnelle et je trouve que j'exprime</b>	<b>,241</b>	<b>,042</b>	<b>,412</b>	<b>,010</b>
5. Je demande conseil à quelqu'un à propos de comment agir	,901	-,003	-,031	,065
6. Je consulte quelqu'un dans le but d'en savoir plus au sujet de la situation	,787	,055	,050	,124
7. Je consulte quelqu'un qui peut agir concrètement face à ce problème	,518	-,019	,050	,329
<b>8. Je demande aux personnes ayant eu des expériences semblables ce qu'elles ont fait</b>	<b>,488</b>	<b>,081</b>	<b>,159</b>	<b>,221</b>
9. Je discute de mes sentiments avec quelqu'un	,142	-,098	,146	,598
10. Je recherche un appui émotionnel de la part de mes amis ou de ma parenté	-,017	,007	,002	,891
11. J'attire le soutien et la compréhension de quelqu'un	,125	,008	-,064	,716
12. Je discute avec quelqu'un de comment je me sens	,029	,093	,008	,783
13. Je m'y habitue	-,208	,663	,097	,075
14. J'accepte que cela se soit passé et que je n'y peux rien	,097	,963	-,050	-,144
15. J'accepte le fait que cela se soit passé	,003	,829	-,024	,083
16. J'apprends à vivre avec le fait que cela se soit passé	,130	,823	-,002	,007

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Nous avons été contraints d'enlever l'énoncé suivant : « Je ressens une grande détresse émotionnelle et je trouve que j'exprime ». Ensuite, nous avons effectué une nouvelle analyse factorielle exploratoire dont le résultat est le suivant :

Tableau 3-37 : Résultats de l'analyse factorielle exploratoire réduite de l'échelle de coping

Pattern Matrix<sup>a</sup>

	Factor			
	1	2	3	4
1. Je me sens contrarié(e) et j'évacue mes sentiments négatifs	,032	-,034	,901	-,076
2. Je me sens contrarié(e), et je suis vraiment conscient(e) de ma contrariété	-,088	,098	,642	,200
3. J'évacue mes sentiments négatifs	,080	-,015	,886	-,061
4. Je demande conseil à quelqu'un à propos de comment agir	,930	-,006	-,039	,014
5. Je consulte quelqu'un dans le but d'en savoir plus au sujet de la situation	,844	,055	,048	,055
6. Je consulte quelqu'un qui peut agir concrètement face à ce problème	,555	-,019	,047	,282
7. Je demande aux personnes ayant eu des expériences semblables ce qu'elles ont fait	,536	,081	,164	,168
8. Je discute de mes sentiments avec quelqu'un	,165	-,098	,144	,577
9. Je recherche un appui émotionnel de la part de mes amis ou de ma parenté	,001	,006	,015	,868
10. J'attire le soutien et la compréhension de quelqu'un	,114	,003	-,073	,729
11. Je discute avec quelqu'un de comment je me sens	,021	,088	,008	,795
12. Je m'y habitue	-,197	,663	,103	,076
13. J'accepte que cela se soit passé et que je n'y peux rien	,105	,962	-,047	-,147
14. J'accepte le fait que cela se soit passé	,001	,826	-,026	,094
15. J'apprends à vivre avec le fait que cela se soit passé	,139	,821	-,002	,004

Extraction Method: Maximum Likelihood.

L'analyse exploratoire finale génère 4 facteurs expliquant 69,60% de la variance totale.

Nous présentons ci-dessous le test de fidélité interne.

**Tableau 3-38 : Fidélité des composantes du coping**

Dimensions	Coefficient alpha
Expression des sentiments	0,866
Soutien instrumental	0,903
Soutien émotionnel	0,883
Acceptation	0,911

La fidélité interne de l'échelle de coping est très bonne car les coefficients alphas se situent entre de 0,866 et 0,911. Nous gardons donc ces échelles.

### **3.2.2. Analyse : Modélisation LISREL**

Pour le volet par confirmation de notre analyse, nous avons eu recours au logiciel LISREL VIII. Contrairement à la régression, l'approche LISREL nous permet de modéliser plusieurs variables dépendantes et d'effectuer des tests simultanés de toutes nos hypothèses. En d'autres termes, cette approche nous permet de faire le calcul de



toutes les relations du modèle d'un seul trait. Généralement, un modèle d'équations structurelles contient deux parties : le modèle de mesure et le modèle de variables latentes (Byrne, 1998).

Avant d'obtenir les résultats du modèle de mesure présenté dans le tableau 37, nous avons dû éliminer des indicateurs en utilisant le logiciel LISREL VIII.

**Tableau 3-39 Modèle des mesures calculé par LISREL**

Énoncés	Paramètres	Valeur calculée	Valeur T	Err. St.
<b><u>COPING ÉMOTIONNEL (<math>\xi_1</math>) (se lit: ksi 1)</u></b>				
Je discute de mes sentiments avec quelqu'un	$\lambda\text{-y } 1,1$	0.92	- -	- -
Je recherche un appui émotionnel de la part de mes amis ou de ma parenté	$\lambda\text{-y } 2,1$	0.75	9.87	0.08
J'attire le soutien et la compréhension de quelqu'un	$\lambda\text{-y } 3,1$	0.93	12.54	0.08
Je discute avec quelqu'un de comment je me sens	$\lambda\text{-y } 4,1$	0.56	6.73	0.09
<b><u>FRÉQUENTATION DES MAGASINS ETHNIQUES SPÉCIALISÉS (<math>\xi_2</math>)</u></b>				
J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc)	$\lambda\text{-y } 5,2$	0.96	- -	- -
Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ;Adonis..etc)	$\lambda\text{-y } 6,2$	1.00	21.08	0.05
Je visite régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ; Adonis ..etc)	$\lambda\text{-y } 7,2$	0.98	19.94	0.05
<b><u>FIERTÉ ETHNIQUE (<math>\eta_1</math>) (se lit: beta 1)</u></b>				
J'admire mon groupe ethnique	$\lambda\text{-x } 1,1$	0.91	- -	- -
Je suis fier(e) de mon groupe ethnique	$\lambda\text{-x } 2,1$	0.94	14.09	0.07
Je suis fier(e) des accomplissements de mon groupe ethnique	$\lambda\text{-x } 3,1$	0.84	12.00	0.08
<b><u>ATTACHEMENT ETHNIQUE (<math>\eta_2</math>)</u></b>				
Je suis attaché(e) à mon groupe ethnique	$\lambda\text{-x } 4,2$	0.83	- -	- -

Je suis attaché(e) à tous les aspects de la culture africaine	$\lambda$ -x 5,2	0.79	9.44	0.10
C'est important pour moi de préserver mon héritage ethnique	$\lambda$ -x 6,2	0.81	9.7	0.10

### **DISCRIMINATION DE GROUPE ( $\eta_3$ )**

Plusieurs employeurs refusent souvent d'embaucher une personne en raison de ses origines africaines	$\lambda$ -x 7,3	0.68	- -	- -
La plupart des enseignants des écoles accordent plus d'attention aux enfants québécois de souche qu'aux enfants d'origine africaine	$\lambda$ -x 8,3	0.98	8.84	0.16
Les personnes qui travaillent pour des organismes publics (tels que l'aide sociale, sécurité sociale et cliniques de santé) sont davantage préoccupés par les québécois de souche que par les individus d'origine africaine	$\lambda$ -x 9,3	0.85	8.44	0.15

### **DISCRIMINATION INDIVIDUELLE ( $\eta_4$ )**

Vous êtes traité(e) avec moins de courtoisie que les autres personnes	$\lambda$ -x 10,4	0.92	- -	- -
Vous êtes traité (e) avec moins de respect que les autres personnes	$\lambda$ -x 11,4	0.94	15.44	0.07
Vous recevez un service de moindre qualité que les autres personnes dans les restaurants ou les magasins	$\lambda$ -x 12,4	0.91	14.66	0.07
Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous n'êtes pas intelligent (e)	$\lambda$ -x 13,4	0.88	13.68	0.07

---

### **Statistiques d'adéquation du modèle**

$\chi^2$ (se lit : Chi-carré) (degré(s) de liberté ; valeur de p)	317.05 (157 ; 0.00)
<b>NFI</b> (Normed Fit Index)	0.90
<b>CFI</b> (Comparative Fit Index)	0.95
<b>IFI</b> (Incremental Fit Index)	0.95
<b>RMSEA</b> (Root Mean Square Error of Approximation)	0.071

---

La valeur du Chi carré ( $\chi^2$ ) est de 317.05 avec un degré de liberté de 157 et est significatif à 0.00. Dès lors que la valeur p du test est significative, cela signifie que l'adéquation du modèle n'est pas bonne (Bollen, 1989). Cependant le Chi carré ( $\chi^2$ ) demeure problématique car sa valeur a tendance à enfler en fonction de la taille de l'échantillon et du nombre de variables observées incluses dans une analyse. De ce fait, d'autres indicateurs d'adéquation ont été créés.

Les indicateurs NFI, CFI et IFI sont des indices de comparaison. Bentler (1990) signale que si la valeur de ces indicateurs est supérieure ou égale à 0.90, cela annonce l'adéquation acceptable du modèle. Étant donné que les valeurs de ces indicateurs, respectent le critère de Bentler (1990), nous pouvons dire que le modèle a une bonne adéquation globale.

Cependant, dans le cas où le nombre de réponses est faible, le NFI risque de sous-estimer l'adéquation du modèle (Bentler, 1990). Pour ces raisons, Bollen (1989) et Bentler (1990) ont introduit des nouveaux indicateurs pour remédier à ce problème de sous-estimation. En fait, Bollen (1989) a mis en place le IFI et une autre version du NFI : le CFI a été introduite par Bentler (1990). De ce fait, étant donné que le NFI est égale à 0.9, cela indique une adéquation acceptable.

Le RMSEA est un indice qui prend en considération l'erreur d'approximation causée par l'échantillon (Browne et Cudeck, 1993). Ainsi, il est crucial dans un modèle d'équations structurelles. La valeur rapportée par l'analyse est de 0.071. Plus la valeur de RSMEA se rapproche de 0.0, plus l'adéquation s'améliore. Un RMSEA entre 0.05 et 0.08 indique une adéquation raisonnable (Browne et Cudeck, 1993). Cependant, plusieurs chercheurs remarquent que la complexité du modèle et le nombre de variables utilisées pourrait influencer cet indicateur (Browne et Cudeck, 1993 ; Byrne, 1994). Ci-dessous, est rapporté le modèle de variables latentes :

**Tableau 3-40 Modèle de variables latentes**

Paramètres	Valeur calculée	Valeur T	Err. St
$\beta_{2,1}$	-0.03	-0.32	0.08
$\gamma_{1,4}$	0.41	3.43	0.12
$\gamma_{2,1}$	-0.39	-2.13	0.19
$\gamma_{2,2}$	0.95	4.67	0.23
$\gamma_{3,2}$	0.33	2.87	0.16
$\gamma_{4,2}$	-0.27	-2.30	0,12
$\gamma_{3,1}$	-0.15	-1.29	0.16
$\gamma_{4,1}$	0.41	3.43	0.12

Les résultats du tableau précédent nous permettent de vérifier si nos hypothèses ont été confirmées ou infirmées.

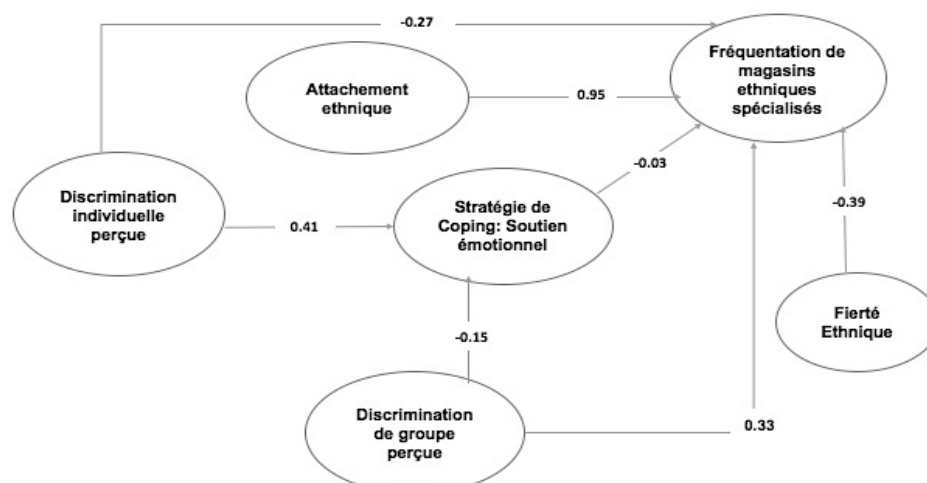
Ce modèle de variables latentes a pour objectif d'estimer les paramètres du modèle d'équations structurelles. En particulier, les paramètres Béta et Gammas reflètent nos hypothèses de recherche. Il s'agit de coefficients de régression. Force est de constater que quasiment toutes les valeurs T associées à ces paramètres dépassent  $|1,96|$  à l'exception des hypothèses suivantes : H5 et H7 pour lesquelles les paramètres de régression sont non-significatifs. Ces deux hypothèses ont donc été infirmées. Pour être plus précis, ces estimations démontrent que la discrimination de groupe perçue n'incite pas les individus à adopter une stratégie de coping de support émotionnel et que le recours à la stratégie de coping de support émotionnel n'influence pas la fréquentation des magasins ethniques spécialisés. Le coping n'est donc pas une variable médiatrice significative dans ce modèle.

Néanmoins, le reste de nos hypothèses ont été confirmées :

- ✓ H1 : La fierté ethnique aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés
- ✓ H2 : L'attachement ethnique aura un impact significatif et positif sur la fréquentation des magasins spécialisés
- ✓ H3 : La discrimination de groupe perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.
- ✓ H4 : La discrimination individuelle perçue par les immigrants africains subsahariens francophones aura un effet significatif et positif sur la fréquentation de magasins ethniques spécialisés.
- ✓ H6 : La discrimination individuelle perçue aura un effet significatif et positif sur l'utilisation de stratégies de coping

La Figure 3-9 présente le modèle structurel de notre étude pour simplifier la compréhension de ces résultats.

Figure 3-9 Le modèle structurel



**Tableau 3-41 Matrice des corrélations entre les variables latentes exogènes**

Paramètres	Valeur calculée	Valeur T	Err. St
$\phi_{2,1}$	0.61	6.26	0.10
$\phi_{3,1}$	-0.08	-1.33	0.06
$\phi_{3,2}$	-0.07	-1.32	0.05
$\phi_{3,4}$	0.47	4.30	0.11
$\phi_{4,1}$	-0.11	-1.45	0.08
$\phi_{4,2}$	-0.03	-0.45	0.07
$\phi_{4,3}$	0.40	5.1	0.08

Les valeurs des paramètres Phi ( $\phi_{i,j}$ ) dans le Tableau 3-41 représentent les corrélations entre les variables latentes. Ces valeurs nous permettent d'établir les corrélations entre les variables latentes. Ces valeurs calculées sont toutes différentes de 1. Ceci démontre alors que ces facteurs sont discriminants les uns des autres.

Il serait intéressant de remarquer que ( $\phi_{2,1}$ ) qui correspond à la corrélation existant entre la fierté ethnique et l'attachement est de 0.61. Cette valeur étant différente de /1/, ceci nous assure que ces deux variables latentes représentent bel et bien deux notions différentes. De plus, notons aussi que ( $\phi_{4,3}$ ) qui correspond à la corrélation entre la discrimination perçue et la discrimination individuelle perçue est différent de 1. Ces deux construits sont donc aussi discriminants.

## **Chapitre 4 : Discussion et conclusions**

Dans ce chapitre, nous nous servirons des analyses du modèle pour discuter des résultats obtenus dans le cadre de notre recherche. Nous mettrons en avant les implications théoriques et managériales de cette étude. Pour finir, nous ferons ressortir les limites de cette étude et nous proposerons des thèmes pour études futures.

## 4.1. DISCUSSION

Dans cette partie, nous reviendrons sur les réponses aux différentes questions de recherche que nous avons présentées au préalable et nous tenterons d'y apporter des explications. Au fond, un portrait ressort de nos résultats :

Bien que cet africain soit francophone, il parle d'autres langues africaines et il a un accent particulier. Il se considère comme africain mais utilise également plusieurs autres étiquettes pour s'identifier : sa patrie d'origine ou sa tribu africaine. Fier de son groupe ethnique et attaché à ce dernier, il porte des tenues africaines pour affirmer son appartenance ethnique et il consomme fréquemment des plats traditionnels africains. De plus, il est attaché aux marques alimentaires, aux denrées alimentaires africaines importées d'Afrique. Et, sa vie sociale se conjugue avec ses pairs africains.

Cependant, à son arrivée au Québec, et malgré sa volonté de s'intégrer dans le pays, il se trouve confronté à différents défis.

Le contexte d'immigration dans un pays occidental tel que le Canada lui procure un nouveau statut : celui d'une minorité visible et le contraint à s'identifier de part sa couleur de peau. Étant donné que le Québec est francophone, il ne devrait pas subir la barrière de la langue. Ceci dit, il réalise que savoir parler le français ne suffit pas, il lui faut s'adapter à l'accent québécois et aux expressions québécoises pour communiquer avec le groupe dominant local. Il a donc le choix entre adopter l'accent québécois ou conserver sa manière de parler. De plus, en raison des différences climatiques qui existent entre son pays d'origine et le Canada, pendant l'hiver, il doit également adapter sa garde-robe (Gbadamosi, 2012) et garder ses tenues africaines pour des occasions spéciales telles que des célébrations culturelles (Gbadamosi, 2012). Cependant, rares sont les endroits où il est possible de trouver ce type de tenues ou des tissus africains au Québec et plus précisément à Montréal.

Par ailleurs, il cherche à assouvir un besoin primaire : s'alimenter. C'est le moment pour lui de repérer les acteurs de la distribution alimentaire au Québec. Il découvre alors les magasins non-spécialisés tels que Maxi, Provigo, Super C et autres. Au sein de cette

grande surface qui n'est pas nécessairement courante en Afrique, il doit s'ajuster à une nouvelle expérience d'achat et de consommation. Il déambule dans les rayons à la recherche de produits frais pour se préparer un plat traditionnel africain qu'il consomme plusieurs fois par semaine. Cependant, cet immigrant n'arrive pas à trouver les produits et les marques alimentaires qu'il avait l'habitude de consommer dans son pays d'origine. Au Québec, il se trouve face à des produits en libre-service, sans vendeur, alors que dans son pays il avait pour habitude d'aller au marché, dans des boutiques locales où le dialogue et les négociations sont de mise. Il se rend compte qu'il ne peut plus avoir recours au marchandage car au Québec, contrairement à l'Afrique, le prix est non-négociable.

En regardant les chaînes de télévisions québécoises ; en écoutant les radios québécoises, en feuilletant des journaux ou des magazines locaux, cet immigrant est susceptible d'acquérir des connaissances relatives aux pratiques alimentaires du pays. Assurément, *consommer des médias québécois* est un moyen de s'exposer à la culture hôte (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998). Ceci pourrait se faire par l'exposition aux différentes publicités de produits alimentaires ou même l'exposition aux émissions culinaires qui mettent en exergue les produits et les pratiques alimentaires au Québec et au Canada. À travers sa consommation de médias québécois, il se pourrait que cet immigrant commence à adopter la consommation alimentaire des québécois.

Au travers des relations tissées avec les québécois, cet immigrant d'Afrique subsaharienne francophone en apprendrait davantage sur la culture du pays et notamment les pratiques alimentaires du groupe majoritaire. En d'autres termes, plus cet immigrant serait en contact avec des québécois, plus il serait enclin de consommer des produits alimentaires québécois. L'exposition à la culture d'accueil via les *fréquentations* favoriserait l'adoption des habitudes alimentaires du pays hôte (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998 ; Keefe et Padilla, 1987 ; Satia-Abouta et al., 2002).

Par contre, si cet immigrant fréquente majoritairement des individus issus de son groupe ethnique, cela l'inciterait à maintenir ses habitudes alimentaires (Laroche, Kim et Tomiuk, 1998 ; Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007 ; Satia-Abouta, 2002). Cet immigrant



pourrait avoir plusieurs interactions sociales avec son groupe ethnique que ce soit en développant un cercle d'amis africains ou encore en participant à des groupes culturels (Baffoe,2010 ; Grant ,2007 ; Madibbo, 2010). Il se pourrait qu'au cours de ces interactions sociales, que ce soit lors de rencontres anodines ou de célébrations culturelles, les individus francophones originaires d'Afrique subsaharienne partagent des mets africains. L'alimentation étant un symbole culturel qui permettrait de renforcer l'identité ethnique des immigrants et de pallier à un sentiment de nostalgie (Baffoe, 2010 ; Douglas, 1979). Comme nous l'avons déjà évoqué, la région Montréalaise n'ayant pas d'enclave ethnique pour les africains à l'instar de Chinatown, au cours de ces interactions, cet immigrant a la possibilité de bénéficier de l'expérience de ses compatriotes. Sous le conseil avisé de ses pairs, il peut obtenir des renseignements sur l'existence de circuits d'approvisionnements de produits alimentaires africains (magasins ethniques non- spécialisés), ce qui l'inciterait davantage à fréquenter ce type de magasins. En somme, nous avons tous tendance à graviter vers les choses qui nous sont familières.

*Attaché* à son groupe, il aura tendance à maintenir les habitudes alimentaires et vestimentaires qu'il avait dans son pays d'origine d'autant plus que ce sont des traits culturels et identitaires qui perdurent (Cervellon et Dubé, 2005; Gbadamosi, 2012 ; Park et al., 2003 ; Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Ceci est pour lui, un moyen de conserver et d'afficher des traditions propres à son groupe ethnique (Palumbo et Teich, 2004). De plus, les magasins ethniques spécialisés sont des espaces qui transmettent un message culturel très fort (Gregson et al., 2002). Du fait de la musique africaine qui rythme la vie de ces magasins ou encore par le marchandisage (en anglais, *merchandising*) de ces derniers, cet immigrant pourrait considérer ces lieux comme une extension de son pays d'origine. Malgré son contexte d'immigration au Canada, ses habitudes alimentaires ne changent pas nécessairement (Adekunle et al., 2011). Il se procure des légumes exotiques, des épices, des denrées et des marques importées d'Afrique, de manière très régulière afin de préparer des plats traditionnels africains plusieurs fois par semaine. En plus de proposer des produits alimentaires, certains de ces magasins offrent également à leur clientèle la possibilité d'obtenir des

tissus africains ou encore des tenues africaines. Étant donc à la recherche de ces tenues lorsque les conditions sont plus propices, il sera plus enclin à fréquenter ces magasins où il pourra trouver ce qu'il désire, comme au pays. Ainsi, étant donné que cet immigrant est attaché à son héritage ethnique, il sera enclin à fréquenter régulièrement ces magasins ethniques spécialisés.

Bien qu'il soit francophone, il parle aussi un dialecte africain, le dialecte distinct d de sa tribu. Ceci dit, *l'utilisation de la langue maternelle* africaine n'influencera ni sa fréquentation de magasins spécialisés ethniques ni ses habitudes de consommation alimentaire. En effet, les pays d'Afrique subsaharienne se caractérisent par plusieurs dialectes et ne possèdent pas de langue nationale. Bien que cet immigrant et ses pairs africains ne parlent pas nécessairement le même dialecte africain, ceux-ci ont en commun le français comme langue officielle. Ce qui expliquerait les raisons pour lesquelles il n'y aurait pas de lien entre le fait que cet immigrant parle sa langue maternelle africaine et le fait qu'il fréquente des magasins ethniques spécialisés. Effectivement, en s'y rendant, il pourrait échanger avec les vendeurs de ces magasins en langue française.

Issu d'un groupe minoritaire, il se pourrait que cet immigrant cherche à améliorer ses conditions (Tajfel, 1978). Ainsi, il se pourrait qu'il se retranche dans sa communauté et développe un sentiment de fierté ethnique (Cross, 1978). Selon Keefe et Padilla (1987), ce sentiment de fierté ethnique pousserait cet immigrant à privilégier les contacts avec son groupe ethnique. En effet, les africains subsahariens francophones faisant partie d'un groupe de minorités visibles au Canada il serait possible que le statut de cet immigrant le contraigne à s'associer davantage à son groupe ethnique et donc à fréquenter des magasins ethniques spécialisés dans lesquels il pourra rencontrer des membres de sa communauté ethnique.

Manifestement, en gardant son *accent*, cet immigrant chercherait à se faire reconnaître, comprendre et accepter auprès des membres de sa communauté ethnique (Bourhis, Lepicq et Sachdev, 2000 ; Giles, Coupland et Coupland, 1991). Il serait sans doute plus à l'aise à discuter avec des individus de son groupe ou encore des personnes qui

comprennent son accent. Alors, il privilégiera les lieux où il pourra interagir avec sa communauté, en l'occurrence les magasins ethniques spécialisés. La structure de ces magasins favorise la spontanéité du dialogue, ce qui n'est pas nécessairement le cas des magasins non-spécialisés. Assurément, il y a une association positive entre le fait que cet immigrant africain ait un accent africain, fréquente des magasins ethniques spécialisés et consomme des produits alimentaires africains.

Quand bien même il achèterait certaines catégories de produits dans les magasins non-spécialisés, il s'avère qu'il fréquente majoritairement les magasins ethniques spécialisés. En fait, il fait usage d'une « adoption sélective » des magasins (Hino, 2014). Autrement dit, il sélectionne le lieu qu'il fréquentera en fonction de la catégorie de produits qu'il recherche. Ceci atteste donc que bien que les magasins non-spécialisés soient très achalandés, leur assortiment n'arrive pas à combler tous les besoins alimentaires de ce groupe cible.

Au Québec, les facteurs ethnoculturels à savoir la langue, la manière de parler, l'appartenance ethnique et la couleur de peau sont des vecteurs de *discrimination*. De plus, certains immigrants issus des minorités visibles ont signalé avoir été victimes de discrimination dans différents contextes, notamment dans les magasins (Statistique Canada, 2003 ; 2013). Étant donné que cet immigrant francophone africain est lui-même issu d'une minorité visible de race noire et qu'il parle différemment des québécois de souche, il se pourrait qu'il perçoive de la réticence ou de l'appréhension, voire de la discrimination à son égard. De plus, cet immigrant africain pourrait entendre parler des différentes discriminations auxquelles son groupe ethnique fait face au Québec (Statistique Canada, 2003 ; 2013). Cependant, que ce soit son groupe ethnique ou lui-même qui soient confrontés à de la discrimination, cet immigrant aura tendance à fréquenter les magasins ethniques spécialisés.

Ceci dit, ce n'est pas la discrimination orientée vers son groupe ethnique qui le mettra dans un état de stress et qui le poussera à trouver une manière de s'ajuster. En effet, il se pourrait qu'il se sente moins menacé par la discrimination subie par son groupe (Brittian et al., 2013). Néanmoins, si cet immigrant africain subsaharien francophone

ressent des discriminations individuelles, il va tenter de trouver du soutien auprès des membres de son groupe car il est très communautaire et plutôt enclin à l'émotionnel (Greer, 2007). Ainsi, en se rapprochant d'eux, il pourra faire part de ses émotions à ses pairs.

## **4.2. IMPLICATIONS MANAGÉRIALES**

Pour réussir une stratégie commerciale, la première étape pour une entreprise consiste à comprendre les consommateurs cibles, leurs motivations de consommation, leurs habitudes et leurs besoins.

Au fil du temps, le visage du Canada change petit à petit eu égard des différentes vagues d'immigrations auxquelles il fait face. Un changement de tendance démographique s'observe depuis 1998. (Cf. Annexe 4). Entre 1994 et 1998, le Québec accueillait majoritairement des populations originaires de l'Asie (40,3%) et de l'Europe (27,2%) face à une faible représentativité des populations africaines (15,7%). Entre 1999 et 2003, les populations Asiatiques et Européennes représentaient respectivement 34,8% et 24 % alors que les immigrants en provenance d'Afrique constituent 25,2 % de cette vague d'immigration. De 2004 à 2008, les immigrants originaires d'Afrique, représentaient 28,6 % de l'immigration au Québec, supplantaient les Européens avec 21,3 % et talonnaient les Asiatiques (29 %). Entre 2009 et 2013, 34,9% des immigrants admis au Québec provenaient d'Afrique. Ce chiffre plaçait donc le continent africain en tête suivi par l'Asie avec 26 % et l'Europe avec 17,2%.

Dans un pays comme le Canada et plus précisément dans une métropole telle que Montréal qui attire des immigrants de divers horizons, la segmentation devient nécessaire. Ce travail sert donc à légitimer la nécessité d'employer des stratégies de marketing ethnique liées aux produits, à la distribution et à la promotion s'adressant aux consommateurs originaires d'Afrique subsaharienne francophone.

Cette étude se révèle être utile pour les gestionnaires Marketing des acteurs de la grande distribution.

Au Canada, le marché alimentaire ethnique est très porteur et en constante progression.

La croissance annuelle des supermarchés ethniques est évaluée à 14% (SIAL<sup>2</sup>, 2016). De surcroît, le chiffre d'affaire de ce marché a été évalué à \$5 milliards entre 2013 et 2017 (SIAL, 2016). Ce qui peut être un élément d'accroissement du chiffre d'affaire des magasins alimentaires non-spécialisés qui voudront développer un rayon ethnique pour d'une part, recruter des consommateurs canadiens soucieux de diversifier leur alimentation et d'autre part, la cible de connaisseurs qui préféreraient faire toutes leurs courses à un seul endroit afin de gagner du temps.

Pour les gestionnaires marketing, savoir que des facteurs culturels tels que l'identité ethnique ou encore la discrimination influenceraient le choix de ces consommateurs en terme de produits consommés et de magasins fréquentés ; leur permettrait d'ajuster leur offre produit et distribution.

Nous avons noté que ces immigrants sélectionnent les magasins ethniques pour certaines catégories de produit et les magasins non-spécialisés pour d'autres. Ceci correspond au concept d'adoption sélective. Au niveau des produits, les gestionnaires pourraient envisager de proposer un assortiment de produits plus adéquats aux habitudes alimentaires des individus francophones originaires d'Afrique subsaharienne. Nous suggérons notamment d'offrir des produits alimentaires originaires d'Afrique et dont le goût est authentique. Il s'agirait de privilégier certaines catégories de produits ethniques dans les magasins non-spécialisés. De manière plus spécifique, il serait primordial d'introduire des légumes exotiques, des fruits exotiques, des céréales africaines et de la viande et des épices à forte rotation ; ainsi que des marques alimentaires retrouvées en Afrique.

En termes de stratégie liée à la distribution, nous suggérons également de leur offrir une expérience unique et adaptée à leurs besoins.

Pour pallier au fait que ces individus éviteraient les magasins non-spécialisés en raison de la discrimination perçue, les gestionnaires des groupes de distribution alimentaire devraient trouver des solutions marketing pour attirer ces clients vers eux.

---

<sup>2</sup> SIAL: Salon International de l'alimentation

Dans les 5 milliards de chiffre d'affaire additionnels prévus entre 2013 et 2017, les acteurs de la grande distribution alimentaire tels que les groupes Loblaw, Sobeys et Metro Inc pourraient se donner un objectif d'atteindre 20% d'ici 2 à 3 ans. D'autant plus que les canadiens ou les québécois recherchent également des nouvelles saveurs pour diversifier leur habitude de consommation alimentaire (MAPAQ, 2015 ; SIAL, 2016).

### **4.3. LIMITES ET AVENUES DE RECHERCHES**

Nous terminerons notre réflexion avec quelques pistes dans le but de peaufiner les connaissances relatives à ce groupe. Dans cette recherche, plusieurs limites apparaissent.

Tout d'abord, nous commencerons par parler de l'échantillon. Certaines difficultés ont été rencontrées pour atteindre la population ciblée. Effectivement, nous nous sommes tournés vers des associations africaines francophones pour la distribution du questionnaire. Néanmoins, en raison de l'absence de retour de certains d'entre eux et étant donné qu'aucune compensation n'était proposée, il nous a été difficile de rassembler un nombre élevé de questionnaires. Par ailleurs, il s'agit d'un échantillon non-probabiliste et de convenance. De plus, nous remarquons que les pays francophones d'Afrique subsaharienne ne partagent pas tous les mêmes pratiques alimentaires (Barrot, 1994 ; Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Ainsi, il serait utile de faire un autre regroupement de population dans les études ultérieures afin de permettre des généralisations.

Nous remarquons également des limites relatives à la construction de notre questionnaire. Nous n'avons posé aucune question concernant le nombre d'enfants. Ainsi, nous suggérons que lors de prochaines études, cette question soit intégrée car il semblerait que les dernières générations d'immigrants s'adaptent plus facilement (Birman et Tricket, 2001 ; Keefe et Padilla). Il se pourrait que les enfants influenceraient les achats alimentaires des parents. Substantiellement, certains aspects de l'identité ethnique influencent la consommation de produits africains et la fréquentation de

magasins ethniques spécialisés. Toujours est-il qu'au vu du fait que les facteurs du construit d'identité ethnique n'expliquent que 66,7% de la variation totale, il semblerait que le processus d'identité ethnique soit plus complexe que ce qui est suggéré par l'approche de Phinney (1990). En effet, ce présent travail ne prend pas en compte les valeurs et les rôles familiaux traditionnels des africains qui pourrait être une autre composante de l'identité ethnique. Scanzoni (1975) observe que dans les familles noires, les rôles familiaux sont très souvent définis en tenant compte des rôles traditionnels des hommes et des femmes (Scanzoni, 1975). Alors que les africains considèrent qu'il est de la responsabilité des hommes d'assumer le rôle de chef de la famille, les femmes quant à elles endossent la responsabilité de l'organisation du foyer (Barou et Verhoeven, 1997). En se basant sur ce constat, nous suggérons donc que les prochaines études reliées à ce groupe considèrent le genre comme variable modératrice sur l'achat des produits alimentaires.

Dans le modèle de Satia-Abouta (2002), nous pouvons remarquer que d'autres facteurs culturels tels que la religion pourraient être considérés pour développer une échelle de mesure d'acculturation alimentaire. La religion peut également être un aspect de l'identité ethnique des africains. Dans le contexte canadien, des études ont démontré que les immigrants africains sont soit chrétiens soit musulmans (Mensah, 2014) et qu'ils fréquentent des lieux de cultes dont les membres sont noirs ou africains dans le but de faciliter leur adaptation et d'éviter des situations de discrimination (Mensah, 2009). Nous n'avons pas souhaité intégrer cette variable dans notre travail en raison des différences existant entre le christianisme et l'islam, mais également entre les diverses dénominations chrétiennes. De plus, une étude réalisée auprès des immigrants d'Afrique de l'ouest résidant à Montréal n'a trouvé aucun effet significatif de la religion sur leur acculturation alimentaire (Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007). Cependant, il serait important de se demander si les conclusions seront les mêmes s'il s'agissait exclusivement de population d'Afrique subsaharienne de confession musulmane.

Nous avons choisi de nous concentrer sur les magasins ethniques spécialisés et les magasins non-spécialisés. Cependant, avec la crise économique et les exigences

croissantes des consommateurs, d'autres acteurs de la distribution alimentaire comme Costco, Walmart et même Dollarama entrent en jeu (Mapaq, 2015). Il serait pertinent d'introduire ces différents acteurs de manière plus explicite dans des études ultérieures. Des études relatives aux motivations poussant les consommateurs à fréquenter certains distributeurs alimentaires ont mis en évidence le fait que la fréquentation de ces magasins serait influencée par le prix, la localisation, l'assortiment de produits et la qualité de ces produits (Ackerman et Tellis, 2001 ; Arnold et al., 1983 ; Goldman et al., 1999). Ces mêmes variables auraient une incidence sur la consommation de produits ethniques (Pan et al., 1999 ; Pillarella, Renaud et Lagacé, 2007 ; Satia-Abouta et al., 2002). Nous suggérons donc de les prendre en compte lors d'une prochaine étude.

## **4.4. CONCLUSIONS**

Dans le cadre de notre étude, nous avons voulu cerner les pratiques alimentaires des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne avant de mettre en évidence les facteurs culturels qui expliqueraient leurs comportements alimentaires dans un contexte d'immigration au Québec.

Nous avons pu mettre en évidence que certaines motivations reliées à l'identité ethnique et à la culture pousseraient ce groupe à avoir certains comportements alimentaires lorsqu'ils immigreront à Montréal. Nous avons donc pu confirmer que certains aspects liés à la culture ont un impact sur ces comportements.

Tout d'abord, nous remarquons qu'en arrivant au Québec, les individus de notre groupe cible s'identifient majoritairement en tant qu'africains et que très peu s'identifient au groupe majoritaire : canadien ou québécois. Cependant, cette étude confirme la complexité de la notion de groupe ethnique et d'identité ethnique chez cette communauté d'autant plus que les individus de ce groupe utilisent plusieurs étiquettes pour se définir.

Nous notons également que ces individus conservent leurs habitudes alimentaires car la plupart consomment des produits africains plusieurs fois par semaine. Pour se les procurer, ils vont principalement dans les magasins ethniques spécialisés. Cependant,



pour certaines catégories de produits, ils sélectionnent les magasins non-spécialisés bien qu'ils y aillent moins fréquemment.

Cette étude confirme que l'alimentation est un trait culturel qui est observé chez différentes populations à travers le monde. D'ailleurs, la consommation alimentaire peut être considérée comme une dimension de l'identité ethnique et non une conséquence de l'acculturation.

Ce travail démontre que des facteurs identitaires et environnementaux, à savoir la discrimination, joueraient un rôle dans les pratiques alimentaires de ce groupe de minorités visibles.

Il est important de noter que plusieurs autres variables n'ayant pas été prises en compte dans cette étude sont susceptibles d'expliquer ces différentes corrélations. Effectivement, nous avons mis de côté d'autres dimensions de l'identité ethnique, de l'acculturation ainsi que des variables n'ayant aucun lien avec la culture. Ainsi, nous suggérons à d'autres chercheurs d'explorer ces diverses pistes dans des études ultérieures.

Ceci dit, d'un point de vue théorique, les résultats de notre étude démontrent bien que les africains francophones originaires d'Afrique subsaharienne résidant à Montréal fréquentent des magasins ethniques spécialisés et consomment des produits alimentaires africains pour des raisons liées à leur identité ethnique. En l'occurrence : leur accent africain, leurs interactions sociales avec des africains ainsi que le port de tenues vestimentaires africaines sont positivement associés à la fréquentation de magasins ethniques spécialisés. De plus, notre modèle structurel place la fierté ethnique, l'attachement ethnique et la discrimination perçue comme des facteurs déterminants pour la fréquentation des magasins ethniques spécialisés. En fait, plus ils seront attachés à leur groupe et fiers de leur groupe ethnique et plus ils percevront de la discrimination individuelle et de groupe, plus ils seront enclins à fréquenter des magasins ethniques spécialisés. Cependant, nous remarquons que les facteurs

d'acculturation, à savoir l'accent québécois, l'interaction avec le groupe dominant et la consommation de médias québécois, motiveraient ce groupe à consommer des produits alimentaires québécois. Malheureusement, notre étude n'a pas démontré de lien entre l'acculturation et la fréquentation de magasins non- spécialisés. De plus, l'effet médiateur du coping et de la discrimination que nous espérions n'a pas été confirmé. Ce travail démontre donc que la discrimination a un effet significatif sur la fréquentation des magasins non- spécialisés, donc la consommation alimentaire québécoise.

D'un point de vue managérial, la contribution de ce mémoire réside dans le fait de signaler aux gestionnaires marketing les raisons expliquant la fréquentation de certains de magasins alimentaires : non-spécialisés et ethniques spécialisés ainsi que la consommation de certains produits alimentaires : québécois ou africains. De par les résultats de cette étude, nous souhaitons interpeller les gestionnaires marketing afin qu'ils réalisent, qu'arrivé à Montréal, ce groupe consomme majoritairement des produits alimentaires africains pour des raisons identitaires. Cependant, nous voulons également mettre en évidence le fait que ce groupe sélectionne le type de magasins alimentaires fréquentés en fonction de la catégorie de produits qu'il recherche. Ainsi, il serait primordial que les gestionnaires marketing accordent une attention particulière à ce groupe issu des minorités visibles en proposant des solutions marketing en adéquation avec leurs besoins notamment en introduisant les produits qu'ils consomment dans leurs magasins.

## **Annexes**

**Annexe 1 : Immigrants admis au Québec selon le continent et la région de naissance, par année, 2011-2015**

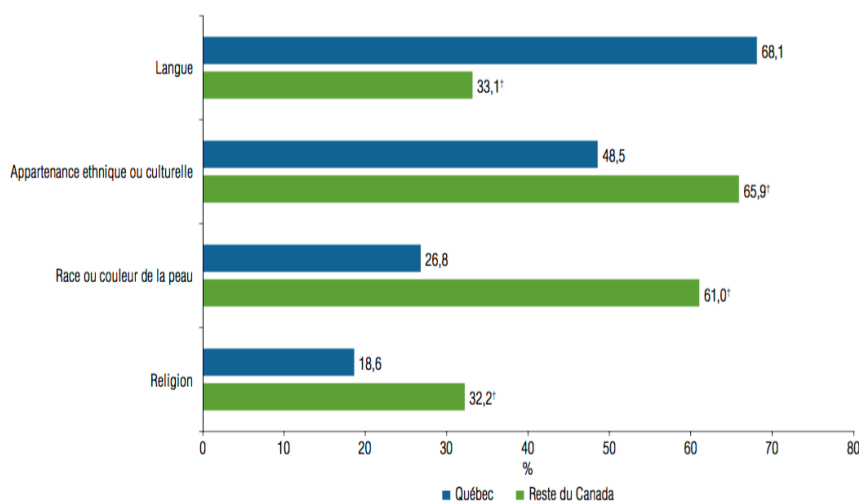
Caractéristiques	2011	2012	2013	2014	2015		2011-2015	
	n	n	n	n	n	%	n	%
<b>Continent ou région de naissance</b>								
Afrique	17 097	18 565	18 103	15 578	15 490	31,6	84 833	32,9
Afrique occidentale	2 529	3 543	3 438	3 530	3 271	6,7	16 311	6,3
Afrique orientale	1 685	1 559	1 908	1 159	1 489	3,0	7 800	3,0
Afrique du Nord	10 855	10 211	9 782	8 081	7 555	15,4	46 484	18,0
Afrique centrale	1 986	3 202	2 925	2 771	3 120	6,4	14 004	5,4
Afrique méridionale	42	50	50	37	55	0,1	234	0,1
Amérique	12 122	12 469	11 105	10 302	7 730	15,8	53 728	20,8
Amérique du Nord	796	860	1 017	944	836	1,7	4 453	1,7
Amérique centrale	1 363	1 456	1 647	1 671	1 163	2,4	7 300	2,8
Amérique du Sud	3 891	4 177	3 655	3 721	2 451	5,0	17 895	6,9
Antilles	6 072	5 976	4 786	3 966	3 280	6,7	24 080	9,3
Asie	14 540	13 740	13 878	16 856	17 425	35,5	76 439	29,6
Moyen-Orient	3 194	1 793	2 036	2 920	5 111	10,4	15 054	5,8
Asie occidentale et centrale	2 682	2 358	2 854	6 490	4 461	9,1	18 845	7,3
Asie orientale	5 316	6 047	5 583	3 783	4 057	8,3	24 786	9,6
Asie méridionale	2 061	2 204	1 947	2 164	1 747	3,6	10 123	3,9
Asie du Sud-Est	1 287	1 338	1 458	1 499	2 049	4,2	7 631	3,0
Europe	7 915	10 199	8 819	7 466	8 300	16,9	42 699	16,5
Europe occidentale et septentrionale	4 045	6 074	5 407	4 230	5 231	10,7	24 987	9,7
Europe orientale	3 460	3 689	2 813	2 701	2 420	4,9	15 083	5,8
Europe méridionale	410	436	599	535	649	1,3	2 629	1,0
Océanie et autres lieux de naissance	64	71	71	73	79	0,2	358	0,1
Total	51 738	55 044	51 976	50 275	49 024	100,0	258 057	100,0

**Annexe 2 : Population des minorités visibles au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique, en 2011 (nombre de personnes selon le dernier recensement)**

	ONTARIO	COLOMBIE-BRITANNIQUE	QUÉBEC	TORONTO	VANCOUVER	MONTRÉAL
ENSEMBLE DE LA POPULATION*	12 651 795	4 324 455	7 732 525	5 521 235	2 280 695	3 752 475
POPULATION DES MINORITÉS VISIBLES	3 279 565	1 180 870	850 240	2 596 425	1 030 335	762 325
- SUD-ASIATIQUE	965 990	313 440	83 320	833 080		79 540
- CHINOIS	629 140	438 145	82 850	531 635	411 475	74 375
- NOIR	539 205	33 260	243 625	397 180	23 545	216 310
- PHILIPPIN	275 380	126 035	31 490	230 075	112 090	30 215
- LATINO-AMÉRICAIN	172 560	35 465	116 380	117 005	29 125	98 010
- ARABE	151 645	14 090	166 260	74 985	11 840	150 510
- ASIATIQUE DU SUD-EST	137 875	51 970	65 855	90 995	44 225	59 430
- ASIATIQUE OCCIDENTAL	122 530	38 960	23 450	96 650	37 025	21 835
- CORÉEN	78 295	53 770	6 660	61 300	48 425	5 910
- MINORITÉS VISIBLES MULTIPLES	96 735	31 160	17 425	74 840	27 490	15 505
- JAPONAIS	29 085	38 115	4 025	20 015	28 345	3 130
- MINORITÉ VISIBLE, NON INCLUSE AILLEURS	81 125	6 460	8 900	68 665	4 350	7 555

(Source : Bottin Statistique de l'alimentation, 2015)

### Annexe 3 : Population de la population discriminée en raison de facteurs ethnoculturels selon le motif perçu, Québec et Reste du Canada, 2013



(Source : Institut de la statistique du Québec, 2015)

### Annexe 4 Immigrants admis au Québec selon le continent et la région de naissance, par période d'immigration, 1994-2013

Continent et région de naissance	1994-2013		1994-1998		1999-2003		2004-2008		2009-2013	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Total</b>	<b>800 544</b>	<b>100,0</b>	<b>139 230</b>	<b>100,0</b>	<b>176 465</b>	<b>100,0</b>	<b>222 638</b>	<b>100,0</b>	<b>262 211</b>	<b>100,0</b>
<b>Afrique</b>	<b>221 355</b>	<b>27,7</b>	<b>21 828</b>	<b>15,7</b>	<b>44 486</b>	<b>25,2</b>	<b>63 641</b>	<b>28,6</b>	<b>91 400</b>	<b>34,9</b>
Afrique occidentale	31 137	3,9	2 858	2,1	4 028	2,3	9 057	4,1	15 194	5,8
Afrique orientale	20 002	2,5	2 763	2,0	3 649	2,1	5 155	2,3	8 435	3,2
Afrique du Nord	141 329	17,7	13 360	9,6	31 175	17,7	41 343	18,6	55 451	21,1
Afrique centrale	28 317	3,5	2 765	2,0	5 491	3,1	7 961	3,6	12 100	4,6
Afrique méridionale	570	0,1	82	0,1	143	0,1	125	0,1	220	0,1
<b>Amérique</b>	<b>155 023</b>	<b>19,4</b>	<b>23 036</b>	<b>16,5</b>	<b>28 077</b>	<b>15,9</b>	<b>46 744</b>	<b>21,0</b>	<b>57 166</b>	<b>21,8</b>
Amérique du Nord	12 346	1,5	1 919	1,4	2 213	1,3	3 864	1,7	4 350	1,7
Amérique centrale	22 408	2,8	4 142	3,0	3 918	2,2	6 994	3,1	7 354	2,8
Amérique du Sud	62 426	7,8	5 586	4,0	11 290	6,4	24 129	10,8	21 421	8,2
Antilles	57 843	7,2	11 389	8,2	10 656	6,0	11 757	5,3	24 041	9,2
<b>Asie</b>	<b>250 396</b>	<b>31,3</b>	<b>56 132</b>	<b>40,3</b>	<b>61 357</b>	<b>34,8</b>	<b>64 616</b>	<b>29,0</b>	<b>68 291</b>	<b>26,0</b>
Moyen-Orient	46 416	5,8	8 717	6,3	9 769	5,5	14 785	6,6	13 145	5,0
Asie occidentale et centrale	35 677	4,5	6 175	4,4	7 908	4,5	9 271	4,2	12 323	4,7
Asie orientale	81 760	10,2	18 081	13,0	22 214	12,6	17 713	8,0	23 752	9,1
Asie méridionale	58 276	7,3	16 079	11,5	16 334	9,3	14 938	6,7	10 925	4,2
Asie du Sud-Est	28 267	3,5	7 080	5,1	5 132	2,9	7 909	3,6	8 146	3,1
<b>Europe</b>	<b>172 502</b>	<b>21,5</b>	<b>37 833</b>	<b>27,2</b>	<b>42 335</b>	<b>24,0</b>	<b>47 316</b>	<b>21,3</b>	<b>45 018</b>	<b>17,2</b>
Europe occidentale	76 636	9,6	14 376	10,3	17 807	10,1	20 765	9,3	23 688	9,0
Europe septentrionale	5 459	0,7	1 008	0,7	1 246	0,7	1 572	0,7	1 633	0,6
Europe orientale	72 351	9,0	13 233	9,5	18 780	10,6	22 941	10,3	17 397	6,6
Europe méridionale	18 056	2,3	9 216	6,6	4 502	2,6	2 038	0,9	2 300	0,9
<b>Océanie</b>	<b>947</b>	<b>0,1</b>	<b>115</b>	<b>0,1</b>	<b>191</b>	<b>0,1</b>	<b>310</b>	<b>0,1</b>	<b>331</b>	<b>0,1</b>
<b>Autres pays</b>	<b>321</b>	<b>0,0</b>	<b>286</b>	<b>0,2</b>	<b>19</b>	<b>0,0</b>	<b>11</b>	<b>0,0</b>	<b>5</b>	<b>0,0</b>

(Source : Institut de la statistique du Québec, 2013)

## QUESTIONNAIRE

Madame, Monsieur,

Nous sommes des chercheurs de l'école HEC Montréal réalisant une étude sur l'adaptation des immigrants francophones d'Afrique subsaharienne résidant dans la région Montréalaise et leur consommation alimentaire. Cette étude s'effectue dans le cadre d'un mémoire de maîtrise dirigé par un professeur de HEC Montréal.

Dans les prochaines pages, vous trouverez un questionnaire anonyme auquel nous vous invitons à répondre. Il n'y a pas de limite de temps pour répondre au questionnaire, bien que nous ayons estimé que cela devrait vous prendre environ 20 minutes.

Pour son bon déroulement, veuillez suivre les instructions suivantes :

- Vous êtes tout à fait libre de refuser de participer à cette recherche.
- Le fait de remplir ce questionnaire sera considéré comme un consentement de votre part à participer à notre recherche et à l'utilisation des données recueillies dans ce questionnaire pour d'éventuelles recherches.
- A tout moment, vous pourrez décider d'arrêter de répondre aux questions.
- Veuillez répondre sans hésitation aux questions incluses dans ce questionnaire, car ce sont vos premières impressions qui reflètent généralement le mieux votre pensée.
- Pour nous, il est important que vous répondiez librement à toutes les questions suivantes, sans faire attention aux redondances. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses.

Compte tenu des mesures de confidentialité qui seront prises, votre participation ne vous causera pas de préjudices, pas plus qu'elle ne vous profitera directement. Les renseignements recueillis sont anonymes et resteront strictement confidentiels. Ils ne seront utilisés que pour l'avancement des connaissances et la diffusion des résultats globaux dans des forums savants ou professionnels.

Il est évident que nous comptons sur votre aide, la qualité de notre sondage/recherche en dépend.

Le comité d'éthique de HEC Montréal a statué que la collecte d'information liée à la présente étude satisfait aux normes éthiques, en recherche, auprès des êtres humains.

Nous vous remercions pour votre collaboration !

Elodie DELANGUE  
Étudiant à la MSC. Marketing,  
HEC Montréal  
[elodie.delangue@hec.ca](mailto:elodie.delangue@hec.ca)

Marc A. TOMIUK  
Professeur agrégé, HEC Montréal  
514-340-6415  
[marc.tomiuk@hec.ca](mailto:marc.tomiuk@hec.ca)

## SECTION 1

**Veillez répondre à la question suivante :**

1. Mon groupe ethnique est : \_\_\_\_\_

**Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher la case qui correspond le mieux à la manière dont vous vous identifiez :**

***Pas du tout=0 ; Tout à fait d'accord=10***

2. Je m'identifie en tant que Africain (e)
3. Je m'identifie en tant qu' Africain (e)- Canadien (ne)
4. Je m'identifie en tant qu' Africain(e)- Québécois (e)
5. Je m'identifie en tant que Québécois(e)
6. Je m'identifie en tant que Canadien(ne)

**Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre opinion :**

***Fortement en désaccord=0 ; Fortement en accord =7***

1. Je parle français avec un accent de mon pays
2. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent de mon pays
3. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions africaines
4. Lorsque je parle français, je parle comme un(e) africain(e)
5. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs constatent que je suis africain(e)
  
6. Je communique avec mon époux(se) dans ma langue maternelle africaine
7. Je communique avec mes enfants dans ma langue maternelle africaine
8. Je communique avec mes amis dans ma langue maternelle africaine
9. Je communique avec ma famille dans ma langue maternelle africaine
10. Je communique dans ma langue maternelle africaine à la maison
  
11. Je regarde des chaînes de télévision dans ma langue maternelle africaine
12. J'écoute des stations de radios dans ma langue maternelle africaine
13. Je lis la presse et des livres dans ma langue maternelle africaine
14. Je consulte des sites internet dans ma langue maternelle africaine
  
15. Je porte des tenues traditionnelles dès que j'en ai l'occasion
16. J'achète des vêtements en tissus africains
17. J'aime porter des tenues traditionnelles
18. Je fais confectionner des vêtements en tissus africains
19. J'aime assister à des événements de mode africaine
  
20. J'admire mon groupe ethnique
21. Je suis fier(e) de mon groupe ethnique
22. Je suis fier(e) des accomplissements de mon groupe ethnique
23. Je suis fier(e) des réalisations de mon groupe ethnique
  
24. Je suis attaché(e) à mon groupe ethnique
25. Je suis attaché(e) à tous les aspects de la culture africaine
26. C'est important pour moi de préserver mon héritage ethnique
27. C'est important pour moi de conserver ma culture africaine
28. La culture africaine est importante pour moi
29. Je fréquente régulièrement des personnes d'origine africaine
30. La plupart de mes amis proches sont africains
31. La plupart de mes voisins sont africains
32. Je me sens à l'aise avec des africains
33. Je communique facilement avec les africains
34. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des africains
35. Je participe à des organisations ou des associations africaines
  
36. Je participe aux fêtes nationales de mon pays d'origine
37. Je participe à des célébrations en l'honneur de l'indépendance de mon pays d'origine
38. Je participe aux fêtes traditionnelles africaines
39. Je participe à des festivals africains
40. Je participe à des soirées africaines

## SECTION 2 :

Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre opinion :

**Fortement désaccord=0 ; Fortement en accord =7**

1. Je parle avec l'accent québécois
2. Je comprends le français lorsqu'il est parlé avec un accent québécois
3. Lorsque je parle français, j'emploie des expressions québécoises
4. Lorsque je parle français, je parle comme un(e) québécois(e) de souche
5. Lorsque je parle au téléphone, mes interlocuteurs croient que je suis québécois(e) de souche
6. Je participe à des organisations où des associations québécoises
7. Je participe à des organisations où des associations québécoises
8. Je fréquente régulièrement des québécois de souche
9. La plupart de mes amis sont des québécois de souche
10. La plupart de mes voisins sont des québécois de souche
11. Je me sens à l'aise avec les québécois de souche
12. Je communique facilement avec les québécois de souche
13. J'aime fréquenter des endroits où je peux rencontrer des québécois de souche
14. Je participe à des organisations ou des associations québécoises
15. Je regarde des chaînes de télévision québécoises francophones
16. J'écoute des stations de radios québécoises francophones
17. Je lis la presse et des livres québécois francophones
18. Je consulte des sites Internet québécois francophones
19. Plusieurs employeurs refusent souvent d'embaucher une personne en raison de ses origines africaines
20. La plupart des enseignants des écoles accordent plus d'attention aux enfants québécois de souche qu'aux enfants d'origine africaine
21. Les personnes qui travaillent pour des organismes publics (tels que l'aide sociale, sécurité sociale et cliniques de santé) sont davantage préoccupées par les québécois de souche que par les individus d'origine africaine
22. Au Québec, les individus d'origine africaine doivent travailler beaucoup plus dur que les québécois de souche pour avancer dans la vie

**Veuillez indiquer à l'aide de l'échelle suivante, la fréquence au cours de laquelle ces situations vous arrivent dans votre vie quotidienne :**

**Jamais=0 ; Moins d'une fois par an=1 ; Quelques fois par an=2 ; Quelques fois par mois=3 ; Au moins une fois par semaine= 4 ; Presque tous les jours=5.**

1. Vous êtes traité(e) avec moins de courtoisie que les autres personnes
2. Vous êtes traité (e) avec moins de respect que les autres personnes
3. Vous recevez un service de moindre qualité que les autres personnes dans les restaurants ou les magasins
4. Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous n'êtes pas intelligent (e)
5. Les gens se comportent comme s'ils ont peur de vous
6. Les gens se comportent comme s'ils estiment que vous êtes malhonnête
7. Les gens se comportent comme s'ils estiment être meilleurs que vous
8. Vous vous faites injurier ou insulter
9. Vous êtes menacé (e) ou harcelé (e)

**Maintenant, nous allons vous demander de penser à ces situations de discrimination que vous venez de décrire ci-dessus et à la façon dont vous réagissez face à celles-ci. Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher la case qui correspond le mieux à la manière dont vous réagissez à ces situations :  
Pas du tout=1 ; Un petit peu=2 ; Beaucoup=3 ; Tout à fait =4**

1. Je me sens contrarié(e) et j'évacue mes sentiments négatifs
2. Je me sens contrarié(e), et je suis vraiment conscient(e) de ma contrariété
3. J'évacue mes sentiments négatifs
4. Je ressens une grande détresse émotionnelle et je trouve que j'exprime fortement ces sentiments négatifs
5. Je demande conseil à quelqu'un à propos de comment agir
6. Je consulte quelqu'un dans le but d'en savoir plus au sujet de la situation
7. Je consulte quelqu'un qui peut agir concrètement face à ce problème
8. Je demande aux personnes ayant eu des expériences semblables ce qu'elles ont fait
9. Je discute de mes sentiments avec quelqu'un
10. Je recherche un appui émotionnel de la part de mes amis ou de ma parenté
11. J'attire le soutien et la compréhension de quelqu'un
12. Je discute avec quelqu'un de comment je me sens
13. J'accepte que cela se soit passé et que je n'y peux rien
14. J'apprends à vivre avec le fait que cela se soit passé



### SECTION 3 :

Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher la case qui correspond le mieux à votre opinion :

**Fortement en désaccord=0 ; Fortement en accord =7**

- |     |  |
|-----|--|
| 1.  | J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc) |
| 2.  | Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)                            |
| 3.  | Je visite régulièrement des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)                               |
| 4.  | J'achète régulièrement des produits alimentaires dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C etc)                                 |
| 5.  | Je fréquente régulièrement des magasins alimentaires non-spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)  |
| 6.  | Je visite régulièrement des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 7.  | Je mange régulièrement des plats traditionnels africains   |
| 8.  | Je prépare régulièrement des plats traditionnels africains   |
| 9.  | Je m'alimente comme un (e) africain (e)  |
| 10. | Je mange régulièrement les plats traditionnels québécois   |
| 11. | Je prépare régulièrement des plats traditionnels québécois   |
| 12. | Je m'alimente comme un (e) québécois ( e) de souche  |

Pour les affirmations suivantes : veuillez cocher la case qui correspond le mieux a la fréquence de ces comportements :

**Jamais=0 ; Une fois tous les 6 mois=1; Une fois par mois=2; Une fois toutes les 2 semaines=3; Une fois par semaine=4; Plusieurs fois par semaine=5; Chaque jour=6**

- |     |   |
|-----|---|
| 1.  | Je consomme des plats traditionnels africains   |
| 2.  | Je consomme des denrées alimentaires importées d'Afrique  |
| 3.  | Je consomme des marques alimentaires importées d'Afrique  |
| 4.  | Je consomme des céréales africaines (mil, sorgho,etc.)  |
| 5.  | Je consomme des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc.)   |
| 6.  | Je consomme des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc)   |
| 7.  | Je consomme des produits laitiers   |
| 8.  | Je consomme de la viande de brousse   |
| 9.  | Je consomme des huiles alimentaires importées d'Afrique (huile de palme, etc)   |
| 10. | Je consomme des épices importées d'Afrique  |
| 11. | J'achète des céréales africaines (mil, sorgho,etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)                             |
| 12. | J'achète des céréales africaines (mil, sorgho,etc.) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 13. | J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc.) dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex :Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc) |
| 14. | J'achète des légumes exotiques (plantains, patates douces, manioc, gombos, etc) dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)                               |
| 15. | J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)        |
| 16. | J'achète des fruits exotiques (mangues, papayes, goyaves, corossol, etc) des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 17. | J'achète de la viande dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)   |
| 18. | J'achète de la viande dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 19. | J'achète des huiles dans des magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)   |
| 20. | J'achète des huiles dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |
| 21. | J'achète des épices dans les magasins alimentaires ethniques spécialisés (ex : Marché d'Afrique; Marché Ghanacan; Kim Phat ..etc)   |
| 22. | J'achète des épices dans des magasins alimentaires non spécialisés (ex : Métro; IGA; Super C.. etc)   |

## SECTION 4:

**Veillez répondre aux questions suivantes :**

**Les mentions NSP/NRP signifient « Ne sait pas » ou « Ne répond pas ».**

4. Quel est votre pays de naissance ? \_\_\_\_\_
5. Quel est votre pays d'origine ? \_\_\_\_\_
6. Quel est le pays de naissance de votre père? \_\_\_\_\_
7. Quel est le pays de naissance de votre mère? \_\_\_\_\_
8. Quel est le pays de naissance votre grand-père paternel? \_\_\_\_\_
9. Quel est le pays de naissance votre grand-mère paternelle? \_\_\_\_\_
10. Quel est le pays de naissance votre grand-père maternel? \_\_\_\_\_
11. Quel est le pays de naissance votre grand-mère maternelle? \_\_\_\_\_
12. Depuis combien de temps résidez-vous hors de votre pays d'origine ? \_\_\_\_\_ années \_\_\_\_\_ mois NSP/NRP
13. Depuis combien de temps résidez-vous au Canada? \_\_\_\_\_ années \_\_\_\_\_ mois NSP/NRP
14. A quel âge êtes-vous arrivé(e) au Canada? \_\_\_\_\_
15. Êtes-vous :
  - Une femme
  - homme
16. Êtes-vous :
  - Célibataire
  - Séparé (e) ou divorcé(e)
  - Veuf
  - Marié (e) ou conjoint(e) de fait
  - NSP/NRP
17. Dans quel groupe d'âge vous situez-vous ?
 

1. 18 à 24 ans	2. 25 à 34 ans	3. 35 à 44 ans	4. NSP/NRP
5. 45 à 54 ans	6. 55 à 64 ans	7. 65 ans et plus	
18. Quel est votre revenu personnel avant impôts pour cette année ?
 

1. Moins de 9999 \$	2. De \$10 000 à \$29 999	3. De \$30 000 à \$49 999
4. De \$50 000 à \$69 999	5. De \$70 000 à \$89 999	6. De \$90 000 et plus
7. NSP/NRP		
19. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez complété ?
  - Élémentaire
  - Secondaire
  - Collégial (CEGEP)
  - Universitaire (1<sup>ER</sup> cycle)
  - Universitaire (2<sup>ème</sup> cycle)
  - Universitaire (3<sup>ème</sup> cycle)
  - NSP/NRP
20. Êtes-vous citoyen canadien ?
 

1. oui	2. non	3. NSP/NRP
--------	--------	------------
21. Êtes-vous résident permanent ?
 

4. oui	5. non	6. NSP/NRP
--------	--------	------------
22. Avez-vous l'intention de rentrer dans votre pays d'origine pour vous y installer d'ici les 5 prochaines années?
 

7. oui	8. non	9. NSP/NRP
--------	--------	------------

## **BIBLIOGRAPHIE**

## A

Abu-Laban, Y. (1998). Welcome/STAY OUT: The contradiction of Canadian integration and immigration policies at the millennium. *Canadian Ethnic Studies*, 30, 190–211

Ackerman, D., & Tellis, G. (2001). Can culture affect prices? A cross-cultural study of shopping and retail prices. *Journal of Retailing*, 77(1), 57-82.

Adekunle, B., Filson, G., Sethuratnam, S., & Cidro, D. (2011). Acculturation and consumption: Examining the consumption behavior of people of Afro-Caribbean descent in Canada. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*.

Anderson, L. P. (1991). Acculturative stress: A theory of relevance to Black Americans. *Clinical Psychology Review*, 11(6), 685-702.

Arnold, S. J., Oum, T. H., & Tigert, D. J. (1983). Determinant attributes in retail patronage: seasonal, temporal, regional, and international comparisons. *Journal of Marketing Research*, 149-157.

Anton, M. E., (2004). *L'influence du changement culturel sur le comportement alimentaire de la communauté péruvienne de Montréal*. Mémoire de maîtrise, HEC Montréal

Ashantis boutique. Mode africaine. <http://www.ashantisboutik.fr>

Ashmore, R., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. *Psychological Bulletin*, 130, 80–114.

## B

Baffoe, M. (2010). The Social Reconstruction of " Home" among African Immigrants in Canada. *Canadian Ethnic Studies*, 41(3), 157-173.

Barrot, P. (1994). *L'Afrique Côté Cuisines*. Paris: Syros.

Barou, J., & Verhoeven, M. (1997). Alimentation et rôles familiaux: la cuisine familiale des immigrés africains. *Ethnologie française*, 96-102.

Becker, C. P. (1995). *The etiology of foreign accent: Towards a phonological component of identity*.

Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological bulletin*, 107(2), 238.

Berry, J. W. (1980). Acculturation as varieties of adaptation. *Acculturation: Theory, models and some new findings*, 9-25

Berry, J. W., & Kim, U. (1988). Acculturation and mental health.

Berry, J. W. (1991). Understanding and Managing Multiculturalism: Some Possible Implications of Research in Canada. *Psychology & Developing Societies*, 3(1), 17-49.

Berry, J. W., & Kalin, R. (1995). Multicultural and ethnic attitudes in Canada: An overview of the 1991 National Survey. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 27(3), 301.

Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied psychology*, 46(1), 5-34.

Bounab, A. (2007). *L'impact de la religiosité sur la consommation alimentaire non traditionnelle: Cas des maghrébins musulmans au Québec*. Mémoire de maîtrise, HEC Montréal

Bourhis, R. Y., Moise, L. C., Perreault, S., & Senecal, S. (1997). Towards an interactive acculturation model: A social psychological approach. *International journal of psychology*, 32(6), 369-386.

Bourhis, R. Y., Lopicq, D., & Sachdev, I. (2000). La psychologie sociale de la communication multilingue. *DiversCité Langues*, 5, 22.

Bourhis, R. Y., Montreuil, A., Helly, D., & Jantzen, L. (2007). Discrimination et linguicisme au Québec: Enquête sur la diversité ethnique au Canada. *Canadian Ethnic Studies*, 39(1-2), 31-49.

Bollen, K. A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 17(3), 303-316.

Bottin Africain. Bottin africain de Montréal : guide pratique 2015-2016. [En ligne]. <http://bottinafricain.com/wp-content/uploads/2016/01/bottin2016V2-web-2pp.pdf> (page consultée le 1er mars 2016)

Birman, D., & Trickett, E. J. (2001). Cultural transitions in first-generation immigrants acculturation of Soviet Jewish refugee adolescents and parents. *Journal of cross-cultural psychology*, 32(4), 456-477.

Brittian, A. S., Toomey, R. B., Gonzales, N. A., & Dumka, L. E. (2013). Perceived discrimination, coping strategies, and Mexican origin adolescents' internalizing and externalizing behaviors: Examining the moderating role of gender and cultural orientation. *Applied developmental science*, 17(1), 4-19

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions*, 154, 136-136.

Byrne, B. M. (1994). Testing for the factorial validity, replication, and invariance of a measuring instrument: A paradigmatic application based on the Maslach Burnout Inventory. *Multivariate Behavioral Research*, 29(3), 289-311.

Byrne, B. M. (1998). Structural equation modeling with LISREL. *PRELIS and SIMPLIS*, London.

## C

Campisi, P. J. (1947). *A scale for the measurement of acculturation*. University of Chicago.

Calvo, M. (1980). De la contribution actuelle des sciences sociales et humaines à la connaissance de l'alimentation. *Ethnologie française*, 335-352.

Calvo, M. (1982) Migration et alimentation. *Social science information sur les sciences sociales*, 21, 383-446

Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: a theoretically based approach. *Journal of personality and social psychology*, 56(2), 267.

Centre du Commerce du Canada. Guide pratique du marché canadien. [En ligne]. [http://www.intracen.org/uploadedFiles/Guide\\_pratique\\_marche\\_Canadien\\_annexe.pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/Guide_pratique_marche_Canadien_annexe.pdf) (Page consultée le 22 juin 2016).

Cervellon, M. C., & Dubé, L. (2005). Cultural influences in the origins of food likings and dislikes. *Food quality and preference*, 16(5), 455-460.

Churchill Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 64-73.

Clark, M. K. (2008). Identity among first and second generation African immigrants in the United States. *African Identities*, 6(2), 169-181.

Cusack, I. (2000). African cuisines: recipes for nationbuilding?. *Journal Of African Cultural Studies*, 13(2), 207-225.

Creese, G. (2010). Erasing English Language Competency: African Migrants in Vancouver, Canada. *Journal of International Migration and Integration/Revue de l'integration et de la migration internationale*, 11(3), 295-313.

Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (1998). Social Stigma. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (pp. 504-553). New York: McGraw-Hil

Cross, C. (1978). *Ethnic minorities in the inner city*.

## D

De Mareüil, P. B., Rouas, J. L., & Yapomo, M. (2011). In search of cues discriminating West-african accents in French. In *Interspeech* (pp. 725-728).

Douglas, M. (1979). Les structures du culinaire. *Communications*, 31(1), 145-170.

## E

Eaton, J. W. (1952). Controlled acculturation: a survival technique of the Hutterites. *American Sociological Review*, 17(3), 331-340.

Edles, L. (2004). Rethinking 'race', 'ethnicity' and 'culture': Is Hawai 'i the 'model minority' state?. *Ethnic and racial studies*, 27(1), 37-68.

Erikson, E. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton

Essed, P. (1991). *Understanding everyday racism: An interdisciplinary theory* (Vol. 2). Sage.

## F

Fox, R. (2003). Food and eating: an anthropological perspective. *Social issues research center*.

## G

Gbadamosi, A. (2012). Acculturation: An exploratory study of clothing consumption among black african women in london (UK). *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(1), 5-20.

Giles, H., & Coupland, N. (1991). *Language: Contexts and consequences*. Thomson Brooks/Cole Publishing Co.

Giles, H., Coupland, N., & Coupland, I. U. S. T. I. N. E. (1991). 1. Accommodation theory: Communication, context, and. *Contexts of accommodation: Developments in applied sociolinguistics*, 1.

Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Goldman, A., Krider, R., & Ramaswami, S. (1999). The persistent competitive advantage of traditional food retailers in Asia: wet markets' continued dominance in Hong Kong. *Journal of Macromarketing*, 19(2), 126-139.

Goldman, A., Ramaswami, S., & Krider, R. E. (2002). Barriers to the advancement of modern food retail formats: theory and measurement. *Journal of Retailing*, 78(4), 281-295.

Goldman, A., & Hino, H. (2005). Supermarkets vs. traditional retail stores: diagnosing the barriers to supermarkets' market share growth in an ethnic minority community. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(4), 273-284.

Gordon, M. M. (1964). *Assimilation in American life: The role of race, religion and national origins*. Oxford University Press

Grant, P. R. (2007). Sustaining a strong cultural and national identity: The acculturation of immigrants and second-generation Canadians of Asian and African descent. *Journal of International Migration and Integration/Revue de l'integration et de la migration internationale*, 8(1), 89-116.

Greer, T. M. (2007). Measuring coping strategies among African Americans: An exploration of the latent structure of the COPE inventory. *Journal of Black Psychology*, 33(3), 260-277.

Gregson, N., Crewe, L., & Brooks, K. (2002). Shopping, space, and practice. *Environment and Planning D: Society and Space*, 20(5), 597-617.

## H

Harvard School of Public Health. L'assiette Santé. [En ligne]. [https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/translations/french\\_canada/](https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/translations/french_canada/) (Page consultée le 18 octobre 2015)

Hirschman, E. C. (1981). American Jewish ethnicity: Its relationship to some selected aspects of consumer behavior. *The Journal of Marketing*, 102-110

Hino, H. (2014). Shopping at different food retail formats. *European Journal of Marketing*, 48(3), 674-698.

## I

Institut de la statistique Québec. (2013). Immigrants admis au Québec selon le continent et la région de naissance, par période d'immigration, 1994-2013. [En ligne]. [http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/quebec\\_statistique/pop\\_imm/pop\\_imm\\_6.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/quebec_statistique/pop_imm/pop_imm_6.htm) (Page consultée le 22 juin 2016).

Institut de la statistique Québec. (2015). Portrait de la discrimination au Québec. [En ligne]. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/population-demographie/bulletins/coupdoeil-no44.pdf> (Page consultée le 05 juin 2016).

Impératif Français. (Février 2016). L'Afrique francophone subsaharienne. [En ligne]. <http://www.imperatif-francais.org/a-vous-la-parole/parole-2016/lafrique-francophone-subsaharienne/> (Page consultée le 07 mai 2016).

## J

Jamal, A. (2003). Marketing in a multicultural world: The interplay of marketing, ethnicity and consumption. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1599-1620.

Jamal, A. (2005). Playing to win: an explorative study of marketing strategies of small ethnic retail entrepreneurs in the UK. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(1), 1-13.

Joseph, J., & Kuo, B. (2009;2008;). Black Canadians' coping responses to racial discrimination. *Journal of Black Psychology*, 35(1), 78-101.

Jowial. Boutique Ethnique. <http://www.jowial.com>

## K

Keefe, S., & Padilla, A. M. (1987). *Chicano ethnicity*. Albuquerque: University of New Mexico Press.

Kim, C., Laroche, M., & Tomiuk, M. A. (2001). A measure of acculturation for Italian Canadians: Scale development and construct validation. *International Journal of Intercultural Relations*, 25(6),

607-637.

Kinzler, K. D., Dupoux, E., & Spelke, E. S. (2007). The native language of social cognition. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(30), 12577-12580.

Kuo, B. C. H., Roysircar, G., & Newby-Clark, I. R. (2006). Development of the Cross-Cultural Coping Scale: Collective, avoidance, and engagement strategies. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 39, 161-181

Krieger, N., Smith, K., Naishadham, D., Hartman, C., & Barbeau, E. M. (2005). Experiences of discrimination: validity and reliability of a self-report measure for population health research on racism and health. *Social science & medicine*, 61(7), 1576-1596.

## L

La Presse Canadienne (Septembre, 2009). Loblaw conclut l'achat de T&T Supermarket. [En ligne]. <http://affaires.lapresse.ca/economie/commerce-de-detail/200909/28/01-906370-loblaw-conclut-lachat-de-tt-supermarket.php> (page consultée le 10 octobre 2015)

Les Affaires. (Octobre, 2011). Métro avale Marché Adonis. [En ligne]. <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/commerce-de-detail/metro-avale-marche-adonis/536738> (page consultée le 10 Octobre 2015)

Landrine, H., & Klonoff, E. A. (1994). The African American acculturation scale: Development, reliability, and validity. *Journal of Black Psychology*, 20(2), 104-127.

Laroche, M., et al. (1996). An empirical study of multidimensional ethnic change: The case of the French Canadians in Quebec. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 27(1), 114-131

Laroche, M., Kim, C., & Tomiuk, M. A. (1998). Italian ethnic identity and its relative impact on the consumption of convenience and traditional foods. *Journal of Consumer Marketing*, 15(2), 125-151.

Lax, R., & Richards, A. (1981). Observations on the formation of Jewish identity in adolescents: Research report. *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 18, 299-310

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. New York: Springer Publishing Company, Inc.

Lazarus, R. S. (2001). Relational meaning and discrete emotions. In K. R. Scherer, A. Schorr & T. Johnstone (Eds.), *Appraisal Processes in Emotion* (pp. 37-67). New York: Oxford University Press

Lee, W. N. (1988). *Becoming an American Consumer: A cross-cultural study of consumer acculturation among Taiwanese, Taiwanese in the United States and Americans* (Doctoral dissertation).

Li, P. S. (2003). Deconstructing Canada's discourse of immigration integration. *Journal of International Migration and Integration*, 4, 315-333.

Liebkind, K. (1992). Ethnic identity: Challenging the boundaries of social psychology. *Social psychology of identity and the self-concept*, 147-185

Lippi-Green, R. (1997). *English with an accent: Language, ideology, and discrimination in the United States*. Psychology Press.

Luque, M. N., Fernández, M. D. C. G., & Tejada, A. J. R. (2006). Acculturation strategies and attitudes of African immigrants in the South of Spain: Between reality and hope. *Cross-cultural research*, 40(4), 331-351.



## M

Madibbo, A. (2010). Pratiques identitaires et racialisation des immigrants africains francophones en Alberta. *Canadian Ethnic Studies*, 41(3), 175-189.

Marcia, J. E. (1980). Identity in adolescence. *Handbook of adolescent psychology*, 9, 159-187.

Mensah, J. (2009). 'Doing Religion' Overseas: The Characteristics and Functions of Ghanaian Immigrant Churches in Toronto, Canada. *Societies without Borders*, 4(1), 21-44.

Mensah, J. (2014). Black Continental African Identities in Canada: Exploring the Intersections of Identity Formation and Immigrant Transnationalism. *Journal of Canadian Studies/Revue d'études canadiennes*, 48(3), 5-29.

Moghaddam, F. M. (1992). Assimilation et multiculturalisme: Le cas des minorités au Québec. *Revue québécoise de psychologie*, 13(1), 140-157.

Mora, J. K. (1998). Understanding multiculturalism: cultures and values.

Mossakowski, K. N.. (2003). Coping with Perceived Discrimination: Does Ethnic Identity Protect Mental Health?. *Journal of Health and Social Behavior*, 44(3), 318–331.

Moyer, A. (2004). *Age, accent, and experience in second language acquisition: an integrated approach to critical period inquiry* (Vol. 7). Multilingual Matters.

## N

Nguyen, H. H., Messé, L. A., & Stollak, G. E. (1999). Toward a more complex understanding of acculturation and adjustment cultural involvements and psychosocial functioning in Vietnamese youth. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30(1), 5-31.

Nguyen, H. H., & von Eye, A. (2002). The acculturation scale for Vietnamese adolescents (ASVA): A bidimensional perspective. *International Journal of Behavioral Development*, 26(3), 202-213.

Noh, S., Beiser, M., Kaspar, V., Hou, F., & Rummens, J. (1999). Perceived racial discrimination, depression, and coping: A study of Southeast Asian refugees in Canada. *Journal of health and social behavior*, 193-207.

## O

Odoms-Young, A. M., Zenk, S., & Mason, M. (2009). Measuring food availability and access in African-American communities: implications for intervention and policy. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(4), S145-S150.

O'Guinn, Thomas C., and Ronald Faber (1985), "New Perspectives on Acculturation: The Relationship of General and Role Specific Acculturation with Hispanics' Consumer Attitudes," ed., E. C. Hirschman and Morris B. Holbrook, Provo, UT, *Association for Consumer Research*, 113-117.

Owusu, Thomas Y. "Transnationalism among African immigrants in North America: the case of Ghanaians in Canada." *Journal of International Migration and Integration* 4.3 (2003): 395-413.

## P

Padilla, A. M. (1980). The role of cultural awareness and ethnic loyalty in acculturation. In A. M. Padilla (Ed.), *Acculturation: Theory, models and some new findings* (pp. 47-84). Boulder, CO: Westview.

Padilla, A. M. (1987). Acculturation and stress among immigrants and later generation individuals. In D. Frick (Ed.), *The quality of urban life: Social, psychological, and physical conditions* (pp. 101-120). Berlin: Walter de Gruyter.

Pan, Y. L., Dixon, Z., Himburg, S., & Huffman, F. (1999). Asian students change their eating patterns after living in the United States. *Journal of the American Dietetic Association*, 99(1), 54-57.

Palumbo, F. A., & Teich, I. (2004). Market segmentation based on level of acculturation. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(4), 472-484.

Park, R. E. (1914). Racial assimilation in secondary groups with particular reference to the Negro. *The American Journal of Sociology*, 19(5), 606-623.

Park, S. Y., Paik, H. Y., Skinner, J. D., Ok, S. W., & Spindler, A. A. (2003). Mothers' acculturation and eating behaviors of Korean American families in California. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 35(3), 142-147.

Persons, S. (1987). *Ethnic studies at Chicago: 1905-45*. Urbana: University of Illinois Press.

Peñaloza, L. (1994). Atravesando Fronteras/Border Crossings: A Critical Ethnographic Exploration of the Consumer Acculturation of Mexican Immigrants. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 32-54.

Phinney, J. S. (1989). Stages of ethnic identity development in minority group adolescents. *The Journal of Early Adolescence*, 9(1-2), 34-49.

Phinney, J. S. (1990). Ethnic identity in adolescents and adults: review of research. *Psychological bulletin*, 108(3), 499.

Phinney, J. (1992). The Multigroup Ethnic Identity Measure: A new scale for use with diverse groups. *Journal of Adolescent Research*, 7, 156-176.

Phinney, J. S., Horenczyk, G., Liebkind, K., & Vedder, P. (2001). Ethnic identity, immigration, and well-being: An interactional perspective. *Journal of social issues*, 57(3), 493-510

Phinney, J. S. (2003). Ethnic identity and acculturation.

Phinney, J. S. (2004, February). Ethnic identity: Developmental and contextual perspectives. In *Keynote address delivered at the Notre Dame Conference on Culture and Diversity*. South Bend, IN..

Phinney, J. S., & Ong, A. D. (2007). Conceptualization and measurement of ethnic identity: Current status and future directions. *Journal of Counseling Psychology*, 54(3), 271.

Pillarella S, Renaud L, Lagace MC.(2007) Acculturation alimentaire des immigrants récents de l'Afrique de l'ouest francophone établis à Montréal : Une analyse écologique. Les medias et le façonnement des normes en matière de santé, Collection Sante et Société : Presses de l'Université du Québec.

Plummer, D. L., & Slane, S. (1996). Patterns of coping in racially stressful situations. *Journal of Black Psychology*, 22(3), 302-315.

Portes, A., & Rumbaut, R. (2001). *Legacies: The story of the immigrant second generation*. Berkeley, CA: University of California Press.

## R

Redfield, Robert, Ralph Linton, and Melville J. Herskovits. "Memorandum for the study of acculturation." *American anthropologist* 38.1 (1936): 149-152.

Roberts, R., Phinney, J., Masse, L., Chen, Y., Roberts, C., & Romero, A. (1999). The structure of

ethnic identity in young adolescents from diverse ethnocultural groups. *Journal of Early Adolescence*, 19, 301–322

Rovine, V. (2006). Mode africaine : réseaux mondiaux et styles locaux. *Africultures*, (4), 104-109.

Rumbaut, R. G. (1994). The crucible within: Ethnic identity, self-esteem, and segmented assimilation among children of immigrants. *International Migration Review*, 748-794.

## S

Satia-Abouta, J., Patterson, R.E., Neuhouser, M.L. et Elder, J. (2002) Dietary acculturation: applications to nutrition research and dietetics. *Journal of the American Dietetic Association*, 102(8), 1105-1118.

Satia-Abouta, J., Patterson, R. E., Kristal, A. R., Teh, C., & Tu, S. P. (2002). Psychosocial predictors of diet and acculturation in Chinese American and Chinese Canadian women. *Ethnicity and Health*, 7(1), 21-39.

Scanzoni, J. (1975). Sex Roles, Economic Factors, and Marital Solidarity in Black and White Marriages. *Journal of Marriage and Family*, 37(1), 130–144.

Schwarzer, R., & Schwarzer, C. (1996). A critical survey of coping instruments. *Handbook of coping: Theory, research, applications*, 107-132.

Souiden, N., & Ladhari, R. (2011). The differential effect of acculturation modes on immigrant consumers' complaining behavior: The case of west african immigrants to canada. *Journal of Consumer Marketing*, 28(5), 321-332.

Spiro, M. E. (1955). The acculturation of American ethnic groups. *American Anthropologist*, 57(6), 1240-1252.

SIAL Canada. (2016). Le Canada, un marché a fort potentiel en Amérique du Nord. [En ligne]. [https://sialcanada.com/wp-content/uploads/2015/09/SIAL\\_Plaquette-Salon-2016\\_Fr\\_Final\\_Electronique.pdf](https://sialcanada.com/wp-content/uploads/2015/09/SIAL_Plaquette-Salon-2016_Fr_Final_Electronique.pdf) (page consultée le 20 juin 2016).

Statistique Canada et Patrimoine canadien. (2003). Enquête sur la diversité ethnique (EDE). [En ligne]. [http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4508](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=4508) (page consultée le 29 novembre 2015).

Statistique Canada. (2011). Enquête nationale auprès des ménages (ENM). [En ligne]. <https://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/> (page consultée le 7 novembre 2015).

Statistique Canada. (2011). Définitions et concepts. [En ligne]. <https://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/ref/guides/99-010-x/99-010-x2011009-fra.cfm#a1> (page consultée le 7 décembre 2015).

Statistique Canada. (2013). Enquête sociale générale. [En ligne]. [http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=5024](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=5024) (page consultée le 5 juin 2016).

## T

Tajfel, H. (1978). *The social psychology of minorities*. New York: Minority Rights Group

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33(47), 74.

Tajfel, H., & Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.

Taylor, D. M., Wright, S. C., & Porter, L. E. (1994). Dimensions of perceived discrimination : The personal/group discrimination discrepancy. In *The psychology of prejudice: The Ontario symposium* (Vol. 7, pp. 233-255).

Taylor, D. M., Ruggiero, K. M., & Louis, W. R. (1996). Personal/group discrimination discrepancy: Towards a two-factor explanation. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 28(3), 193.

Tomiuk, M. A. (1993). The Development and Content Validation of a Preliminary Multidimensional and Multicultural Measure of Culture Change for Italian-Canadians. Unpublished M. Sc. Dissertation, Concordia University, Faculty of Commerce and Administration.

Tropp, L. R., Erkut, S., Coll, C. G., Alarcon, O., & García, H. A. V. (1999). Psychological acculturation: Development of a new measure for Puerto Ricans on the US mainland. *Educational and Psychological Measurement*, 59(2), 351-367.

## U

Umaña-Taylor, A. J., & Updegraff, K. A. (2007). Latino adolescents' mental health: Exploring the interrelations among discrimination, ethnic identity, cultural orientation, self-esteem, and depressive symptoms. *Journal of adolescence*, 30(4), 549-567.

Utsey, S. O., Ponterotto, J. G., Reynolds, A. L., & Cancelli, A. A. (2000). Racial discrimination, coping, life satisfaction, and self-esteem among African Americans. *Journal of Counseling and Development: JCD*, 78(1), 72.

## V

Valk, A., & Karu, K. (2001). Ethnic attitudes in relation to ethnic pride and ethnic differentiation. *The Journal of social psychology*, 141(5), 583-601.

Vallières, M. (Octobre, 2011). Rachat d'Adonis : Métro vise le marché ethnique. La Presse Canadienne

## W

Wamwara-Mbugua, L. W. (2003). *An examination of immigrant consumer acculturation: the case of recent African immigrants to the United States* (Doctoral dissertation, University of Memphis).

Wang, L., & Lo, L. (2007). Immigrant grocery-shopping behavior: ethnic identity versus accessibility. *Environment and Planning A*, 39(3), 684.

Wallendorf, Melanie and Michael D. Reilly (1983), "Ethnic Migration, Assimilation and Consumption," *Journal of Consumer Research*, 10 (December), 292-302.

Walters, David, Kelli Phythian, and Paul Anisef. (2006). The Ethnic Identity of Immigrants in Canada. Working Paper. Toronto: Centre of Excellence for Research on Immigration and Settlement.

Williams, D. R., Yu, Y., Jackson, J. S., & Anderson, N. B. (1997). Racial differences in physical and mental health socio-economic status, stress and discrimination. *Journal of health psychology*, 2(3), 335-351.

## Z

Zaff, J. F., Blount, R. L., Phillips, L., & Cohen, L. (2002). The role of ethnic identity and self-construal in coping among African American and Caucasian American seventh graders: An exploratory analysis of within-group variance. *Adolescence*, 37(148), 751

Zenk, S. N., Schulz, A. J., Israel, B. A., Mentz, G., Miranda, P. Y., Opperman, A., & Odoms-Young, A. M. (2014). Food shopping behaviours and exposure to discrimination. *Public health nutrition*, 17(05), 1167-1176.

Zimmermann, L., Gataullina, L., Constant, A., & Zimmermann, K. F. (2008). Human capital and ethnic self-identification of immigrants. *Economics Letters*, 98(3), 235-239.