

# Campagne d’information des électeurs

## Mise à l’essai des produits de communication

Numéro du contrat : 05005-180400/001/CY  
Numéro d’enregistrement de la recherche sur l’opinion publique (ROP) : ROP 047-18  
Date du contrat : 16-09-2018  
Date du rapport : 07-01-2019  
Valeur du contrat: 94 006,34 \$ (TVH comprise)  
Travaux quantitatifs sur le terrain : du 23 octobre au 10 novembre 2018

Préparé pour :  
Élections Canada

Préparé par :  
Environics Research Group

PA 10107

## Sommaire

### 1. Contexte et objectifs

À l’approche de l’élection générale de 2019, Élections Canada a cherché à améliorer deux de ses produits de communication, soit l’affiche *Préparez vos pièces d’identité* (« l’affiche ») et la carte d’information de l’électeur (« la CIE »). Ces deux documents contiennent des renseignements complexes dont les électeurs ont besoin pour s’inscrire et voter. Selon les consultations internes et externes réalisées, ces deux documents pourraient être difficiles à comprendre, ce qui pourrait empêcher certains électeurs d’exercer leur droit démocratique de voter. Des maquettes de l’affiche (cinq, dont trois contenant la liste complète des pièces d’identité et deux ne contenant qu’une liste courte) et de la CIE (deux versions, plus une carte de remplacement) ont ainsi été conçues et évaluées. Ces produits de communication étaient conformes aux exigences de la *Loi électorale du Canada* au moment de la recherche, qui a eu lieu avant la sanction royale du projet de loi C-76 (*Loi sur la modernisation des élections*).

Les objectifs de cette recherche étaient les suivants :

- Sonder l’opinion des électeurs à l’égard des maquettes de l’affiche et de la CIE, leur compréhension du contenu et leur avis sur les avantages et les inconvénients de la mise en page;
- Déterminer quelle maquette d’affiche est la plus susceptible d’aider les électeurs à comprendre les différentes options pour prouver leur identité et leur adresse et vérifier s’ils possèdent deux pièces d’identité figurant sur l’affiche sous l’option 2;
- Déterminer quelle maquette de CIE est la plus susceptible d’aider les électeurs à savoir s’ils doivent faire des démarches pour s’inscrire, et où et quand ils peuvent voter.

## 2. Méthodologie

Cette recherche avait recours à des méthodes quantitatives et qualitatives pour évaluer les produits de communication à l’étude.

Le volet quantitatif comportait une enquête en ligne auprès de membres, âgés de 18 ans et plus, d’un panel en ligne, dont des membres de la population générale et des membres de groupes d’intérêt ciblés. Cette enquête a eu lieu du 23 octobre au 10 novembre 2018. L’échantillon a été pondéré en fonction des données du recensement de 2016 de manière à être représentatif de la population canadienne, par région et par sexe. L’échantillon type suivant a été défini :

Groupe cible	Objectif (quota)	Nombre réel non pondéré	Nombre réel pondéré*
Total	2 500	2 532	2 532
Population générale (25 à 64 ans)	1 000	1 009	1 031
Jeunes électeurs (18 à 24 ans)	300	302	308
Aînés (65 ans et plus)	300	306	315
Électeurs autochtones	300	305	290
Électeurs handicapés	300	305	281
Néo-Canadiens	300	305	307

Le volet qualitatif de la recherche comportait 27 entrevues individuelles en profondeur réalisées en personne du 2 novembre au 19 décembre 2018 auprès des groupes cibles suivants : électeurs peu scolarisés (9), aînés âgés de 75 ans et plus (4), électeurs handicapés (7), électeurs autochtones (4) et électeurs sans accès à Internet à la maison (3). Ces entrevues ont eu lieu à Ottawa, Gatineau et Toronto.

Les répondants ont été recrutés par l'intermédiaire de fournisseurs de services qui travaillent auprès de ces publics cibles. Dix-huit de ces entrevues se sont déroulées en anglais et neuf en français.

### **3. Énoncé des limites**

Cette enquête, comme toute enquête en ligne, repose sur un échantillon non probabiliste. Ainsi, aucune marge d'erreur n'a pu être établie.

La recherche qualitative offre un aperçu de la diversité d'opinions entretenues au sein d'une population, plutôt que du poids des opinions entretenues, comme le mesurerait une étude quantitative. Les résultats de ce type de recherche devraient être perçus comme étant indicatifs, plutôt que projectifs.

### **4. Coût de la recherche**

Cette recherche a coûté 94 006,34 \$ (TVH comprise).

### **5. Principales constatations**

#### **Résultats quantitatifs**

##### **Carte d'information de l'électeur**

- La CIE est un document facile à reconnaître et qu'on associe aisément à Élections Canada. Les participants ont jugé que, pour un document contenant une quantité considérable de renseignements dans un espace restreint, la CIE présente clairement l'information essentielle (où et quand voter, admissibilité, vérification d'identité exigées, comment obtenir plus d'information) et ils ont jugé favorablement son apparence et sa mise en page (facilement reconnaissable, brève et concise).

- Compte tenu des limites opérationnelles quant à l'ampleur des changements pouvant être apportés à la CIE avant l'élection générale de 2019, de légers changements y ont été apportés en vue d'en améliorer le contenu. Le plus efficace de ces changements a consisté à indiquer plus clairement, sous l'option A, quelles sont les autres façons de voter (à part le jour de l'élection et le vote par anticipation). Autrement, les deux versions de la CIE ont obtenu des résultats semblables pour ce qui est d'indiquer si l'électeur est inscrit, où et quand voter, et si la CIE est acceptée comme pièce d'identité.
- Il y a deux renseignements que la CIE présente avec relativement moins de succès, à savoir si la date et le lieu du scrutin s'appliquent quand même si votre nom ne figure pas sur la CIE (un peu moins de quatre répondants sur dix savaient que c'est le cas), et comment obtenir une CIE de remplacement (moins de la moitié ont répondu que cette information est très claire). Aucune des deux versions de la CIE à l'étude n'a obtenu de meilleurs résultats que l'autre par rapport à ces deux paramètres.
- L'une des principales constatations effectuées est que les électeurs ayant déjà utilisé la CIE (en particulier les aînés) ont systématiquement une opinion plus positive quant à la clarté de l'information présentée que ceux qui la connaissent moins bien (en particulier les jeunes et les néo-Canadiens). Cela dit, l'efficacité de la CIE à présenter l'information nécessaire dépend plutôt de la connaissance qu'en ont déjà les électeurs que des différentes préférences du groupe cible pour une version ou l'autre.
- Le format de carte postale actuellement utilisé a la cote par rapport à une enveloppe ou à un courriel, à une exception près : selon les jeunes et les nouveaux Canadiens, une enveloppe indique mieux que l'information provient d'une source digne de confiance.

#### Affiches *Préparez vos pièces d'identité*

- Les résultats révèlent deux grandes différences entre les diverses affiches *Préparez vos pièces d'identité* :
  - Les versions courtes indiquent plus clairement qu'il existe trois options pour prouver son identité et son adresse. C'est probablement dû au fait que ces versions ne prêtent pas à confusion quant au terme « options », qui pourrait faire référence aux options de la liste complète des pièces d'identité.
  - Pour voter, la plupart des gens choisiraient l'option 1 et utiliseraient leur permis de conduire pour prouver leur identité et leur adresse. Cependant, s'ils ne pouvaient choisir l'option 1, les pièces d'identité qu'ils utiliseraient varieraient selon l'affiche qu'ils ont vue. En général, ceux à qui on a montré une feuille détachable longue ont choisi la carte d'assurance-maladie, le passeport ou l'acte de naissance, tandis que ceux à qui on a montré une affiche courte sont tout autant susceptibles de choisir une facture d'un service public ou un relevé de compte bancaire.
- Il n'y a aucune préférence marquée pour l'une ou l'autre des trois versions de la feuille détachable longue. Lorsqu'elles sont jugées indépendamment, toutes trois obtiennent des résultats semblables quant à la clarté de l'information relative aux pièces d'identité. En revanche, les électeurs préfèrent une liste classée à la liste de 2015 (non classée) lorsqu'on leur

montre les deux versions. De plus, si on leur montre les deux listes classées, ils préfèrent les images si on les leur montre après la version texte, mais pas si on leur montre avant, ce qui semble indiquer que les icônes ne sont pas explicites et auraient avantage à être précédées d'une explication textuelle. Les néo-Canadiens font toutefois exception à la règle et préfèrent les images, peu importe la version qu'on leur présente d'abord.

## Résultats qualitatifs

Des entrevues en profondeur ont été réalisées afin d'évaluer plus précisément ce que pensent les groupes cibles qui font face à des obstacles à la participation électorale (électeurs peu scolarisés, électeurs ayant une déficience visuelle, des troubles cognitifs ou un handicap physique, électeurs autochtones, électeurs âgés de 75 ans et plus et électeurs sans accès à Internet à la maison) de ces produits de communication. Les résultats qualitatifs semblent confirmer les résultats quantitatifs, mais permettent en outre de déterminer les raisons sous-jacentes à ces résultats.

### Carte d'information de l'électeur

- Les entrevues confirment qu'en général, les électeurs connaissent le processus de vote et la CIE; par conséquent, ils utilisent celle-ci pour valider leurs attentes au lieu de prendre connaissance de l'information qu'elle contient.
- Selon les participants, l'information concernant l'admissibilité, les pièces d'identité ainsi que la date et le lieu du scrutin est claire, mais elle l'est moins pour ce qui est de savoir s'ils sont inscrits pour voter. Lors des entrevues, les participants ne se sont pas attardés à l'encadré relatif à l'inscription, situé au-dessus de l'adresse, ce qui donne à penser que cette mention n'est pas aussi efficace que souhaité (et ce, dans les deux versions de la CIE).
- De même, il y aurait moyen de faire mieux pour aider les électeurs à comprendre que la carte de remplacement n'est pas la CIE elle-même. Les entrevues ont confirmé que la plupart des participants ne remarquent pas la mention « carte de remplacement », peu importe son emplacement.

### Affiches *Préparez vos pièces d'identité*

- Les participants aux entrevues ont indiqué qu'ils préféreraient l'affiche avec la liste longue qui utilise des images plutôt que celle qui utilise du texte pour classer les types de pièces d'identité. Toutefois, presque autant de participants préfèrent l'affiche courte, car elle explique plus clairement les trois façons de prouver son identité, peut-être parce qu'elle contient moins d'informations à traiter (la liste longue des pièces d'identité n'y figure pas) et qu'on y voit une image pour l'option 1, deux images pour l'option 2, etc.

## 6. Énoncé de neutralité politique et personne-ressource

Par la présente, je certifie, à titre de cadre dirigeante d’Environics Research, que le produit fourni est en tous points conforme aux exigences en matière de neutralité politique stipulées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d’attribution de marchés de services de recherche sur l’opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l’électorat ou l’évaluation de la performance d’un parti politique ou de son dirigeant.



Sarah Robertson

Vice-présidente, Affaires internes et publiques

[sarah.roberton@environics.ca](mailto:sarah.roberton@environics.ca)

613-699-6884

**Nom du fournisseur :** Environics Research Group

Numéro du contrat de TPSGC : 05005-180400/001/CY

Date initiale du contrat : 16-09-2018

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez écrire à l’adresse [info@elections.ca](mailto:info@elections.ca).