



Sondage sur la satisfaction à l'égard de la fête du Canada 2020

Patrimoine canadien

Octobre 2020

Préparé à l'intention de :

Patrimoine canadien

Nom du fournisseur : Le groupe-conseil Quorus inc.

Date d'octroi du contrat : 22 juin 2020

Date de remise : Octobre 2020

Montant du contrat (TVH incluse) : 54 934,95 \$

N° de contrat : C1111-200132/001/CY

N° de ROP : 011-20

Pour en savoir plus sur ce rapport, communiquez avec Patrimoine canadien à :

por-rop@pch.gc.ca

This report is also available in English.

**Rapport final du Sondage sur la satisfaction
à l'égard de la fête du Canada 2020**

Préparé pour Patrimoine canadien

Nom du fournisseur : Le groupe-conseil Quorus inc.

Octobre 2020

Numéro de catalogue : CH4-192/2020F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-36204-5

La présente publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Services publics et Approvisionnement Canada. Pour en savoir plus sur ce rapport, communiquez avec Services publics et Approvisionnement Canada à tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca ou avec Patrimoine canadien à por-rop@pch.gc.ca.

**Direction générale des communications
Services publics et Approvisionnement Canada**

Portage III, Tour A

16A1-11, rue Laurier

Gatineau (Québec) K1A 0S5

**2020 Canada Day Satisfaction Survey
Final Report**

Prepared for Canadian Heritage

Supplier name: Quorus Consulting Group Inc.

October 2020

Catalogue Number: CH4-192/2020E-PDF

International Standard Book Number (ISBN): 978-0-660-36203-8

This publication may be reproduced for non-commercial purposes only. Prior written permission must be obtained from Public Services and Procurement Canada. For more information on this report, please contact Public Services and Procurement Canada at: tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca or at: Canadian Heritage at por-rop@pch.gc.ca

**Communications Branch
Public Services and Procurement Canada**

Portage III Tower A

16A1-11 Laurier Street

Gatineau QC K1A 0S5



Attestation de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur du Groupe-conseil Quorus inc., l'entière conformité des produits livrables avec les exigences en matière de neutralité politique précisées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et à l'annexe C de la [Directive sur la gestion des communications](#).

Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, sur les préférences de partis politiques, sur les positions vis-à-vis de l'électorat ou sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rick Nadeau', is centered on a white rectangular background with a fine grid pattern.

Rick Nadeau, président
Le groupe-conseil Quorus inc.

Table des matières

Sommaire	5
But et objectifs de la recherche	6
Résumé des constatations	6
<i>Célébration de la fête du Canada</i>	6
<i>Célébration virtuelle de la fête du Canada par le gouvernement fédéral</i>	7
<i>Fierté canadienne</i>	9
<i>Médias sociaux</i>	9
Méthodologie	9
Résultats détaillés	11
Connaissance de la célébration virtuelle de la fête du Canada	12
Intérêt envers les célébrations de la fête du Canada	15
Célébration de la fête du Canada en 2020	17
Expérience de la programmation spéciale de la fête du Canada	25
Satisfaction générale et sentiment de la population à l'égard de la programmation	31
Expérience des outils gratuits de la fête du Canada	36
Connaissance des commanditaires des activités de la fête du Canada	40
Amélioration des prochaines célébrations virtuelles	42
Autres célébrations virtuelles	46
Degré de fierté ressentie envers le patrimoine canadien	47
Utilisation des médias sociaux	52
Méthodologie	57
Annexes	59
Portrait des répondants	60
Questionnaire	61

Sommaire

But et objectifs de la recherche

La Direction générale des événements majeurs, des commémorations et de l'expérience de la capitale du ministère du Patrimoine canadien joue un rôle crucial dans les efforts consacrés chaque année à l'organisation d'une fête du Canada qui suscite des sentiments de confiance, de fierté et d'appartenance à la nation. Dans la foulée de la pandémie de COVID-19, le Ministère tenait à mener une recherche sur l'opinion publique pour mesurer la satisfaction de la population canadienne à l'égard des activités de la fête du Canada, qui se sont déroulées cette année uniquement à la radio, à la télévision, en ligne et sur les médias sociaux.

Nous nous attendions à ce qu'une bonne partie de la population canadienne ait modifié sa façon de souligner la fête du Canada en 2020 étant donné l'interdiction de tenir de grands rassemblements. Le but ultime de notre recherche était de découvrir ce que la population canadienne avait fait pour souligner cette journée et de mesurer le degré de satisfaction des répondants ayant assisté ou participé aux activités organisées pour la fête du Canada. Si l'on souhaite améliorer la participation lors de cet événement, il est important de continuer de mener des sondages pour évaluer l'opinion de la population canadienne à l'égard des activités organisées pour l'occasion. La présente recherche complétera d'autres projets menés par le Ministère, notamment l'analyse de la fréquentation des sites Web et de la présence sur les médias sociaux.

Les principaux objectifs de la recherche sont donc les suivants :

- Profiter d'une occasion unique de mieux comprendre comment les Canadiens ont souligné cette journée en dehors des grandes activités organisées.
- Comprendre les façons dont la population canadienne préfère célébrer la fête du Canada.
- Évaluer l'efficacité des activités organisées par Patrimoine canadien ou ses partenaires pour la fête du Canada, de même que la satisfaction connexe.
- Continuer de sonder le public pour contribuer à la planification des prochaines éditions de la fête du Canada.

Résumé des constatations

Célébration de la fête du Canada

Dans l'ensemble, 40 % des répondants ont dit avoir souligné la fête du Canada d'une manière ou d'une autre cette année. Parmi ceux qui ne l'ont pas fait, le principal obstacle semble avoir été les préoccupations liées à la COVID-19 (soulevées par 18 % d'entre eux). Parmi les autres raisons couramment mentionnées, 14 % des répondants ont indiqué ne pas célébrer la fête du Canada de façon générale, tandis que 10 % ont mentionné l'annulation d'activités comme des feux d'artifice.

Alors que 40 % des répondants ont souligné la fête du Canada, environ la moitié moins (22 %) ont dit avoir cherché à trouver comment et où avaient lieu les célébrations cette année. La majorité des gens ayant fait ces recherches ont dit s'être tournés vers Internet : 40 % ont dit avoir consulté des sites Internet en général, 39 %, avoir fait des recherches sur Google et 20 %, avoir cherché de l'information sur le site Web du gouvernement du Canada. Parmi toutes les autres sources utilisées, les plus importantes ont été Facebook (33 %) et la télévision (26 %, soit environ un répondant sur quatre).

Célébration virtuelle de la fête du Canada par le gouvernement fédéral

Cette année, les diverses activités de la fête du Canada organisées par le gouvernement fédéral étaient toutes « virtuelles ». En effet, il s'agissait d'activités diffusées à la télé, sur le Web et par l'entremise d'une panoplie de médias sociaux. D'ailleurs, 54 % des répondants ont dit avoir vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement fédéral sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020 au cours des quelques semaines ayant précédé le 1^{er} juillet. Parmi les répondants qui se souvenaient avoir vu de telles publicités, la plupart ont mentionné avoir vu ou entendu quelque chose à la télévision (55 %), sur Facebook (29 %) ou à la radio (21 %).

Nous avons mesuré l'assistance ou la participation aux différentes activités virtuelles. Dans l'ensemble, 25 % des répondants ont indiqué avoir participé ou assisté à au moins une des activités virtuelles offertes par le gouvernement fédéral. Plus précisément :

- Dix pour cent des répondants ont assisté aux **feux d'artifice virtuels de la fête du Canada**. Parmi eux, 48 % affirment que leur degré de fierté à l'égard du Canada a augmenté (considérablement, 16 %, ou modérément, 15 %). Toujours parmi ces répondants, 68 % se sont dits satisfaits de l'activité (32 % s'étant même dits très satisfaits).
- Huit pour cent des répondants ont regardé l'**émission virtuelle de jour de la fête du Canada** sur une plateforme de Radio-Canada ou de la CBC, et 5 % ont regardé cette émission par l'entremise des médias sociaux, pour un total de plus d'un répondant sur dix (13 %). Parmi ceux-ci, 58 % affirment que leur degré de fierté à l'égard du Canada a augmenté (considérablement, 15 %, ou modérément, 23 %). Toujours parmi ces répondants, 71 % se sont dits satisfaits de l'activité (28 % s'étant dits très satisfaits).
- Sept pour cent des répondants ont regardé l'**émission virtuelle en soirée de la fête du Canada** sur une plateforme de Radio-Canada ou de la CBC, et 3 % ont regardé cette émission par l'entremise des médias sociaux, pour un total d'un répondant sur dix (10 %). Parmi ceux-ci, 49 % affirment que leur degré de fierté à l'égard du Canada a augmenté (considérablement, 14 %, ou modérément, 18 %). Toujours parmi ces répondants, 67 % se sont dits satisfaits de l'activité (27 % s'étant dits très satisfaits).
- Trois pour cent des répondants ont regardé une des **vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web** ou participé à celle-ci (Cuisinons ensemble!, p. ex.). Parmi ceux-ci, 66 % affirment que leur degré de fierté à l'égard du Canada a augmenté (considérablement, 20 %, ou modérément, 22 %). Toujours parmi ces répondants, 72 % se sont dits satisfaits de l'activité (35 % s'étant dits très satisfaits).

Questionnés sur le sentiment ressenti à l'égard de la programmation de la fête du Canada (parmi une liste d'émotions proposée dans le sondage), les personnes interrogées ont principalement choisi « Divertissement » (41 %), « Fierté » (35 %), « Joie » (26 %) et « Satisfaction » (25 %).

En ce qui a trait aux deux outils en ligne offerts gratuitement dans le cadre de la fête du Canada, 4 % des répondants ont utilisé les listes de diffusion de la fête du Canada et 3 %, la trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne. Environ quatre utilisateurs des listes de diffusion sur cinq se sont dits satisfaits de cet outil (38 % se déclarant très satisfaits). La satisfaction était plus élevée parmi les utilisateurs de la trousse de célébration en ligne : 88 % se sont dits satisfaits de cet outil en particulier (et 55 %, très satisfaits).

Parmi les répondants les moins au courant des activités offertes par le gouvernement à l'occasion de la fête du Canada, 10 % ont pu spontanément en nommer l'un des commanditaires. De ceux-ci, le plus couramment mentionné a été Tim Hortons (3 %), suivi de Bell, Canadian Tire, Radio-Canada et CBC, le gouvernement du Canada et Rogers (à raison d'environ 1 % pour chacun).

En ce qui concerne l'avenir, très peu de répondants ont proposé de nouvelles façons de les aider à profiter de la fête du Canada depuis le confort de leur foyer. La plupart des répondants (65 %) n'ont donné aucune suggestion, tandis que 5 % ont estimé que les choses étaient « bien comme ça ». Les répondants ayant fait des suggestions ont proposé de mieux promouvoir ou publiciser les activités offertes (9 %), de tenir plus d'activités « en direct » (feux d'artifice, spectacles de musique, etc.), d'essayer de plaire à différents groupes d'âge, d'améliorer la qualité du son ou de l'image, d'avoir une plus grande ou meilleure représentation des cultures canadiennes, de prolonger la programmation ou d'y donner accès à différentes heures de la journée, d'intégrer les réactions de l'auditoire (commentaires en direct, foire aux questions, messagerie, etc.) et de proposer plus d'activités virtuelles (ou de rendre les activités plus interactives).

Au-delà de la programmation virtuelle offerte par le gouvernement, la population canadienne a célébré la fête du Canada de bien d'autres façons. Interrogés précisément sur d'autres activités virtuelles, 9 % des répondants ont indiqué avoir assisté ou participé à de telles activités de la fête du Canada proposées par d'autres organisations, comme des municipalités, des gouvernements provinciaux, des musées et d'autres organisations privées.

- Parmi la foule d'autres activités mentionnées spontanément par les répondants, 6 % ont dit avoir organisé un barbecue avec des amis ou des proches, 6 %, avoir organisé leurs propres feux d'artifice, 5 %, avoir installé des décorations ou porté des vêtements aux couleurs du Canada, 5 %, avoir célébré à la maison ou soupé en famille, et 5 %, avoir fêté avec des amis ou des proches dans la cour.

Fierté canadienne

Une majorité de répondants se sont dits *très fiers* d'être Canadiens (51 %), tandis que 25 % se sont dits *fiers* et 14 %, *plutôt fiers*. Les motifs les plus souvent invoqués pour expliquer cette fierté ont été les suivants :

- « libertés », impression que le Canada est un pays « fort » ou fait qu'il s'agit d'un pays libre (18 %);
- grandeur ou beauté du pays (12 %);
- diversité (11 %);
- système de santé « gratuit », universel, etc. (10 %);
- fait d'être né ici et d'aimer « son pays » (9 %);
- nature attentionnée, aimable et serviable des Canadiens (9 %).

Médias sociaux

La vaste majorité des répondants (93 %) utilisent au moins l'un des médias sociaux mentionnés dans l'étude un minimum d'une fois par mois. Parmi les médias sociaux cités, les plus susceptibles d'être utilisés au moins une fois par mois étaient Facebook (78 %), YouTube (64 %), Instagram (45 %) et Twitter (26 %). Au total, 12 % des utilisateurs de médias sociaux y ont parlé de leur expérience de la fête du Canada. Au sein de ce groupe plus restreint de répondants, 31 % ont utilisé le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay.

Méthodologie

Les constatations mentionnées dans notre rapport s'appuient sur un échantillon non probabiliste, les répondants s'étant portés volontaires pour participer au sondage du gouvernement du Canada dans le cadre d'une consultation en ligne. Les données ont fait l'objet d'une pondération afin de représenter la répartition démographique de la population canadienne. De plus, comme les répondants se sont portés volontaires pour participer à la consultation en ligne, il est impossible d'établir une estimation de l'erreur d'échantillonnage.

Tous nos travaux de recherche ont été menés conformément aux normes professionnelles imposées par les Normes pour la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

Notre enquête s'appuie sur un sondage national réalisé en ligne auprès de Canadiens de 16 ans et plus. Les répondants ont été invités à y participer au moyen d'une consultation en ligne.

Quorus a collaboré avec l'équipe du client pour concevoir l'instrument d'enquête en anglais, puis a fait traduire en français la version anglaise approuvée par le client. Les questionnaires finaux approuvés ont été programmés pour la collecte de données en ligne.

Les personnes interrogées, qui avaient le choix de répondre au sondage en français ou en anglais, ont été informées de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information*.

Le sondage, d'environ 10 minutes, était essentiellement composé de questions fermées. La collecte des données (y compris l'essai préliminaire du questionnaire) s'est déroulée du 2 au 16 juillet 2020.

Au total, 5 173 questionnaires ont été remplis selon une approche d'échantillonnage aléatoire stratifié au sein du groupe de consultation en ligne composé de ménages canadiens. Pour cette étude, nous avons établi des quotas par province afin de générer suffisamment de données régionales pour permettre une analyse solide. Nous avons contrôlé les données afin de viser une répartition de 50/50 entre les genres dans chaque province et pour qu'aucun groupe d'âge ne soit sous-représenté. La marge d'erreur équivalente pour une étude de probabilité serait de +/-1,36 %.

Nous avons pondéré les données par région, par genre et par groupe d'âge afin de nous assurer que les distributions finales au sein de l'échantillon ultime reflètent celles de la population canadienne selon les données du dernier recensement.

Nom du fournisseur : Le groupe-conseil Quorus inc.

N° de contrat : C1111-200132/001/CY

Date d'octroi du contrat : 22 juin 2020

Montant du contrat (TVH incluse) : 54 934,95 \$

Pour en savoir plus, communiquez avec Patrimoine canadien à por-rop@pch.gc.ca.

Résultats détaillés

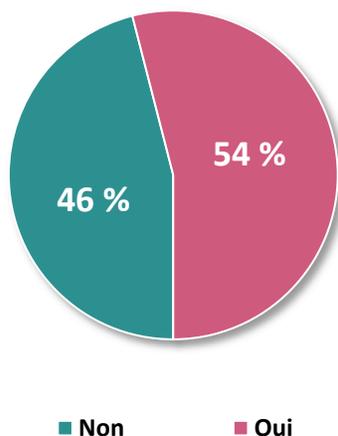
Connaissance de la célébration virtuelle de la fête du Canada

Nous avons demandé aux répondants de préciser s'ils avaient entendu parler des célébrations virtuelles de la fête du Canada grâce aux campagnes publicitaires menées dans les semaines ayant précédé l'événement. Nous avons ensuite demandé à ceux qui avaient répondu par l'affirmative de nommer leur source d'exposition aux publicités sur la célébration virtuelle.

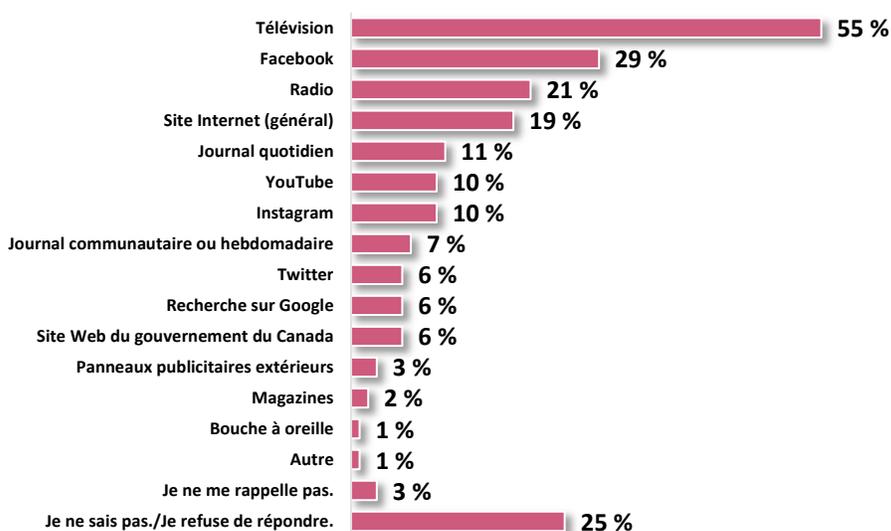
Plus de la moitié des personnes sondées (54 %) ont dit avoir eu connaissance de publicités du gouvernement fédéral pour les célébrations virtuelles de la fête du Canada en 2020.

- La télévision a été la principale source mentionnée par les répondants qui ont eu connaissance de publicités sur les célébrations virtuelles (55 %); les sources en ligne occupent aussi une place de choix, notamment Facebook (29 %), les sites Web (19 %), YouTube (10 %) et Instagram (10 %).
- Les médias traditionnels, comme la radio (21 %) et les quotidiens (11 %), ont aussi été couramment mentionnés par les répondants ayant eu connaissance des publicités.
- Plus du quart des répondants ayant eu connaissance de publicités sur les célébrations virtuelles dans les semaines précédant la fête du Canada n'en ont pas mentionné la source.

Proportion des répondants qui ont eu connaissance de publicités sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020



Sources d'exposition aux publicités sur les célébrations virtuelles du gouvernement du Canada



Q1a : Cette année, diverses programmations de la fête du Canada présentées par le gouvernement du Canada ont eu lieu « virtuellement » sur le Web, à la télévision et en continu sur plusieurs plateformes de médias sociaux. Au cours des dernières semaines, avez-vous lu ou entendu de la publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations de la fête du Canada de 2020? Base : Tous les répondants (n = 5 173) Q1b : Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Répondants au courant de la campagne publicitaire sur les célébrations virtuelles du gouvernement du Canada (n = 2 709).

Des différences ont été observées entre les sous-groupes concernant la connaissance de la campagne publicitaire de la fête du Canada.

- Les répondants de 55 ans et plus étaient plus susceptibles d’être au courant de la publicité sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020 que ceux ayant moins de 55 ans (59 % contre 51 %).
- Les femmes (55 %) étaient plus au courant que les hommes (52 %), et Facebook était signalé plus fréquemment comme source d’accès à la publicité chez les femmes (32 %) que chez les hommes (26 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 5 173)	(n = 1 004)	(n = 1 001)	(n = 1 009)	(n = 1 004)	(n = 1 005)	(n = 150)	(n = 542)	(n = 622)	(n = 891)	(n = 1 048)	(n = 950)	(n = 1 120)	(n = 2 478)	(n = 2 669)
Oui	54 %	56 %	50 %	59 %	46 %	52 %	58 %	48 %	54 %	50 %	50 %	59 %	60 %	52 %	55 %
Non	46 %	44 %	50 %	41 %	54 %	48 %	42 %	52 %	46 %	50 %	50 %	41 %	40 %	48 %	45 %

Q1a : Cette année, diverses programmations de la fête du Canada présentées par le gouvernement du Canada ont eu lieu « virtuellement » sur le Web, à la télévision et en continu sur plusieurs plateformes de médias sociaux. Au cours des dernières semaines, avez-vous lu ou entendu de la publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations de la fête du Canada de 2020? Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Les sources publicitaires dont se sont souvenus les répondants présentaient des différences selon les groupes d’âge.

- En général, les répondants plus âgés avaient vu ou entendu la publicité grâce à des médias plus traditionnels, tandis que les plus jeunes étaient plus nombreux à avoir vu des publicités en ligne.
- Les répondants de 16 à 24 ans étaient ceux qui étaient les moins au courant de la campagne publicitaire sur les célébrations virtuelles (moins de la moitié, soit 48 %).
- La télévision a été la principale source d’exposition à la publicité sur les célébrations virtuelles parmi les répondants de plus de 45 ans (69 % par rapport à 36 %).

Les sources publicitaires dont se sont souvenus les répondants variaient également selon les régions.

- La notoriété de la campagne publicitaire sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada était plus élevée en Ontario (59 %) et dans l’Atlantique (56 %) qu’au Québec (50 %) et dans les Prairies (46 %).
- Au Québec, la télévision (67 %) a été plus souvent citée comme principale source d’exposition que dans les autres régions (52 %).

	TOTAL (n = 2 709)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 556)	QC (n = 488)	ON (n = 588)	MB/ SK (n = 469)	AB/ C.-B. (n = 521)	YK/ T.N.-O. NU (n = 87)	16- 24 (n = 254)	25- 34 (n = 330)	35- 44 (n = 450)	45- 54 (n = 499)	55- 64 (n = 531)	65+ (n = 645)	M (n = 1 262)	F (n = 1 431)
Télévision	55 %	54 %	67 %	52 %	53 %	51 %	45 %	32 %	35 %	39 %	57 %	67 %	80 %	53 %	57 %
Facebook	29 %	43 %	29 %	27 %	30 %	30 %	51 %	41 %	46 %	34 %	27 %	24 %	14 %	26 %	32 %
Radio	21 %	21 %	20 %	23 %	19 %	20 %	23 %	18 %	21 %	23 %	18 %	26 %	20 %	21 %	21 %
Site Internet (général)	19 %	18 %	14 %	22 %	18 %	20 %	30 %	30 %	22 %	23 %	19 %	17 %	12 %	22 %	17 %
Journal quotidien	11 %	6 %	13 %	11 %	10 %	10 %	10 %	6 %	9 %	7 %	9 %	12 %	18 %	11 %	11 %
Instagram	10 %	7 %	6 %	12 %	12 %	12 %	9 %	29 %	23 %	9 %	5 %	4 %	< 1 %	11 %	10 %
YouTube	10 %	8 %	7 %	12 %	9 %	11 %	7 %	23 %	16 %	14 %	8 %	5 %	2 %	12 %	8 %
Journal communautaire ou hebdomadaire	7 %	5 %	3 %	8 %	6 %	9 %	6 %	9 %	7 %	6 %	6 %	6 %	7 %	7 %	7 %
Site Web du gouvernement du Canada	6 %	5 %	4 %	8 %	6 %	6 %	16 %	7 %	9 %	9 %	7 %	5 %	3 %	7 %	6 %
Twitter	6 %	8 %	2 %	7 %	7 %	7 %	12 %	11 %	9 %	5 %	10 %	3 %	2 %	7 %	5 %
Recherche sur Google	6 %	4 %	3 %	7 %	6 %	7 %	9 %	12 %	10 %	5 %	5 %	3 %	2 %	6 %	6 %
Panneaux publicitaires extérieurs	3 %	1 %	1 %	3 %	2 %	3 %	2 %	5 %	4 %	3 %	2 %	1 %	1 %	3 %	2 %
Magazines	2 %	1 %	< 1 %	3 %	2 %	2 %	2 %	3 %	4 %	3 %	2 %	-	< 1 %	3 %	1 %
Bouche-à- oreille	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Autre	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	2 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %
Je ne me rappelle pas.	3 %	3 %	3 %	3 %	4 %	4 %	6 %	2 %	3 %	4 %	4 %	4 %	3 %	3 %	3 %
Je ne sais pas./Je refuse de répondre.	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %

Q1b : Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Répondants étant au courant de la campagne publicitaire sur les célébrations virtuelles du gouvernement du Canada (n = 2 709).

Plusieurs différences sont ressorties en fonction des groupes ethniques.

- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de se souvenir d'avoir vu une publicité sur la célébration de la fête du Canada de 2020 (60 %) que les répondants non racisés (52 %).
- Les répondants non racisés étaient plus susceptibles de mentionner la télévision parmi les sources d'exposition à la publicité pour la fête du Canada (60 %) que les répondants racisés (43 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles que les répondants non racisés de déclarer avoir vu des publicités pour la célébration dans plusieurs sources en ligne, y compris les sites Internet (27 % par rapport à 17 %), Instagram (19 % par rapport à 8 %), YouTube (20 % par rapport à 6 %), le site Web du gouvernement du Canada (12 % par rapport à 5 %) et Twitter (9 % par rapport à 5 %).
- Les répondants autochtones étaient plus susceptibles de dire avoir vu une publicité pour la fête du Canada de 2020 sur YouTube (25 %) que les répondants non racisés (6 %).

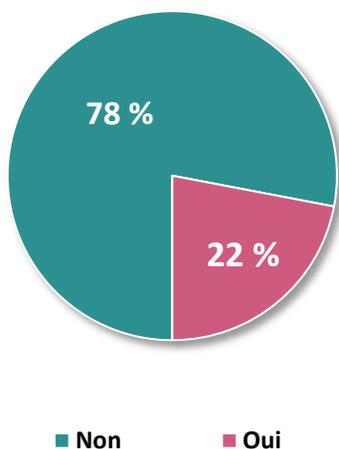
Intérêt envers les célébrations de la fête du Canada

On a demandé aux répondants s'ils avaient fait des recherches pour obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada de 2020 dans les semaines précédant l'événement, puis on a interrogé les personnes ayant répondu par l'affirmative sur les sources consultées.

Plus d'une personne sondée sur cinq (22 %) a dit avoir activement cherché à obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada de 2020.

Les principales sources consultées pour obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada ont été les sites Internet en général (40 %), Google (39 %), Facebook (33 %) et le site Web du gouvernement du Canada (20 %). Les sources traditionnelles telles que la télévision ont été utilisées par un quart (25 %) des répondants ayant effectué une recherche active.

Proportion des répondants ayant cherché activement à obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada de 2020



Sources consultées pour obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada



Q2a : Avez-vous fait des recherches pour obtenir de l'information sur la façon et l'endroit où célébrer la fête du Canada cette année? Base : Tous les répondants (n = 5 173) Q2b : Quelles sources avez-vous consultées pour trouver de l'information sur la fête du Canada cette année? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Répondants ayant cherché de l'information sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada (n = 1 082).

Des différences démographiques ont été relevées parmi les répondants ayant fait une recherche active.

- En comparant les régions, on constate que les répondants du Québec (10 %) étaient moins susceptibles que ceux du reste du Canada (25 %) d'avoir cherché activement à obtenir de l'information sur les célébrations de la fête du Canada.
- Les répondants âgés de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles d'avoir cherché activement de l'information que ceux ayant 45 ans et plus (29 % par rapport à 16 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 5 173)	ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Oui	22 %	25 %	10 %	26 %	25 %	25 %	18 %	32 %	31 %	24 %	18 %	16 %	12 %	23 %	20 %
Non	78 %	75 %	90 %	74 %	75 %	75 %	82 %	68 %	69 %	76 %	82 %	84 %	88 %	77 %	80 %

Q2a : Avez-vous fait des recherches pour obtenir de l'information sur la façon et l'endroit où célébrer la fête du Canada cette année? Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Les sources utilisées par les répondants variaient selon les sous-groupes.

- Les répondants de plus de 65 ans étaient les moins susceptibles d'avoir fait une recherche active d'information (12 %), en particulier sur les sites Internet (26 %), sur Google (26 %) et dans l'ensemble des médias sociaux.
- La comparaison entre les hommes et les femmes ayant fait des recherches actives dans les médias sociaux révèle que Facebook a été plus utilisé par les femmes, tandis que YouTube et Twitter ont été plus utilisés par les hommes.

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 1 082)	ATL (n = 242)	QC (n = 95)	ON (n = 252)	MB/ SK (n = 226)	AB/ C.-B. (n = 239)	YK/ T.N.-O. NU (n = 28)	16- 24 (n = 166)	25- 34 (n = 189)	35- 44 (n = 234)	45- 54 (n = 196)	55- 64 (n = 150)	65+ (n = 147)	M (n = 512)	F (n = 565)
Site Internet (général)	40 %	28 %	33 %	43 %	35 %	42 %	29 %	41 %	38 %	43 %	41 %	41 %	32 %	40 %	38 %
Recherche sur Google	39 %	31 %	45 %	36 %	35 %	46 %	29 %	45 %	42 %	38 %	39 %	41 %	26 %	37 %	42 %
Facebook	33 %	59 %	29 %	31 %	39 %	29 %	59 %	31 %	41 %	34 %	31 %	29 %	25 %	27 %	40 %
Télévision	25 %	21 %	26 %	29 %	19 %	22 %	17 %	16 %	21 %	19 %	29 %	32 %	49 %	26 %	25 %
Site Web du gouvernement du Canada	20 %	21 %	15 %	22 %	12 %	19 %	19 %	22 %	21 %	19 %	20 %	20 %	13 %	22 %	17 %
Radio	15 %	15 %	11 %	17 %	14 %	15 %	15 %	9 %	21 %	10 %	21 %	15 %	15 %	18 %	13 %
Instagram	15 %	11 %	8 %	17 %	14 %	16 %	10 %	29 %	25 %	13 %	5 %	4 %	1 %	17 %	13 %
Journal quotidien	14 %	10 %	13 %	11 %	15 %	20 %	4 %	10 %	11 %	9 %	13 %	22 %	27 %	15 %	13 %
Journal communautaire ou hebdomadaire	13 %	12 %	8 %	14 %	11 %	15 %	12 %	5 %	13 %	8 %	20 %	20 %	18 %	13 %	13 %
YouTube	12 %	9 %	14 %	12 %	12 %	11 %	11 %	15 %	12 %	16 %	12 %	8 %	4 %	15 %	8 %
Twitter	7 %	8 %	3 %	8 %	7 %	8 %	9 %	9 %	7 %	8 %	12 %	1 %	4 %	9 %	5 %
Panneaux publicitaires extérieurs	4 %	2 %	3 %	3 %	5 %	6 %	-	6 %	6 %	4 %	3 %	< 1 %	3 %	5 %	3 %
TikTok	4 %	1 %	3 %	3 %	5 %	5 %	-	8 %	5 %	2 %	1 %	2 %	-	4 %	3 %
Magazines	3 %	1 %	-	3 %	1 %	6 %	3 %	2 %	5 %	6 %	4 %	-	< 1 %	5 %	1 %
Bouche-à-oreille	< 1 %	1 %	-	-	2 %	-	4 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %
Autre	< 1 %	-	-	-	-	-	4 %	-	-	-	-	-	< 1 %	< 1 %	-
Je ne me rappelle pas.	1 %	< 1 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	3 %	1 %	-	1 %	< 1 %	2 %	3 %	1 %	1 %
Je ne sais pas./Je refuse de répondre.	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	-	2 %	1 %	< 1 %	-	-	-	1 %	< 1 %

Q2b : Quelles sources avez-vous consultées pour trouver de l'information sur la fête du Canada cette année? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Répondants ayant cherché de l'information sur les célébrations virtuelles de la fête du Canada (n = 1 082).

Plusieurs différences ont été relevées selon les groupes ethniques.

- Parmi les répondants, les Canadiens racisés étaient plus susceptibles d’avoir cherché activement de l’information sur la façon de célébrer la fête du Canada en 2020 et l’endroit où le faire (38 %) par rapport aux répondants autochtones (25 %) et aux Canadiens non racisés (17 %).
- Les répondants autochtones étaient moins susceptibles d’avoir cherché de l’information sur le site Web du gouvernement du Canada (6 %) que les Canadiens racisés (20 %) et non racisés (19 %).
- Près d’un répondant autochtone sur trois a cherché activement de l’information sur les célébrations dans un journal communautaire (30 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d’avoir cherché activement de l’information dans les médias sociaux, dont Instagram (19 %) et YouTube (20 %), que les répondants non racisés (12 % et 7 % respectivement).

Célébration de la fête du Canada en 2020

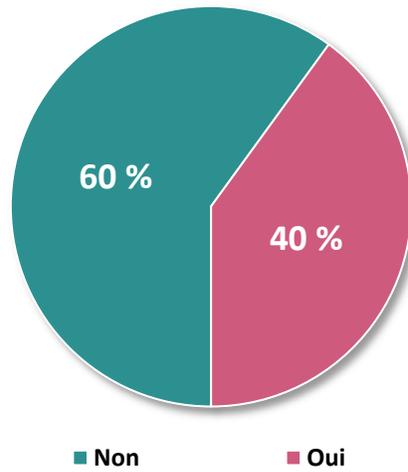
Dans les jours qui ont immédiatement suivi l’événement, nous avons demandé aux répondants de préciser s’ils avaient souligné la fête du Canada d’une quelconque manière en 2020. Nous avons ensuite demandé aux participants ayant répondu par la négative d’en indiquer la raison principale.

Au total, trois personnes sondées sur cinq (60 %) ont dit ne pas avoir célébré la fête du Canada de quelque manière que ce soit en 2020.

Des différences démographiques ont été relevées.

- Les hommes (43 %) étaient plus susceptibles d’avoir célébré la fête du Canada que les femmes (37 %).
- Les répondants de 16 à 34 ans étaient plus nombreux à avoir célébré que ceux des autres groupes d’âge (50 % par rapport à 36 %).
- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d’avoir célébré la fête du Canada que les répondants du reste du pays (16 % contre 47 %).

Proportion des répondants ayant célébré la fête du Canada en 2020



Q3a : Avez-vous célébré la fête du Canada cette année? Base : Tous les répondants (n = 5 173)

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/ SK	AB/ C.-B.	YK/ T.N.-O. NU	16- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65+	M	F
	(n = 5 173)	(n = 1 004)	(n = 1 001)	(n = 1 009)	(n = 1 004)	(n = 1 005)	(n = 150)	(n = 542)	(n = 622)	(n = 891)	(n = 1 048)	(n = 950)	(n = 1 120)	(n = 2 478)	(n = 2 669)
Oui	40 %	44 %	16 %	52 %	46 %	41 %	54 %	53 %	47 %	41 %	36 %	36 %	32 %	43 %	37 %
Non	60 %	56 %	84 %	48 %	54 %	59 %	46 %	47 %	53 %	59 %	64 %	64 %	68 %	57 %	63 %

Q3a : Avez-vous célébré la fête du Canada cette année? Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Dans l'ensemble, les répondants se sont principalement dits préoccupés par la sécurité dans le contexte de la pandémie de COVID-19, ce qui explique probablement les données inhabituelles relativement aux célébrations. De nombreux répondants ont affirmé avoir passé la fête du Canada comme toutes les autres et qu'ils n'auraient pas participé aux célébrations même en l'absence d'une pandémie. C'est l'annulation des feux d'artifice qui a entraîné la baisse de participation la plus directement imputable à une réduction des activités offertes.

Principales raisons de ne pas avoir célébré la fête du Canada en 2020



Q3b : Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'avez pas célébré la fête du Canada cette année? Base : Répondants n'ayant pas célébré la fête du Canada (n = 3 145).

Différentes raisons expliquent la faible participation aux célébrations.

- Parmi les répondants n'ayant pas célébré la fête du Canada en 2020, près d'un sur cinq (18 %) a choisi de rester à la maison en raison de préoccupations liées à la sécurité entourant la COVID-19.

- En comparaison, un répondant sur dix n'ayant pas célébré la fête du Canada a conclu que la fête était annulée puisque les activités étaient annulées, surtout les feux d'artifice.
- Plus d'un répondant sur dix (14 %) n'ayant pas célébré la fête du Canada a affirmé ne pas célébrer cette fête habituellement et que cela n'a rien à voir avec la COVID-19.
- Moins d'un répondant sur dix (6 %) n'ayant pas célébré la fête du Canada a dit qu'il n'était pas possible de célébrer de façon adéquate en raison des restrictions sociales en vigueur.
- Les répondants de plus de 44 ans ont été plus nombreux à rester à la maison que les plus jeunes (20 % par rapport à 15 %)

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 3 145)	ATL (n = 573)	QC (n = 850)	ON (n = 486)	MB/ SK (n = 562)	AB/ C.-B. (n = 599)	YK/ T.N.-O. NU (n = 75)	16- 24 (n = 276)	25- 34 (n = 327)	35- 44 (n = 522)	45- 54 (n = 683)	55- 64 (n = 601)	65+ (n = 736)	M (n = 1 452)	F (n = 1 676)
Préoccupations liées à la COVID-19/Je préférerais rester à la maison./Je souhaitais rester en sécurité.	18 %	16 %	15 %	23 %	17 %	19 %	10 %	12 %	16 %	17 %	18 %	21 %	22 %	18 %	19 %
Je ne célèbre pas la fête du Canada habituellement./C'est une journée comme les autres.	14 %	11 %	26 %	8 %	10 %	7 %	4 %	18 %	8 %	16 %	14 %	16 %	12 %	13 %	15 %
Annulé/Pas d'activité/Pas de feux d'artifice	10 %	14 %	7 %	9 %	17 %	12 %	12 %	7 %	9 %	12 %	10 %	9 %	10 %	8 %	11 %
Manque d'intérêt/Je n'avais pas envie de participer.	7 %	4 %	12 %	6 %	4 %	4 %	3 %	4 %	8 %	8 %	6 %	8 %	9 %	9 %	6 %
Je travaillais./Mon conjoint ou ma conjointe travaillait.	7 %	7 %	6 %	7 %	7 %	10 %	10 %	11 %	12 %	10 %	9 %	4 %	1 %	8 %	7 %
Restrictions liées à la COVID-19/Restriction des activités sociales/Éloignement physique/Foules interdites	6 %	7 %	3 %	7 %	7 %	6 %	5 %	2 %	3 %	4 %	7 %	6 %	8 %	4 %	7 %
J'avais autre chose à faire (jardinage, travaux dans la cour, rénovations, déménagement, etc.)	4 %	4 %	5 %	3 %	3 %	4 %	9 %	5 %	7 %	3 %	3 %	5 %	3 %	4 %	5 %
Je ne suis pas à l'aise de célébrer le Canada (questions autochtones, inégalités, pauvreté, racisme, colonialisme, etc.).	4 %	3 %	2 %	5 %	6 %	7 %	5 %	11 %	5 %	3 %	3 %	3 %	3 %	5 %	3 %
Les célébrations virtuelles ne m'intéressent pas./Ce n'est pas	3 %	3 %	2 %	3 %	2 %	3 %	6 %	1 %	2 %	3 %	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 3 145)	ATL (n = 573)	QC (n = 850)	ON (n = 486)	MB/ SK (n = 562)	AB/ C.-B. (n = 599)	YK/ T.N.-O. NU (n = 75)	16- 24 (n = 276)	25- 34 (n = 327)	35- 44 (n = 522)	45- 54 (n = 683)	55- 64 (n = 601)	65+ (n = 736)	M (n = 1 452)	F (n = 1 676)
comme être sur place.															
Mauvais temps (canicule, pluie)	2 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	3 %	2 %	< 1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
J'étais seul./Mes proches étaient absents.	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	2 %
Problèmes de santé/Je ne me sentais pas bien.	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	1 %	5 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %
J'ai passé du temps avec ma famille.	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	-	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
C'était en milieu de semaine.	1 %	< 1 %	< 1 %	2 %	2 %	1 %	-	< 1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
J'étais en camping/au chalet/en voyage.	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	3 %	-	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Je souhaitais simplement me reposer.	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	-	-	< 1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Autre	2 %	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	3 %	2 %	2 %
Rien/Aucune raison/J'ai oublié./Je n'avais rien à célébrer.	3 %	4 %	2 %	3 %	3 %	4 %	8 %	3 %	2 %	1 %	3 %	3 %	4 %	3 %	3 %
Je ne sais pas./Je refuse de répondre.	14 %	16 %	14 %	17 %	13 %	11 %	12 %	23 %	21 %	13 %	12 %	11 %	11 %	16 %	13 %

Q3b : Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'avez pas célébré la fête du Canada cette année? Base : Répondants n'ayant pas célébré la fête du Canada (n = 3 145).

Des différences ont été relevées en fonction des groupes ethniques.

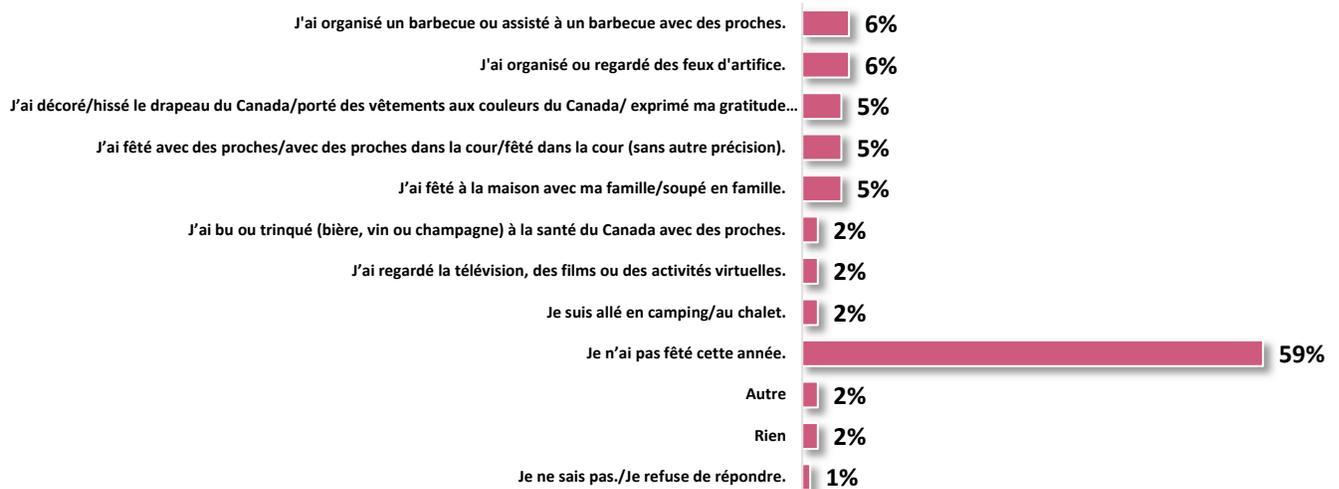
- Plus de la moitié des répondants racisés (51 %) ont dit avoir célébré la fête du Canada en 2020, une proportion plus importante que chez les répondants non racisés (36 %).
- Parmi les répondants non racisés n'ayant pas célébré la fête du Canada en 2020, près de deux sur cinq (15 %) ont affirmé qu'ils n'ont pas l'habitude de souligner l'occasion, une proportion plus élevée que chez les répondants racisés (7 %) et autochtones (4 %).

Hormis toute activité virtuelle, nous avons demandé aux répondants de décrire les autres formes de célébration pour lesquelles ils avaient opté à l'occasion de la fête du Canada en 2020.

Près de trois personnes sondées sur cinq (61 %) n'ont pas célébré la fête du Canada cette année, tandis que près de deux répondants sur cinq (39 %) l'ont célébrée d'une façon différente.

Parmi les activités les plus mentionnées outre les célébrations virtuelles de la fête du Canada, le barbecue avec des proches est arrivé au premier rang (6 %), suivi de près par les feux d'artifice (6 %), les décorations ou le port de vêtements aux couleurs du Canada (5 %), du temps passé en famille dans la cour (5 %) et un souper en famille à la maison (5 %).

Autres façons de souligner la fête du Canada



Réponses données par 1 % des répondants

- Je me suis détendu, j'ai profité de la journée de congé.
- J'ai eu une rencontre virtuelle avec des proches (sur Zoom, Facebook, Skype, par téléphone, SMS, etc.).
- Je me suis baigné/j'ai assisté à une réception autour d'une piscine.
- J'ai souper au restaurant/commandé à souper.
- J'ai fait des activités de plein air (bateau, golf, pêche, fer à cheval, soccer, etc.).
- J'ai fait un feu de joie/un feu dans ma cour/un feu de camp.
- J'ai mangé du gâteau de la fête du Canada.

- J'ai fait une balade en voiture/à vélo.
- J'ai visité un parc/parc provincial.
- J'ai écouté de la musique/musique canadienne.
- J'ai fait une promenade/je me suis promené dans la nature.
- Je suis allé à une fête/J'ai tenu une fête/Je suis allé à une fête de quartier.
- J'ai regardé le défilé local.
- J'ai chanté l'hymne national.
- J'ai joué à des jeux/jeux de société.
- J'ai fait un pique-nique/avec des proches.

Réponses données par moins de 1 % des répondants

- J'ai fait une randonnée.
- J'ai souper avec des amis.
- Je suis allé à la plage.
- Je travaillais.
- J'ai pris un moment pour réfléchir au Canada.

Q9 : Avez-vous célébré la fête du Canada autrement? Dans ce cas, veuillez fournir une brève description de ce que vous avez fait. Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Diverses différences démographiques ont été constatées.

- Les répondants racisés ayant souligné la fête du Canada d'une autre façon étaient plus susceptibles d'affirmer être restés à la maison avec leur famille ou avoir souper en famille (7 %) que les répondants non racisés (4 %).
- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d'avoir participé à l'une des cinq activités les plus prisées que ceux des autres régions du Canada.

- Plus le revenu du ménage était élevé, plus il était probable que les répondants aient participé à d'autres activités pour célébrer la fête du Canada.
- Les femmes étaient plus susceptibles d'avoir célébré la fête du Canada en regardant des feux d'artifice (7 %) que les hommes (4 %).

	TOTAL (n = 5 173)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
<i>J'ai organisé un barbecue ou assisté à un barbecue avec des proches.</i>	6 %	10 %	2 %	8 %	8 %	5 %	11 %	3 %	8 %	6 %	8 %	6 %	4 %	6 %	7 %
<i>J'ai organisé ou regardé des feux d'artifice.</i>	6 %	5 %	1 %	11 %	9 %	3 %	1 %	8 %	6 %	7 %	6 %	5 %	4 %	4 %	7 %
<i>J'ai décoré/hissé le drapeau du Canada/porté des vêtements aux couleurs du Canada/exprimé ma gratitude d'être Canadien ou de vivre au Canada.</i>	5 %	7 %	1 %	6 %	5 %	6 %	6 %	1 %	2 %	5 %	6 %	7 %	9 %	5 %	6 %
<i>J'ai fêté avec des proches/avec des proches dans la cour/fêté dans la cour (sans autre précision).</i>	5 %	7 %	3 %	6 %	4 %	5 %	6 %	7 %	5 %	5 %	4 %	6 %	4 %	6 %	4 %
<i>J'ai fêté à la maison avec ma famille/souper en famille.</i>	5 %	5 %	2 %	6 %	6 %	5 %	4 %	6 %	5 %	3 %	6 %	6 %	4 %	5 %	5 %
<i>J'ai bu ou trinqué (bière, vin ou champagne) à la santé du Canada avec des proches.</i>	2 %	4 %	1 %	3 %	2 %	2 %	1 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	3 %	3 %	2 %
<i>J'ai regardé la télévision, des films ou des activités virtuelles.</i>	2 %	1 %	1 %	3 %	3 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	3 %	2 %	2 %
<i>Je suis allé en camping/au chalet.</i>	2 %	2 %	1 %	3 %	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %	4 %	2 %	2 %	1 %	2 %	2 %
<i>Je me suis détendu, j'ai profité de la journée de congé.</i>	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai eu une rencontre virtuelle avec des proches (sur Zoom, Facebook, Skype, par téléphone, SMS, etc.).</i>	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	4 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
<i>Je me suis baigné/j'ai assisté à une réception autour d'une piscine.</i>	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	< 1 %	-	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %
<i>J'ai souper au restaurant/commandé à souper.</i>	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	2 %	-	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai fait des activités de plein air (bateau, golf, pêche, fer à cheval, soccer, etc.).</i>	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	4 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 5 173)	ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
<i>J'ai fait un feu de joie/un feu dans ma cour/un feu de camp.</i>	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	-	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
<i>J'ai mangé du gâteau de la fête du Canada.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai fait une balade en voiture/à vélo.</i>	1 %	1 %	-	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai visité un parc/parc provincial.</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %
<i>J'ai écouté de la musique/musique canadienne.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
<i>J'ai fait une promenade/je me suis promené dans la nature.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %
<i>Je suis allé à une fête/J'ai tenu une fête/Je suis allé à une fête de quartier.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
<i>J'ai regardé le défilé local.</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	10 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai chanté l'hymne national.</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	-	< 1 %	-	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>J'ai joué à des jeux/jeux de société.</i>	1 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	-	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
<i>J'ai fait un pique-nique/avec des proches.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
<i>J'ai fait une randonnée.</i>	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
<i>J'ai soupé avec des amis.</i>	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
<i>Je suis allé à la plage.</i>	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
<i>Je travaillais.</i>	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %
<i>J'ai pris un moment pour réfléchir au Canada.</i>	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
<i>Je n'ai pas fêté cette année.</i>	59 %	54 %	80 %	48 %	55 %	56 %	44 %	56 %	56 %	59 %	56 %	60 %	63 %	58 %	59 %
<i>Autre</i>	2 %	2 %	< 1 %	1 %	2 %	4 %	7 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %
<i>Rien</i>	2 %	1 %	3 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	3 %	2 %	3 %	3 %	2 %
<i>Je ne sais pas./Je refuse de répondre.</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %

Q9 : Avez-vous célébré la fête du Canada autrement? Dans ce cas, veuillez fournir une brève description de ce que vous avez fait. Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Expérience de la programmation spéciale de la fête du Canada

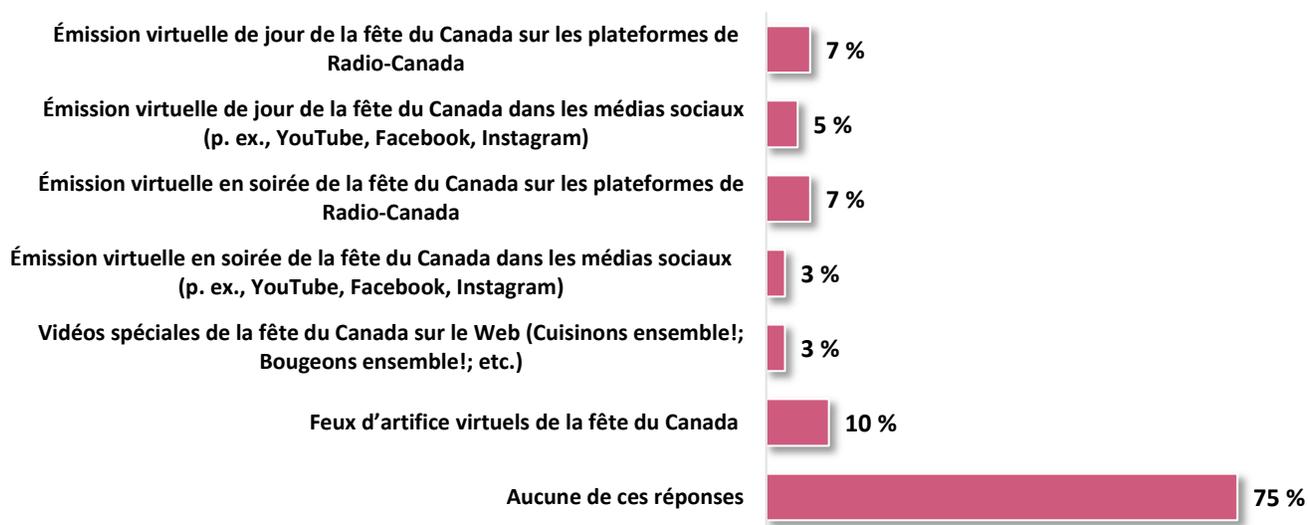
Nous avons demandé aux répondants de préciser à quelles activités virtuelles du gouvernement du Canada ils avaient assisté ou participé à l'occasion de la fête du Canada 2020.

Une personne sondée sur quatre (25 %) a assisté ou participé à au moins une des activités spéciales organisées par le gouvernement fédéral pour célébrer la fête du Canada.

Les données sur l'audience des émissions spéciales de la fête du Canada révèlent que :

- l'activité spéciale de la fête du Canada la plus regardée a été les feux d'artifice virtuels, vus par un répondant sur dix (10 %);
- les plateformes en ligne et dans les médias sociaux ont généralement été les activités les moins prisées parmi les activités spéciales de la fête du Canada.

Proportion des répondants ayant assisté ou participé aux activités spéciales du gouvernement du Canada



Q4a : Veuillez indiquer si vous avez assisté ou participé à ces programmations spéciales du gouvernement du Canada. (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Les constatations ont soulevé certaines différences démographiques.

- Les répondants de moins de 35 ans étaient plus susceptibles d'avoir assisté ou participé à au moins une activité spéciale de la fête du Canada.
- La participation aux émissions virtuelles de jour et en soirée de la fête du Canada par l'entremise des médias sociaux était plus forte chez les répondants de 16 à 34 ans que chez ceux de 35 ans et plus (émission de jour : 8 % par rapport à 5 %; émission en soirée : 6 % par rapport à 3 %).

- Les répondants de 65 ans et plus étaient plus susceptibles d’avoir regardé l’émission en soirée sur les plateformes de Radio-Canada et de CBC que ceux de tous les autres groupes d’âge (12 % par rapport à 6 %)
- Les hommes étaient plus susceptibles que les femmes d’avoir participé aux activités de jour, quelle que soit la plateforme, tandis que les femmes étaient plus susceptibles de n’avoir regardé aucune émission spéciale de la fête du Canada (77 % par rapport à 73 %).

	TOTAL (n = 5 173)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Émission virtuelle de jour de la fête du Canada sur les plateformes de Radio-Canada/CBC	7 %	7 %	9 %	7 %	6 %	7 %	7 %	7 %	9 %	6 %	7 %	7 %	8 %	9 %	6 %
Émission virtuelle de jour de la fête du Canada dans les médias sociaux	5 %	4 %	2 %	5 %	4 %	6 %	5 %	8 %	8 %	5 %	4 %	2 %	2 %	5 %	4 %
Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada sur les plateformes de Radio-Canada/CBC	7 %	7 %	7 %	8 %	6 %	6 %	6 %	6 %	5 %	6 %	5 %	8 %	12 %	7 %	8 %
Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada dans les médias sociaux	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %	5 %	3 %	7 %	5 %	3 %	3 %	2 %	1 %	3 %	3 %
Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web	3 %	2 %	1 %	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %	5 %	4 %	2 %	2 %	1 %	3 %	3 %
Feux d’artifice virtuels de la fête du Canada	10 %	11 %	4 %	13 %	10 %	10 %	7 %	16 %	13 %	11 %	8 %	7 %	7 %	11 %	9 %
Aucune de ces réponses	75 %	76 %	80 %	71 %	78 %	77 %	80 %	67 %	71 %	77 %	79 %	79 %	77 %	73 %	77 %

Q4a : Veuillez indiquer si vous avez assisté ou participé à ces programmations spéciales du gouvernement du Canada. (Sélectionnez toutes les réponses qui s’appliquent.) Base : Tous les répondants (n = 5 173)

Des différences ont été constatées selon les groupes ethniques.

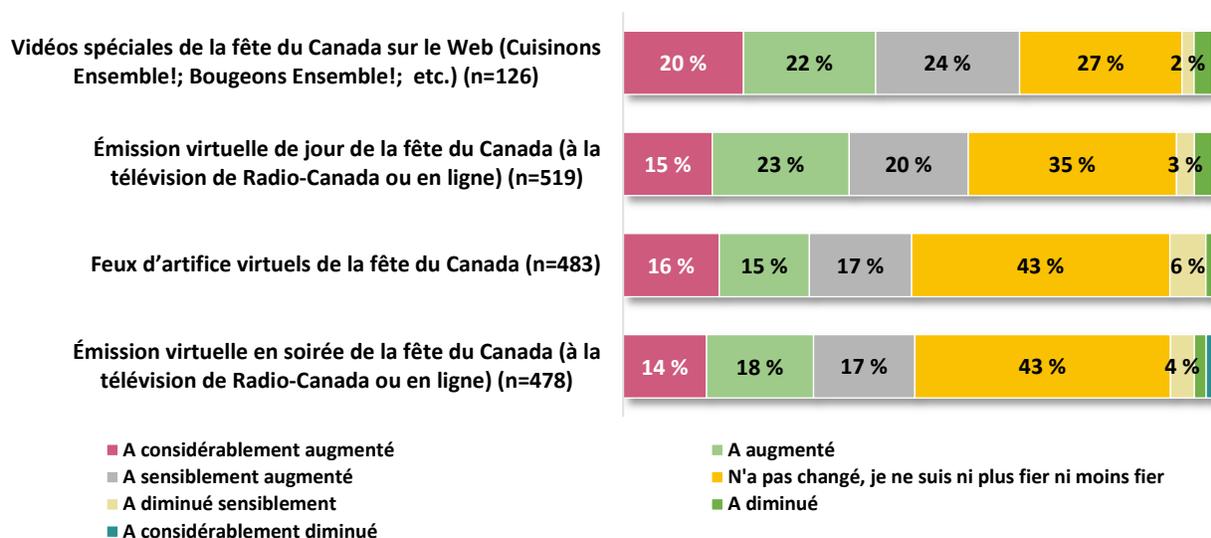
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d’avoir assisté ou participé à des activités de jour sur les plateformes de Radio-Canada et de CBC (12 %) ou dans les médias sociaux (12 %), ou d’avoir assisté aux feux d’artifice de la fête du Canada de 2020 (17 %), que les répondants non racisés et autochtones.
- Les répondants non racisés et autochtones étaient plus susceptibles de ne pas avoir assisté ou participé à une activité spéciale de la fête du Canada de 2020 (79 %) que les répondants racisés (62 %).

Nous avons demandé aux répondants qui ont participé à des activités de la fête du Canada de préciser si ces activités spéciales avaient ou non joué sur la fierté qu'ils ont d'être Canadiens.

Près de la moitié des répondants ayant assisté à l'une des célébrations virtuelles de la fête du Canada (au moins 48 %) ont signalé une augmentation de leur degré de fierté.

Les vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web ont entraîné la plus forte hausse de la fierté parmi les répondants (66 %), suivies de l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada (58 %), de l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (48 %) et des feux d'artifice virtuels de la fête du Canada (48 %).

Impact de la programmation de la fête du Canada sur le degré de fierté nationale



Q4b : Pour chaque activité de la programmation de la fête du Canada à laquelle vous avez assisté ou participé, dans quelle mesure votre degré de fierté à l'égard du Canada a-t-il changé, le cas échéant? Base : Répondants ayant assisté ou participé à des activités spéciales organisées par le gouvernement du Canada (n = 1 180).

Émission virtuelle de jour de la fête du Canada

Près des trois cinquièmes (58 %) des répondants ayant regardé l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada ont fait état d'un changement positif de leur degré de fierté à l'égard du pays.

Certaines différences démographiques ont été constatées.

- Les spectateurs vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (68 %), en Alberta ou en Colombie-Britannique (65 %), ou en Ontario (61 %) étaient plus susceptibles d'avoir vu croître leur degré de fierté, quel qu'il soit, que ceux vivant au Québec (42 %).

- Les personnes vivant au Québec étaient plus susceptibles de n'indiquer aucun changement dans leur degré de fierté après avoir regardé l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada (49 %) comparativement aux spectateurs vivant en Alberta ou en Colombie-Britannique (31 %), en Ontario (29 %), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (26 %).
- Les spectateurs de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles de signaler un changement positif que ceux ayant 45 ans ou plus (68 % par rapport à 46 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de signaler une augmentation de leur degré de fierté (75 %) que les répondants non racisés (46 %) et autochtones (37 %).

Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada

Près de la moitié (48 %) des répondants ayant regardé l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada ont signalé un changement positif dans leur sentiment de fierté à l'égard du pays.

Des différences démographiques ont ressorti des résultats.

- Les répondants de 16 à 44 ans ayant regardé l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada étaient plus susceptibles d'avoir vu une augmentation de leur fierté que ceux ayant plus de 65 ans (55 % par rapport à 39 %).
- Les téléspectateurs québécois ont été moins nombreux à signaler une augmentation de leur sentiment de fierté (25 %) que ceux du reste du Canada (55 %). Ils ont également été plus nombreux à affirmer que leur sentiment de fierté n'avait pas changé (62 % par rapport à 38 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de signaler une augmentation de leur sentiment de fierté (66 %) que les répondants autochtones (52 %) et non racisés (40 %).

Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web

Deux répondants sur trois (66 %) ayant regardé les vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web ont fait état d'un changement positif dans leur sentiment de fierté à l'égard du pays.

- Les répondants de moins de 35 ans ont été plus nombreux à déclarer que leur sentiment de fierté avait *considérablement augmenté* (30 %) que les répondants plus âgés (12 %).

Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada

Près de la moitié des répondants ayant regardé les feux d'artifice virtuels de la fête du Canada (48 %) ont signalé un changement positif dans leur sentiment de fierté à l'égard du pays.

Des différences démographiques ont été constatées.

- Les femmes ayant regardé les feux d'artifice virtuels étaient plus susceptibles d'indiquer que leur sentiment de fierté avait *considérablement augmenté* (21 %) que les hommes (12 %).
- Les répondants de 55 à 64 ans ayant regardé les feux d'artifice virtuels étaient plus susceptibles que ceux de tous les autres groupes d'âge d'indiquer que leur sentiment de fierté avait *considérablement augmenté* (39 %).
- Les répondants des Prairies (15 %) et de l'Ontario (10 %) étaient plus susceptibles de signaler un changement négatif de leur sentiment de fierté que les répondants du Québec (2 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de signaler une augmentation de leur sentiment de fierté (56 %) que les répondants non racisés (43 %) et autochtones (29 %).

<i>Émission virtuelle de jour de la fête du Canada (à la télévision de Radio-Canada/CBC ou en ligne)</i>															
	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 519)	(n = 101)	(n = 107)	(n = 111)	(n = 83)	(n = 102)	(n = 15)	(n = 62)	(n = 84)	(n = 89)	(n = 93)	(n = 82)	(n = 109)	(n = 288)	(n = 228)
A considérablement augmenté	15 %	13 %	14 %	15 %	16 %	15 %	37 %	21 %	18 %	16 %	14 %	9 %	10 %	17 %	12 %
A augmenté	23 %	20 %	9 %	30 %	28 %	22 %	-	16 %	37 %	28 %	13 %	12 %	21 %	22 %	23 %
A sensiblement augmenté	20 %	21 %	19 %	16 %	25 %	28 %	24 %	28 %	16 %	22 %	20 %	17 %	19 %	22 %	18 %
N'a pas changé/Je ne suis ni plus fier ni moins fier.	35 %	37 %	49 %	29 %	26 %	31 %	39 %	28 %	23 %	28 %	37 %	53 %	43 %	32 %	38 %
A diminué sensiblement	3 %	4 %	4 %	1 %	3 %	2 %	-	3 %	2 %	2 %	5 %	1 %	2 %	2 %	3 %
A diminué	3 %	1 %	2 %	5 %	-	< 1 %	-	1 %	2 %	4 %	5 %	4 %	2 %	3 %	3 %
A considérablement diminué	1 %	-	2 %	1 %	2 %	1 %	-	-	< 1 %	-	3 %	3 %	-	1 %	1 %
Je ne sais pas.	1 %	3 %	1 %	2 %	1 %	-	-	3 %	< 1 %	< 1 %	3 %	-	2 %	1 %	2 %
TROIS MEILLEURS RÉSULTATS	58 %	55 %	42 %	61 %	68 %	65 %	61 %	65 %	72 %	66 %	47 %	39 %	51 %	61 %	53 %
TROIS PIRES RÉSULTATS	6 %	5 %	8 %	8 %	5 %	4 %	-	4 %	4 %	6 %	12 %	8 %	5 %	6 %	7 %

Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (à la télévision de Radio-Canada/CBC ou en ligne)

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 478)	ATL (n = 89)	QC (n = 95)	ON (n = 107)	MB/ SK (n = 84)	AB/ C.-B. (n = 92)	YK/ T.N.-O. NU (n = 11)	16-24 (n = 51)	25-34 (n = 56)	35-44 (n = 76)	45-54 (n = 78)	55-64 (n = 94)	65+ (n = 123)	M (n = 227)	F (n = 246)
A considérablement augmenté	14 %	24 %	8 %	16 %	17 %	12 %	17 %	17 %	17 %	14 %	13 %	13 %	10 %	15 %	13 %
A augmenté	18 %	20 %	9 %	18 %	22 %	25 %	11 %	21 %	17 %	24 %	12 %	16 %	18 %	19 %	17 %
A sensiblement augmenté	17 %	13 %	9 %	15 %	17 %	29 %	30 %	24 %	11 %	22 %	17 %	22 %	11 %	18 %	16 %
N'a pas changé/Je ne suis ni plus fier ni moins fier.	43 %	37 %	62 %	44 %	32 %	28 %	42 %	29 %	48 %	34 %	47 %	43 %	51 %	37 %	48 %
A diminué sensiblement	4 %	2 %	5 %	4 %	6 %	2 %	-	4 %	-	2 %	8 %	4 %	4 %	5 %	3 %
A diminué	2 %	2 %	4 %	1 %	-	1 %	-	-	3 %	2 %	3 %	< 1 %	2 %	2 %	1 %
A considérablement diminué	1 %	-	1 %	1 %	2 %	1 %	-	-	2 %	-	-	1 %	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas.	2 %	2 %	2 %	1 %	4 %	3 %	-	5 %	1 %	3 %	-	1 %	2 %	2 %	2 %
TROIS MEILLEURS RÉSULTATS	48 %	57 %	25 %	49 %	56 %	65 %	58 %	62 %	45 %	60 %	42 %	51 %	39 %	52 %	46 %
TROIS PIRES RÉSULTATS	6 %	4 %	11 %	6 %	7 %	4 %	-	4 %	6 %	4 %	11 %	5 %	8 %	8 %	5 %

Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 126)	ATL (n = 21)	QC (n = 11)	ON (n = 38)	MB/ SK (n = 28)	AB/ C.-B. (n = 24)	YK/ T.N.-O. NU (n = 4)	16-24 (n = 24)	25-34 (n = 25)	35-44 (n = 28)	45-54 (n = 18)	55-64 (n = 16)	65+ (n = 15)	M (n = 63)	F (n = 61)
A considérablement augmenté	20 %	21 %	-	25 %	31 %	15 %	43 %	20 %	37 %	14 %	9 %	20 %	3 %	21 %	19 %
A augmenté	22 %	33 %	11 %	21 %	19 %	28 %	36 %	23 %	27 %	35 %	9 %	10 %	11 %	25 %	19 %
A sensiblement augmenté	24 %	9 %	21 %	23 %	25 %	29 %	21 %	25 %	5 %	28 %	48 %	22 %	35 %	20 %	27 %
N'a pas changé/Je ne suis ni plus fier ni moins fier.	27 %	21 %	57 %	28 %	17 %	15 %	-	17 %	20 %	18 %	33 %	48 %	51 %	23 %	33 %
A diminué sensiblement	2 %	4 %	-	-	4 %	7 %	-	-	8 %	-	1 %	-	-	4 %	1 %
A diminué	3 %	-	-	2 %	4 %	6 %	-	8 %	1 %	5 %	-	-	-	5 %	1 %
A considérablement diminué	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Je ne sais pas.	2 %	12 %	11 %	-	-	-	-	8 %	1 %	-	-	-	-	2 %	-
TROIS MEILLEURS RÉSULTATS	66 %	63 %	32 %	70 %	75 %	72 %	100 %	67 %	69 %	77 %	65 %	52 %	49 %	66 %	65 %
TROIS PIRES RÉSULTATS	5 %	4 %	-	2 %	9 %	13 %	-	8 %	9 %	5 %	1 %	-	-	8 %	1 %

Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada															
		Région						Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/ SK	AB/ C.-B.	YK/ T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 483)	(n = 109)	(n = 40)	(n = 133)	(n = 94)	(n = 94)	(n = 13)	(n = 77)	(n = 78)	(n = 103)	(n = 74)	(n = 67)	(n = 84)	(n = 232)	(n = 250)
A considérablement augmenté	16 %	17 %	16 %	16 %	13 %	18 %	5 %	11 %	12 %	15 %	16 %	39 %	14 %	12 %	21 %
A augmenté	15 %	19 %	13 %	16 %	15 %	10 %	16 %	15 %	10 %	20 %	8 %	11 %	23 %	15 %	14 %
A sensiblement augmenté	17 %	15 %	7 %	16 %	22 %	22 %	6 %	24 %	16 %	13 %	21 %	6 %	16 %	16 %	17 %
N'a pas changé/Je ne suis ni plus fier ni moins fier.	43 %	45 %	58 %	42 %	36 %	42 %	64 %	36 %	50 %	44 %	45 %	38 %	44 %	44 %	42 %
A diminué sensiblement	6 %	3 %	-	7 %	9 %	6 %	9 %	13 %	8 %	2 %	4 %	3 %	-	6 %	5 %
A diminué	1 %	2 %	-	2 %	1 %	1 %	-	-	3 %	2 %	< 1 %	2 %	< 1 %	2 %	< 1 %
A considérablement diminué	1 %	-	2 %	1 %	4 %	1 %	-	-	1 %	< 1 %	4 %	2 %	2 %	2 %	1 %
Je ne sais pas.	1 %	-	4 %	1 %	-	1 %	-	-	-	4 %	2 %	-	-	1 %	< 1 %
TROIS MEILLEURS RÉSULTATS	48 %	51 %	36 %	48 %	50 %	50 %	27 %	51 %	38 %	48 %	45 %	56 %	53 %	44 %	52 %
TROIS PIRES RÉSULTATS	8 %	4 %	2 %	10 %	15 %	7 %	9 %	13 %	12 %	4 %	8 %	6 %	3 %	10 %	6 %

Q4b : Pour chaque activité de la programmation de la fête du Canada à laquelle vous avez assisté ou participé, dans quelle mesure votre degré de fierté à l'égard du Canada a-t-il changé, le cas échéant? Base : Répondants ayant assisté ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada (n = 1 180).

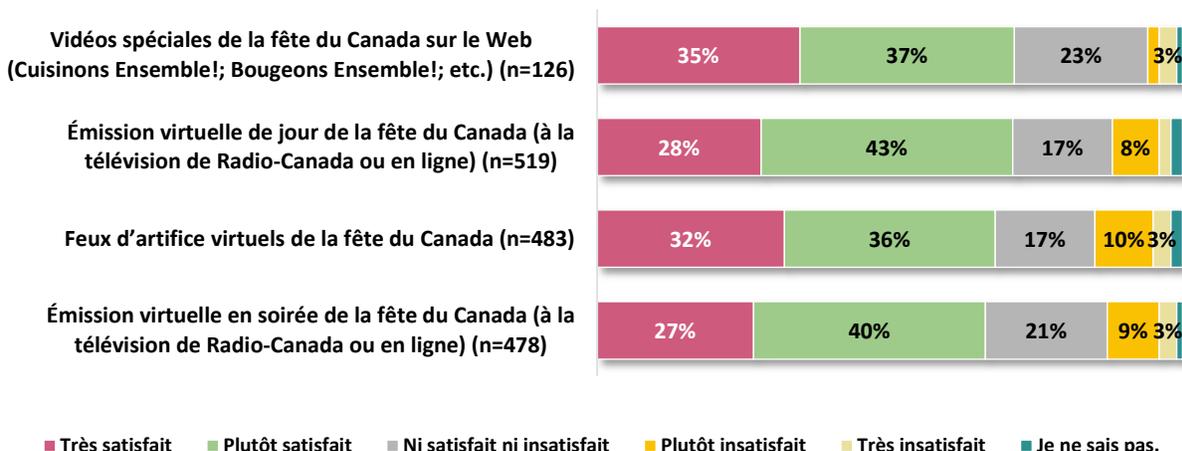
Satisfaction générale et sentiment de la population à l'égard de la programmation

Nous avons ensuite demandé aux répondants qui ont participé à chacune des activités de la fête du Canada d'indiquer leur degré de satisfaction à l'égard de la programmation virtuelle.

Au moins deux répondants sur trois (67 % ou plus) ayant regardé l'une des célébrations virtuelles de la fête du Canada ont affirmé être au moins plutôt satisfaits de la programmation.

Les vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web ont suscité le degré de satisfaction le plus haut parmi les répondants (72 %), suivies de l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada (71 %), des feux d'artifice virtuels de la fête du Canada (68 %) et de l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (67 %).

Satisfaction à l'égard de la programmation de la fête du Canada



Q4c : Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction envers la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada à laquelle vous avez assisté ou participé. Base : Répondants ayant assisté ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada (n = 1 180).

Émission virtuelle de jour de la fête du Canada

Plus de sept personnes sur dix (71 %) ayant assisté à l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada ont affirmé être au moins plutôt satisfaites.

Plusieurs différences démographiques ont été constatées.

- Les spectateurs ontariens étaient plus susceptibles d'être au moins plutôt satisfaits de l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada (78 %) que ceux du Québec (63 %).
- Les répondants de 25 à 34 ans ayant regardé l'émission virtuelle de jour de la fête du Canada étaient plus susceptibles d'être au moins plutôt satisfaits que ceux de 35 à 55 ans (83 % par rapport à 66 %).
- Les répondants non racisés étaient plus susceptibles de se dire insatisfaits de l'émission de jour de la fête du Canada (13 %) que les répondants racisés (5 %).

Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada

Près de sept personnes sur dix (67 %) ayant assisté à l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada ont dit en être au moins plutôt satisfaites.

Des différences démographiques ont été relevées.

- L'auditoire du Québec était plus susceptible d'être insatisfait de l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (23 %) que celui du reste du Canada (8 %).

- Les personnes de 65 ans et plus étaient plus susceptibles de se dire insatisfaites (22 %) que les plus jeunes (8 %).
- Les répondants de 16 à 24 ans n'ont signalé aucune insatisfaction par rapport à l'émission virtuelle en soirée de la fête du Canada.
- Les répondants non racisés étaient plus susceptibles d'être insatisfaits de l'émission en soirée de la fête du Canada (14 %) que les répondants racisés (5 %).

Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web

Plus de sept personnes sur dix (72 %) ayant regardé les vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web ont dit en être au moins plutôt satisfaites.

- La taille des échantillons des sous-groupes démographiques est trop petite pour faire une analyse à ce niveau.

Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada

Près de sept personnes sur dix (68 %) ayant regardé les feux d'artifice virtuels de la fête du Canada s'en sont dites au moins plutôt satisfaites.

- Davantage de personnes de plus de 54 ans se sont dites « très satisfaites » que pour les jeunes (44 % par rapport à 27 %).

<i>Émission virtuelle de jour de la fête du Canada (à la télévision de Radio-Canada/CBC ou en ligne)</i>															
	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 519)	(n = 101)	(n = 107)	(n = 111)	(n = 83)	(n = 102)	(n = 31)	(n = 62)	(n = 84)	(n = 89)	(n = 93)	(n = 82)	(n = 109)	(n = 288)	(n = 228)
Très satisfait	28 %	28 %	21 %	30 %	30 %	31 %	32 %	22 %	34 %	29 %	24 %	32 %	27 %	29 %	28 %
Plutôt satisfait	43 %	42 %	41 %	47 %	38 %	38 %	50 %	51 %	48 %	37 %	37 %	36 %	43 %	41 %	45 %
Ni satisfait ni insatisfait	17 %	20 %	17 %	15 %	17 %	20 %	15 %	21 %	10 %	20 %	24 %	17 %	15 %	17 %	17 %
Plutôt insatisfait	8 %	9 %	12 %	7 %	7 %	5 %	–	3 %	5 %	10 %	11 %	7 %	11 %	9 %	5 %
Très insatisfait	2 %	2 %	3 %	1 %	6 %	3 %	–	1 %	2 %	4 %	2 %	5 %	1 %	2 %	3 %
Je ne sais pas.	2 %	–	5 %	–	2 %	3 %	3 %	3 %	–	–	2 %	3 %	4 %	2 %	2 %
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	71 %	69 %	63 %	78 %	68 %	69 %	82 %	73 %	83 %	66 %	61 %	68 %	70 %	70 %	73 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	10 %	11 %	15 %	8 %	13 %	8 %	–	4 %	7 %	14 %	13 %	12 %	12 %	11 %	8 %

Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (sur les ondes de Radio-Canada/CBC ou en ligne)

	TOTAL	Région						Âge						Genre	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 478)	(n = 89)	(n = 95)	(n = 107)	(n = 84)	(n = 92)	(n = 11)	(n = 51)	(n = 56)	(n = 76)	(n = 78)	(n = 94)	(n = 123)	(n = 227)	(n = 246)
Très satisfait	27 %	41 %	15 %	28 %	35 %	28 %	54 %	28 %	24 %	19 %	27 %	33 %	27 %	24 %	30 %
Plutôt satisfait	40 %	32 %	37 %	39 %	32 %	49 %	29 %	47 %	39 %	38 %	37 %	38 %	41 %	42 %	37 %
Ni satisfait ni insatisfait	21 %	22 %	24 %	21 %	22 %	16 %	6 %	24 %	26 %	28 %	23 %	21 %	10 %	23 %	18 %
Plutôt insatisfait	9 %	2 %	18 %	9 %	3 %	5 %	–	–	9 %	10 %	7 %	4 %	18 %	9 %	9 %
Très insatisfait	3 %	2 %	5 %	2 %	4 %	1 %	10 %	–	1 %	3 %	4 %	2 %	5 %	1 %	4 %
Je ne sais pas.	1 %	1 %	1 %	1 %	4 %	2 %	–	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	–	1 %	2 %
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	67 %	73 %	53 %	67 %	67 %	77 %	84 %	75 %	64 %	57 %	64 %	70 %	68 %	66 %	67 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	12 %	4 %	23 %	11 %	7 %	6 %	10 %	–	10 %	13 %	10 %	7 %	22 %	10 %	13 %

Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web

	TOTAL	Région						Âge						Genre	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 126)	(n = 21)	(n = 11)	(n = 38)	(n = 28)	(n = 24)	(n = 4)	(n = 24)	(n = 25)	(n = 28)	(n = 18)	(n = 16)	(n = 15)	(n = 63)	(n = 61)
Très satisfait	35 %	19 %	41 %	36 %	36 %	31 %	80 %	21 %	43 %	35 %	31 %	65 %	10 %	35 %	33 %
Plutôt satisfait	37 %	41 %	28 %	40 %	49 %	31 %	20 %	50 %	35 %	33 %	51 %	12 %	34 %	41 %	33 %
Ni satisfait ni insatisfait	23 %	28 %	31 %	19 %	4 %	32 %	–	21 %	18 %	17 %	18 %	23 %	55 %	20 %	26 %
Plutôt insatisfait	2 %	5 %	–	3 %	2 %	–	–	–	–	8 %	–	–	1 %	–	3 %
Très insatisfait	3 %	–	–	3 %	5 %	6 %	–	8 %	1 %	7 %	–	–	–	3 %	3 %
Je ne sais pas.	1 %	8 %	–	–	4 %	–	–	–	3 %	–	–	–	–	–	–
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	72 %	60 %	69 %	76 %	86 %	62 %	100 %	71 %	78 %	68 %	82 %	77 %	44 %	76 %	67 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	5 %	5 %	–	5 %	6 %	6 %	–	8 %	1 %	15 %	–	–	1 %	4 %	6 %

Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada

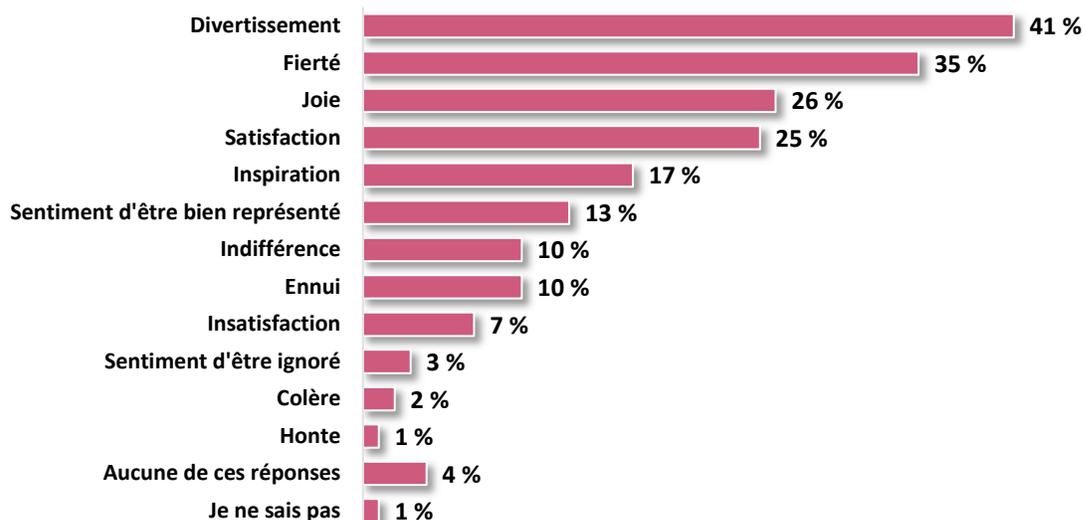
	TOTAL	Région						Âge						Genre	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 483)	(n = 109)	(n = 40)	(n = 133)	(n = 94)	(n = 94)	(n = 13)	(n = 77)	(n = 78)	(n = 103)	(n = 74)	(n = 67)	(n = 84)	(n = 232)	(n = 250)
Très satisfait	32 %	40 %	32 %	31 %	26 %	33 %	8 %	22 %	30 %	33 %	22 %	45 %	44 %	27 %	37 %
Plutôt satisfait	36 %	34 %	40 %	32 %	46 %	40 %	70 %	42 %	36 %	35 %	42 %	27 %	33 %	40 %	33 %
Ni satisfait ni insatisfait	17 %	18 %	16 %	20 %	22 %	9 %	8 %	22 %	13 %	21 %	24 %	13 %	8 %	18 %	16 %
Plutôt insatisfait	10 %	6 %	8 %	10 %	4 %	15 %	14 %	13 %	13 %	7 %	6 %	7 %	11 %	11 %	9 %
Très insatisfait	3 %	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	–	–	6 %	2 %	2 %	4 %	–	3 %	2 %
Je ne sais pas.	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %	1 %	–	–	2 %	1 %	4 %	4 %	4 %	1 %	4 %
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	68 %	74 %	72 %	64 %	72 %	73 %	78 %	64 %	66 %	69 %	64 %	72 %	77 %	67 %	70 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	13 %	8 %	10 %	13 %	5 %	17 %	14 %	13 %	19 %	10 %	8 %	11 %	11 %	14 %	11 %

Q4c : Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction envers la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada à laquelle vous avez assisté ou participé. Base : Répondants ayant assisté ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada (n = 1 180).

Nous avons demandé aux répondants ayant assisté ou participé à au moins une des activités de la fête du Canada de décrire leurs sentiments à l'égard de la programmation virtuelle. Nous avons présenté une liste d'émotions aux répondants et leur avons demandé d'en sélectionner d'une à trois.

Plus de deux répondants sur cinq (41 %) ayant assisté ou participé à la programmation spéciale de la fête du Canada a expliqué que les activités les ont divertis.

Sentiments ressentis par les personnes ayant assisté ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada



Q4d : Quels sont les autres sentiments que vous a inspirés la programmation de la fête du Canada à laquelle vous avez assisté? Veuillez sélectionner d'une à trois réponses dans la liste ci-dessous. Base : Répondants ayant regardé ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada (n = 1 180).

Des différences démographiques ont été relevées dans les constatations.

- Au niveau régional, les différences les plus importantes ont été relevées entre le Québec et le reste du Canada, les sentiments tels que la fierté, la satisfaction et l'inspiration ayant généralement été moins souvent mentionnés dans cette province.
- Par ailleurs, les sentiments tels que l'indifférence (16 %) et l'ennui (14 %) ont été plus souvent mentionnés au Québec qu'ailleurs.
- En comparaison, les femmes étaient plus susceptibles de ressentir de la joie (30 %) en regardant les activités de la fête du Canada, tandis que les hommes étaient plus susceptibles d'avoir eu le sentiment d'être ignorés (5 %).

D'autres différences ont été constatées en fonction des groupes d'âge.

- Parmi les répondants ayant assisté ou participé aux activités de la fête du Canada, les répondants de 16 à 24 ans (49 %) et de plus de 55 ans (46 %) étaient plus susceptibles de mentionner le divertissement comme sentiment que ceux de 25 à 54 ans (34 %).

- Les répondants de 55 à 64 ans étaient plus susceptibles de déclarer avoir ressenti de la fierté que ceux de 16 à 54 ans (46 % par rapport à 32 %).
- Les répondants de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles de dire avoir ressenti de la joie que ceux de 55 à 64 ans (30 % par rapport à 17 %).

	TOTAL (n = 1 180)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 240)	QC (n = 203)	ON (n = 285)	MB/ SK (n = 204)	AB/ C.-B. (n = 217)	YK/ T.N.-O. NU (n = 31)	16- 24 (n = 162)	25- 34 (n = 169)	35- 44 (n = 219)	45- 54 (n = 199)	55- 64 (n = 189)	65+ (n = 242)	M (n = 597)	F (n = 575)
Divertissement	41 %	41 %	44 %	42 %	42 %	34 %	49 %	33 %	35 %	35 %	46 %	46 %	39 %	43 %	
Fierté	35 %	42 %	25 %	37 %	39 %	38 %	43 %	32 %	30 %	32 %	33 %	46 %	39 %	34 %	
Joie	26 %	25 %	22 %	24 %	26 %	31 %	34 %	33 %	29 %	28 %	22 %	17 %	23 %	30 %	
Satisfaction	25 %	26 %	17 %	24 %	25 %	32 %	35 %	23 %	23 %	26 %	24 %	28 %	24 %	27 %	
Inspiration	17 %	19 %	7 %	18 %	20 %	20 %	26 %	17 %	14 %	21 %	18 %	19 %	14 %	15 %	
Sentiment d'être bien représenté	13 %	11 %	17 %	12 %	13 %	12 %	19 %	11 %	17 %	14 %	17 %	9 %	10 %	12 %	
Indifférence	10 %	11 %	16 %	8 %	10 %	11 %	5 %	9 %	13 %	9 %	11 %	9 %	11 %	9 %	
Ennui	10 %	9 %	14 %	10 %	7 %	7 %	7 %	8 %	14 %	8 %	10 %	9 %	10 %	11 %	
Insatisfaction	7 %	6 %	7 %	6 %	6 %	7 %	4 %	5 %	10 %	7 %	5 %	4 %	7 %	7 %	
Sentiment d'être ignoré	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %	3 %	–	2 %	4 %	4 %	5 %	2 %	1 %	5 %	
Colère	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %	1 %	–	–	2 %	3 %	1 %	3 %	1 %	2 %	
Honte	1 %	–	2 %	1 %	3 %	3 %	–	–	4 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	
Aucune de ces réponses	4 %	3 %	5 %	4 %	4 %	3 %	3 %	2 %	2 %	5 %	5 %	6 %	4 %	4 %	
Je ne sais pas.	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	6 %	1 %	1 %	< 1 %	2 %	3 %	1 %	2 %	

Q4d : Quels sont les autres sentiments que vous a inspirés la programmation de la fête du Canada à laquelle vous avez assisté? Veuillez sélectionner d'une à trois réponses dans la liste ci-dessous. Base : Répondants ayant assisté ou participé à la programmation spéciale du gouvernement du Canada (n = 1 180).

Des différences ont été relevées en fonction du groupe ethnique des répondants.

- Les répondants racisés ayant assisté ou participé aux activités de la fête du Canada étaient plus susceptibles de dire avoir ressenti de la joie (36 %) que les répondants non racisés (22 %) et les Autochtones (6 %).
- Les répondants non racisés (37 %) et racisés (35 %) étaient plus susceptibles d'avoir ressenti de la fierté lors de leur participation à la programmation de la fête du Canada que les répondants autochtones (16 %).
- Les répondants autochtones étaient plus susceptibles d'affirmer s'être sentis ignorés (17 %) que les répondants non racisés et racisés (2 %).

Expérience des outils gratuits de la fête du Canada

Nous avons demandé aux répondants s'ils avaient utilisé les outils de la fête du Canada offerts gratuitement à la population canadienne. Ensuite, nous avons demandé à ceux qui ont répondu par l'affirmative d'indiquer leur degré de satisfaction à l'égard des outils utilisés.

Près d'une personne sondée sur dix (7 %) a utilisé la trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne ou les listes de diffusion de la fête du Canada.

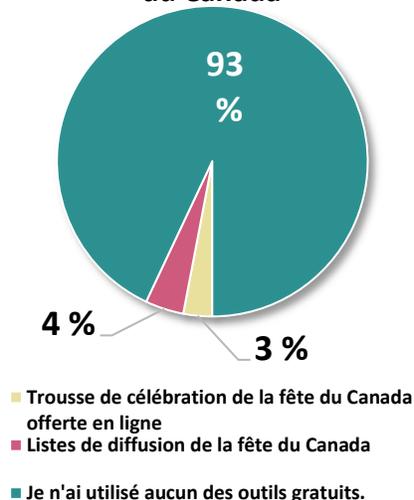
Des différences ont été constatées en fonction des groupes d'âge.

- Plus l'âge des répondants augmente, moins ils sont susceptibles d'avoir utilisé l'un des outils offerts dans le cadre de la fête du Canada. Les répondants de 65 ans et plus étaient moins susceptibles d'avoir utilisé l'un ou l'autre des outils que ceux de 16 à 24 ans (1 % par rapport à 14 %).
- Les répondants plus jeunes, en particulier ceux ayant 16 à 34 ans, ont été plus nombreux à utiliser les listes de diffusion de la fête du Canada que ceux de 35 ans et plus (8 % par rapport à 3 %)
- Les répondants de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles d'avoir utilisé la trousse de célébration virtuelle que ceux de 45 ans ou plus (6 % par rapport à 1 %)

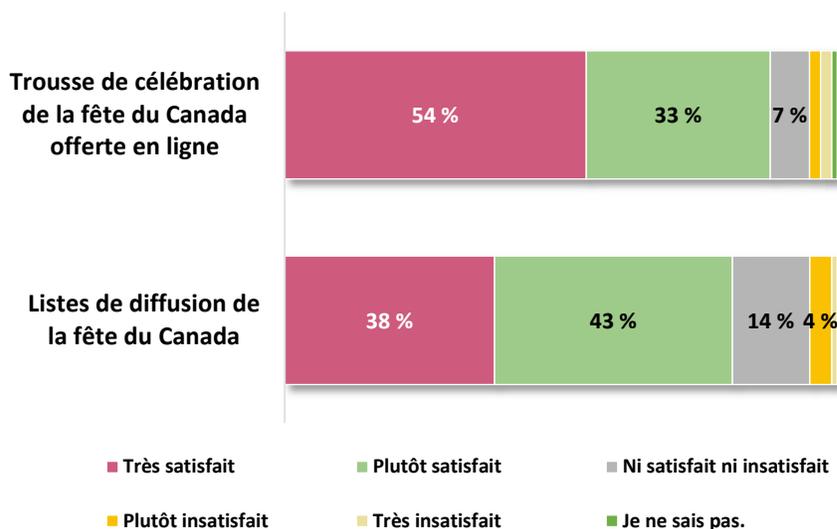
Des différences démographiques ont par ailleurs été observées.

- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d'avoir utilisé la trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne ou les listes de diffusion de la fête du Canada que ceux de l'Ontario, de l'Alberta ou de la Colombie-Britannique (95 % par rapport à 92 %).
- Les femmes étaient moins susceptibles d'avoir utilisé l'un ou l'autre de ces outils (5 % par rapport à 9 %).
- Les répondants non racisés (95 %) et autochtones (93 %) étaient plus nombreux que les répondants racisés (84 %) à n'avoir utilisé aucun des outils gratuits.
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d'avoir utilisé la trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne (10 %) que les répondants non racisés (2 %) et autochtones (2 %).

Utilisation des outils offerts gratuitement dans le cadre de la fête du Canada



Satisfaction à l'égard des outils offerts gratuitement dans le cadre de la fête du Canada



Q 5a : Veuillez indiquer si vous avez utilisé l'un des outils suivants offerts gratuitement par le gouvernement du Canada dans le cadre de la fête du Canada. Base : tous les répondants (n = 5 173). 5 b. Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction à l'égard des outils de la fête du Canada que vous avez utilisés et qui étaient offerts gratuitement. Base : Répondants ayant utilisé les outils de la fête du Canada offerts gratuitement, soit la Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne (n = 130) ou les listes de diffusion de la fête du Canada (n = 181).

Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne

Trois pour cent des Canadiens sondés ont utilisé la trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne. Près de neuf personnes sur dix (88 %) ayant utilisé cet outil s'en sont dites au moins plutôt satisfaites.

- La taille des sous-groupes démographiques est trop petite pour en relever les différences.

Listes de diffusion de la fête du Canada

Quatre pour cent des Canadiens sondés ont utilisé les listes de diffusion de la fête du Canada. Plus de quatre personnes sur cinq ayant utilisé celles-ci (81 %) s'en sont dites au moins plutôt satisfaites.

Des différences démographiques ont été constatées.

- Les répondants vivant en Ontario étaient plus susceptibles de se dire *très satisfaits* des listes de diffusion de la fête du Canada (50 %) que ceux vivant en Alberta ou en Colombie-Britannique (25 %).
- Les femmes ayant utilisé les listes de diffusion de la fête du Canada étaient plus susceptibles d'être au moins *plutôt satisfaites* de cet outil gratuit (89 %) que les hommes (75 %).

	TOTAL (n = 5 173)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne	3 %	3 %	1 %	4 %	3 %	4 %	3 %	7 %	7 %	6 %	2 %	1 %	< 1 %	5 %	2 %
Listes de diffusion de la fête du Canada	4 %	4 %	4 %	5 %	3 %	4 %	3 %	7 %	9 %	4 %	4 %	2 %	1 %	5 %	4 %
Je n'ai utilisé aucun des outils gratuits.	93 %	94 %	95 %	92 %	94 %	92 %	94 %	86 %	86 %	92 %	94 %	97 %	99 %	91 %	95 %

Q5a : Veuillez indiquer si vous avez utilisé l'un des outils suivants offerts gratuitement par le gouvernement du Canada dans le cadre de la fête du Canada. Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne															
	TOTAL (n = 130)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 22)	QC (n = 9)	ON (n = 42)	MB/ SK (n = 21)	AB/ C.-B. (n = 31)	YK/ T.N.-O. NU (n = 5)	16- 24 (n = 28)	25- 34 (n = 38)	35- 44 (n = 41)	45- 54 (n = 14)	55- 64 (n = 7)	65+ (n = 2)	M (n = 83)	F (n = 47)
Très satisfait	54 %	40 %	53 %	62 %	40 %	48 %	70 %	38 %	73 %	36 %	62 %	75 %	100 %	55 %	53 %
Plutôt satisfait	33 %	26 %	34 %	30 %	47 %	38 %	30 %	53 %	16 %	46 %	27 %	14 %	—	32 %	36 %
Ni satisfait ni insatisfait	7 %	26 %	5 %	6 %	13 %	5 %	—	3 %	6 %	19 %	—	—	—	6 %	10 %
Plutôt insatisfait	2 %	8 %	—	—	—	4 %	—	6 %	1 %	—	—	—	—	2 %	< 1 %
Très insatisfait	2 %	—	7 %	—	—	5 %	—	—	4 %	—	—	11 %	—	3 %	—
Je ne sais pas.	1 %	—	—	2 %	—	—	—	—	—	—	10 %	—	—	1 %	—
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	88 %	66 %	88 %	92 %	87 %	86 %	100 %	91 %	89 %	81 %	90 %	89 %	100 %	87 %	89 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	4 %	8 %	7 %	—	—	9 %	—	6 %	5 %	—	—	11 %	—	5 %	< 1 %

Listes de diffusion de la fête du Canada															
	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	<i>(n = 181)</i>	<i>(n = 34)</i>	<i>(n = 33)</i>	<i>(n = 49)</i>	<i>(n = 24)</i>	<i>(n = 37)</i>	<i>(n = 4)</i>	<i>(n = 37)</i>	<i>(n = 52)</i>	<i>(n = 31)</i>	<i>(n = 36)</i>	<i>(n = 17)</i>	<i>(n = 8)</i>	<i>(n = 92)</i>	<i>(n = 86)</i>
Très satisfait	38 %	36 %	32 %	50 %	21 %	25 %	42 %	25 %	42 %	40 %	34 %	52 %	47 %	32 %	47 %
Plutôt satisfait	43 %	41 %	40 %	37 %	56 %	54 %	58 %	46 %	37 %	43 %	52 %	37 %	53 %	43 %	42 %
Ni satisfait ni insatisfait	14 %	19 %	18 %	11 %	19 %	15 %	–	19 %	20 %	8 %	9 %	5 %	–	20 %	8 %
Plutôt insatisfait	4 %	4 %	5 %	2 %	–	6 %	–	10 %	–	5 %	2 %	5 %	–	4 %	3 %
Très insatisfait	1 %	–	5 %	–	4 %	–	–	–	1 %	4 %	3 %	–	–	2 %	< 1 %
Je ne sais pas.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
DEUX MEILLEURS RÉSULTATS	81 %	77 %	72 %	87 %	77 %	79 %	100 %	71 %	79 %	83 %	86 %	89 %	100 %	75 %	89 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	5 %	4 %	10 %	2 %	4 %	6 %	–	10 %	1 %	8 %	5 %	5 %	–	6 %	3 %

Q 5b. Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction à l'égard des outils de la fête du Canada que vous avez utilisés et qui étaient offerts gratuitement. Base : Répondants ayant utilisé les outils de la fête du Canada offerts gratuitement, soit la Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne (n = 130) ou les listes de diffusion de la fête du Canada (n = 181).

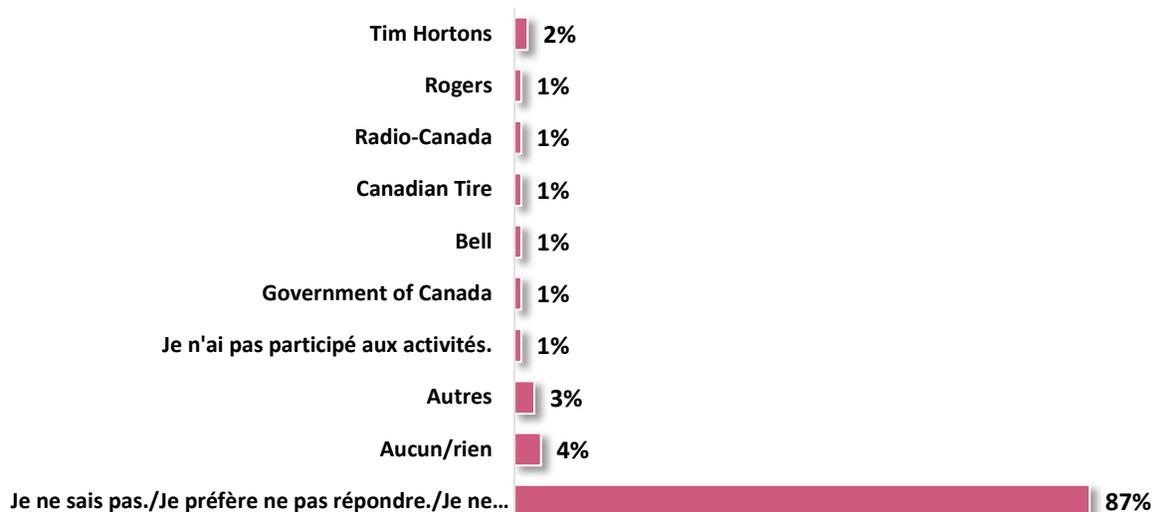
Connaissance des commanditaires des activités de la fête du Canada

Nous avons demandé aux répondants qui ont vu, lu ou entendu des publicités, qui ont assisté ou participé aux activités spéciales, ou qui ont utilisé l'un des outils offerts gratuitement à l'occasion de la fête du Canada, de nommer des commanditaires de la programmation virtuelle de la fête du Canada.

Près de neuf personnes sondées sur dix (87 %) ayant été exposées à la publicité, ayant participé à des activités spéciales ou ayant utilisé les outils offerts gratuitement à l'occasion de la fête du Canada ne se souvenaient pas d'avoir vu ou entendu des commandites.

Parmi le Canadien sondé sur dix, environ, qui se rappelait avoir été exposé à des commandites, les commanditaires les plus souvent mentionnés étaient Tim Hortons (2 %), Rogers (1 %), Radio-Canada/CBC (1 %), Canadian Tire (1 %), Bell (1 %) et le gouvernement du Canada (1 %).

Commanditaires vus ou entendus pendant la programmation virtuelle de la fête du Canada dont se souvenaient les répondants



Réponses données par moins de 1 % des répondants

- Coca-Cola
- Banque TD
- Banque Royale du Canada
- Banque de Montréal
- Banque Scotia
- CTV
- GoodLife Fitness
- Sobeys

*Q6 : Plusieurs commanditaires et partenaires ont contribué à organiser cet événement. Quels sont ceux que vous vous rappelez avoir vus ou dont vous vous souvenez avoir entendu parler durant la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada?
Base : Répondants qui ont vu, lu ou entendu de la publicité, assisté ou participé à des activités spéciales ou utilisé l'un des outils offerts gratuitement dans le cadre de la fête du Canada (n = 2 905).*

Certaines différences démographiques ont été relevées.

- Les hommes (11 %) étaient plus susceptibles que les femmes (6 %) de se rappeler avoir vu un commanditaire ou en avoir entendu parler lors de leur exposition aux activités de la fête du Canada.
- Les répondants de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles de se rappeler avoir vu un commanditaire ou en avoir entendu parler lors de leur exposition aux activités de la fête du Canada que ceux de 65 ans et plus (16 % par rapport à 9 %).
- Les répondants de l'Alberta ou de la Colombie-Britannique étaient plus susceptibles de se rappeler avoir vu un commanditaire ou en avoir entendu parler lors de leur exposition aux activités de la fête du Canada que ceux du Québec ou des Prairies (16 % par rapport à 10 %).
- Les répondants de l'Alberta et de la Colombie-Britannique étaient plus susceptibles de se souvenir du commanditaire Tim Hortons (3 %) que ceux des Prairies (1 %).

- En comparaison, les répondants de 65 ans et plus étaient moins susceptibles de se rappeler avoir vu le commanditaire Tim Hortons que les répondants plus jeunes (1 % par rapport à 3 %).

	TOTAL (n = 2 905)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 590)	QC (n = 523)	ON (n = 629)	MB/ SK (n = 516)	AB/ C.-B. (n = 553)	YK/ T.N.-O. NU (n = 94)	16- 24 (n = 286)	25- 34 (n = 356)	35- 44 (n = 488)	45- 54 (n = 539)	55- 64 (n = 553)	65+ (n = 683)	M (n = 1 368)	F (n = 1 520)
Tim Hortons	2 %	3 %	2 %	3 %	1 %	3 %	3 %	5 %	2 %	3 %	3 %	3 %	1 %	3 %	2 %
Rogers	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	—	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %
Radio-Canada et CBC	1 %	1 %	—	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Canadian Tire	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	—	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
Bell	1 %	1 %	—	1 %	—	1 %	2 %	—	2 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
Gouvernement du Canada	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
Coca-Cola	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	—	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Banque TD	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %	—	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Banque Royale du Canada	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	—	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %
Banque de Montréal	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	—	1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %
Banque Scotia	< 1 %	1 %	—	< 1 %	—	< 1 %	2 %	< 1 %	1 %	—	—	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %
CTV	< 1 %	< 1 %	—	—	< 1 %	< 1 %	—	1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %
GoodLife Fitness	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	—	—	—	—	1 %	—	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Sobeys	< 1 %	< 1 %	—	—	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %	< 1 %	—	< 1 %	< 1 %
Aucun intérêt/Je n'ai pas participé aux activités.	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	—	< 1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Autre	3 %	2 %	2 %	4 %	3 %	3 %	2 %	3 %	5 %	3 %	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %
Aucun	4 %	3 %	3 %	3 %	3 %	5 %	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %	4 %	4 %	4 %	3 %
Je ne sais pas./ Je refuse de répondre./Je ne me souviens pas.	87 %	88 %	90 %	87 %	90 %	84 %	87 %	85 %	84 %	84 %	87 %	88 %	91 %	84 %	89 %

Q6 : Plusieurs commanditaires et partenaires ont contribué à organiser cet événement. Quels sont ceux que vous vous rappelez avoir vus ou dont vous vous souvenez avoir entendu parler durant la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada? Base : Les répondants qui ont vu, lu ou entendu de la publicité, assisté ou participé à des activités spéciales ou utilisé l'un des outils offerts gratuitement dans le cadre de la fête du Canada (n = 2 905).

Amélioration des prochaines célébrations virtuelles

À suite de la première édition virtuelle de la programmation de la fête du Canada, nous avons demandé aux répondants de donner leur avis sur les mesures que pourrait prendre le gouvernement fédéral pour améliorer les célébrations virtuelles à venir.

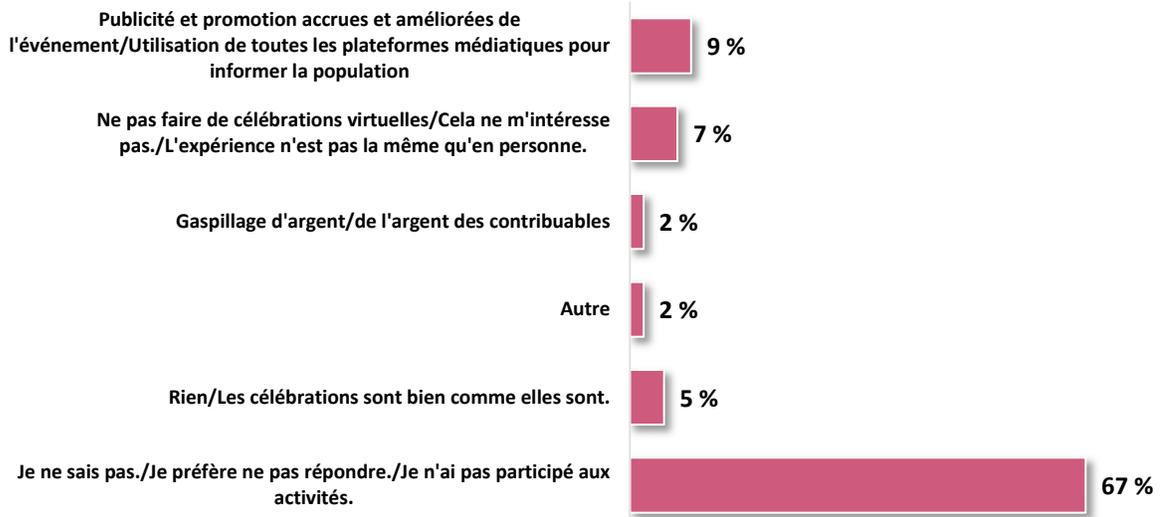
Près d'une personne sondée sur dix a affirmé que pour améliorer les célébrations virtuelles, il faudrait mieux promouvoir l'événement sur l'ensemble des plateformes médiatiques (9 %).

Par ailleurs, moins d'un répondant sur dix estime que les célébrations virtuelles ne les intéressent pas (7 %) parce qu'elles n'offrent pas la même expérience que les activités en personne.

Certaines différences ont ressorti en fonction du groupe d'âge des répondants.

- Les répondants de 16 à 44 ans étaient plus susceptibles de mentionner la nécessité de mieux promouvoir l'événement que ceux de 45 ans et plus (12 % par rapport à 7 %).
- Les répondants de 45 ans et plus étaient plus susceptibles de ne pas être intéressés par les célébrations virtuelles que ceux de 16 à 44 ans (8 % contre 5 %).

Mesures à prendre pour améliorer les prochaines célébrations virtuelles



Réponses données par 1 % des répondants

- Offrir davantage de meilleurs spectacles de musiciens/artistes canadiens
- Offrir plus d'activités et d'interactivité (jeux, concours, soumission de vidéos, etc.)
- Améliorer la connexion Internet pour tous et l'accessibilité
- Offrir davantage de meilleurs divertissements
- Offrir des feux d'artifice/feux d'artifice en direct
- Trouver un vaccin/J'espère que les célébrations de l'an prochain auront lieu en personne.
- Offrir davantage de meilleurs exposés/spectacles de Canadiens issus de diverses cultures

- Envoyer des cadeaux à tous par la poste (tee-shirts, épinglettes, drapeaux, etc.)
- Améliorer la technologie (son, montage, qualité, etc.)
- Offrir des spectacles plaisants à différents groupes d'âge
- *Commentaires négatifs (injustices au Canada, premier ministre, etc.)*
- *Je ne célèbre pas la fête du Canada.*

Réponses données par moins de 1 % des répondants

- Rallonger la programmation et la rendre accessible à des moments différents
- Intégrer les réactions, questions et messages en direct
- Montrer les réussites, les réalisations et l'histoire du Canada
- Montrer les célébrations régionales
- Montrer des photos et prises de vue aériennes de toutes les provinces

Q7 : Pour la première fois cette année, le gouvernement du Canada a mis au point de nouvelles façons de célébrer la fête du Canada à la maison. Que pourrait-il faire pour améliorer les célébrations virtuelles à l'avenir? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Certaines différences démographiques ont été relevées.

- Au niveau régional, les répondants du Québec étaient moins susceptibles de recommander d'améliorer la promotion des célébrations virtuelles que ceux du reste du Canada, à l'exception des résidents du Nord du pays (6 % par rapport à 10 %).
- Les femmes (11 %) étaient plus susceptibles que les hommes (8 %) de recommander une amélioration de la publicité sur toutes les plateformes médiatiques.
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de recommander d'augmenter le nombre de publicités des commanditaires (12 %) que les répondants non racisés (9 %) et les Autochtones (8 %).

	TOTAL (n = 5 173)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Publicité et promotion accrues et améliorées de l'événement/ Utilisation de toutes les plateformes médiatiques	9 %	9 %	6 %	10 %	10 %	10 %	11 %	15 %	10 %	12 %	8 %	8 %	5 %	8 %	11 %
Ne pas faire de célébrations virtuelles/Cela ne m'intéresse pas./L'expérience n'est pas la même qu'en personne.	7 %	6 %	6 %	7 %	8 %	8 %	4 %	4 %	6 %	6 %	7 %	8 %	8 %	8 %	6 %
Gaspiage d'argent/de l'argent des contribuables	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	< 1 %	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %	3 %	1 %
Offrir davantage de meilleurs spectacles de musiciens/artistes canadiens	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %
Offrir plus d'activités et d'interactivité (jeux, concours, soumission de vidéos, etc.)	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Améliorer la connexion Internet pour tous et l'accessibilité	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Offrir davantage de meilleurs divertissements	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	–	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Offrir des feux d'artifice/feux d'artifice en direct	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	–	2 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %
Trouver un vaccin/J'espère que les	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	–	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %

	TOTAL (n = 5 173)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
<i>célébrations de l'an prochain auront lieu en personne.</i>															
<i>Offrir davantage de meilleurs exposés/spectacles de Canadiens issus de diverses cultures</i>	1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %
<i>Envoyer des cadeaux à tous par la poste (tee-shirts, épinglettes, drapeaux, etc.)</i>	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
<i>Améliorer la technologie (son, montage, qualité, etc.)</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	-	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
<i>Offrir des spectacles plaisant à différents groupes d'âge</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	2 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %
<i>Rallonger la programmation et la rendre accessible à des moments différents</i>	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %
<i>Intégrer les réactions, questions et messages en direct</i>	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
<i>Montrer les réussites, les réalisations et l'histoire du Canada</i>	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	2 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
<i>Montrer les célébrations régionales</i>	< 1 %	< 1 %	1 %	-	< 1 %	< 1 %	2 %	-	-	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %
<i>Montrer des photos et prises de vue aériennes de toutes les provinces</i>	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	2 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
<i>Commentaires négatifs (injustices au Canada, premier ministre, etc.)</i>	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %
<i>Je ne célèbre pas la fête du Canada.</i>	1 %	< 1 %	1 %	-	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
<i>Autre</i>	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	3 %	1 %	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %
<i>Rien/Les célébrations sont bien comme elles sont.</i>	5 %	6 %	5 %	5 %	3 %	4 %	4 %	3 %	4 %	5 %	5 %	5 %	5 %	4 %	5 %
<i>Je ne sais pas./Je préfère ne pas</i>	67 %	69 %	72 %	67 %	67 %	62 %	65 %	63 %	63 %	67 %	69 %	69 %	70 %	66 %	68 %

	TOTAL	Région						Âge						Genre	
		ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 5 173)	(n = 1 004)	(n = 1 001)	(n = 1 009)	(n = 1 004)	(n = 1 005)	(n = 150)	(n = 542)	(n = 622)	(n = 891)	(n = 1 048)	(n = 950)	(n = 1 120)	(n = 2 478)	(n = 2 669)
répondre./Je n'ai pas participé aux activités.															

Q7 : Pour la première fois cette année, le gouvernement du Canada a mis au point de nouvelles façons de célébrer la fête du Canada à la maison. Que pourrait-il faire pour améliorer les célébrations virtuelles à l'avenir? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Autres célébrations virtuelles

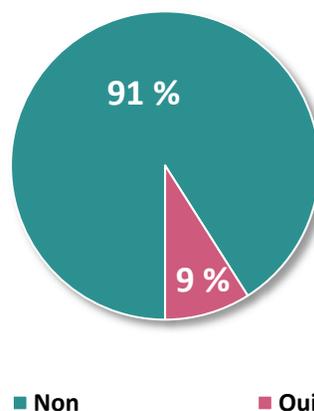
Nous avons demandé aux répondants d'indiquer s'ils avaient ou non assisté ou participé à d'autres célébrations virtuelles de la fête du Canada proposées par des organisations autres que le gouvernement fédéral.

Près d'une personne sondée sur dix (9 %) a assisté ou participé à des activités virtuelles de la fête du Canada proposées par d'autres organisations.

Certaines différences démographiques ont été relevées.

- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d'avoir participé à une activité virtuelle proposée par une autre organisation que ceux du reste du Canada (5 % par rapport à 11 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d'avoir participé à d'autres activités virtuelles de la fête du Canada (17 %) que les répondants autochtones (8 %) et les répondants non racisés (7 %).

Proportion des répondants ayant assisté ou participé à des programmes offerts par d'autres organisations



Q8 : Avez-vous assisté ou participé aux programmes virtuels de la fête du Canada offerts par d'autres organisations, comme les municipalités, les gouvernements provinciaux, les musées et d'autres organisations privées? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

- La comparaison des groupes d'âge révèle que les répondants de moins de 35 ans étaient plus susceptibles d'avoir participé aux activités virtuelles offertes par d'autres organisations que ceux de 35 ans et plus (13 % par rapport à 8 %).
- Les hommes étaient plus susceptibles d'avoir participé à des activités virtuelles de la fête du Canada offertes par d'autres organisations (11 %) que les femmes (8 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 5 173)	ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/SK (n = 1 004)	AB/C.-B. (n = 1 005)	YK/T.N.-O. NU (n = 150)	16-24 (n = 542)	25-34 (n = 622)	35-44 (n = 891)	45-54 (n = 1 048)	55-64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Oui	9 %	11 %	5 %	11 %	9 %	11 %	20 %	12 %	13 %	9 %	8 %	5 %	9 %	11 %	8 %
Non	91 %	89 %	95 %	89 %	91 %	89 %	80 %	88 %	87 %	91 %	92 %	95 %	91 %	89 %	92 %

Q8 : Avez-vous assisté ou participé aux programmes virtuels de la fête du Canada offerts par d'autres organisations, comme les municipalités, les gouvernements provinciaux, les musées et d'autres organisations privées? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Degré de fierté ressentie envers le patrimoine canadien

Nous avons évalué le degré de fierté que ressentent les répondants à l'égard de leur patrimoine canadien en leur demandant plus précisément s'ils étaient fiers d'être Canadiens.

Neuf répondants sur dix (90 %) ont affirmé être au moins *plutôt fiers* d'être Canadiens, tandis que plus de la moitié des répondants (51 %) ont dit être *très fiers* d'être Canadiens.

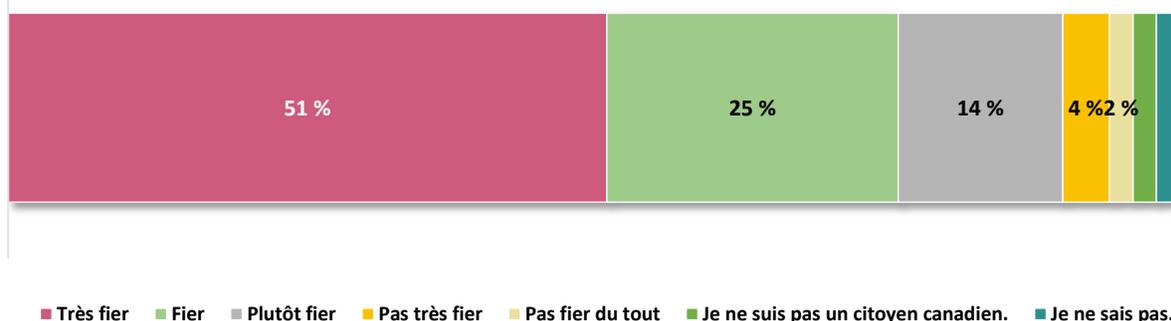
Certaines différences régionales ont été constatées.

- Les répondants du Québec étaient plus susceptibles de déclarer se sentir *pas très fiers* ou *pas fiers du tout* que ceux du reste du Canada (13 % par rapport à 4 %).
- En comparaison, les répondants du reste du Canada étaient plus susceptibles de se sentir *très fiers* d'être Canadiens que ceux du Québec (57 % par rapport à 30 %).

D'autres différences sont ressorties en fonction des groupes ethniques.

- Les répondants non racisés (53 %) étaient plus susceptibles de déclarer se sentir *très fiers* d'être Canadiens que les répondants racisés (46 %) et autochtones (38 %).
- Les répondants autochtones (21 %) étaient plus susceptibles de déclarer se sentir *pas très fiers* ou *pas fiers du tout* d'être Canadiens que les répondants non racisés (6 %) et les répondants racisés (3 %).

Degré de fierté ressentie envers le patrimoine canadien



Q10 : Êtes-vous fier d'être Canadien? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Certaines différences démographiques ont été relevées.

- De manière générale, les répondants plus âgés étaient plus susceptibles de se dire au moins *plutôt fiers* que les répondants plus jeunes.
- Plus précisément, les répondants âgés de 35 ans et plus étaient plus susceptibles de se sentir *très fiers* que ceux âgés de 16 à 34 ans (55 % par rapport à 41 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles de déclarer se sentir au moins *plutôt fières* d'être Canadiennes (92 %) que les hommes (88 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL	ATL	QC	ON	MB/SK	AB/C.-B.	YK/T.N.-O. NU	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	M	F
	(n = 5 173)	(n = 1 004)	(n = 1 001)	(n = 1 009)	(n = 1 004)	(n = 1 005)	(n = 150)	(n = 542)	(n = 622)	(n = 891)	(n = 1 048)	(n = 950)	(n = 1 120)	(n = 2 478)	(n = 2 669)
Très fier	51 %	62 %	30 %	58 %	54 %	55 %	56 %	38 %	44 %	46 %	56 %	55 %	60 %	50 %	52 %
Fier	25 %	24 %	22 %	27 %	27 %	26 %	20 %	34 %	28 %	28 %	22 %	22 %	22 %	24 %	26 %
Plutôt fier	14 %	6 %	29 %	8 %	11 %	10 %	15 %	15 %	16 %	15 %	12 %	14 %	11 %	14 %	14 %
Pas très fier	4 %	3 %	8 %	2 %	2 %	4 %	1 %	4 %	3 %	4 %	4 %	4 %	4 %	5 %	3 %
Pas du tout fier	2 %	1 %	5 %	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	3 %	2 %	3 %	2 %	3 %	1 %
Je ne suis pas un citoyen canadien	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %	5 %	5 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Ne sait pas	2 %	1 %	4 %	1 %	1 %	1 %	4 %	2 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	2 %
TROIS MEILLEURS RÉSULTATS	90 %	92 %	81 %	94 %	92 %	91 %	91 %	87 %	88 %	89 %	91 %	90 %	93 %	88 %	92 %
DEUX PIRES RÉSULTATS	6 %	4 %	13 %	3 %	4 %	6 %	2 %	6 %	5 %	7 %	6 %	8 %	6 %	8 %	4 %

Q10 : Êtes-vous fier d'être Canadien? Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Ensuite, nous avons demandé aux répondants qui se disaient au moins *plutôt fiers* d'être Canadiens pourquoi ils se sentaient ainsi.

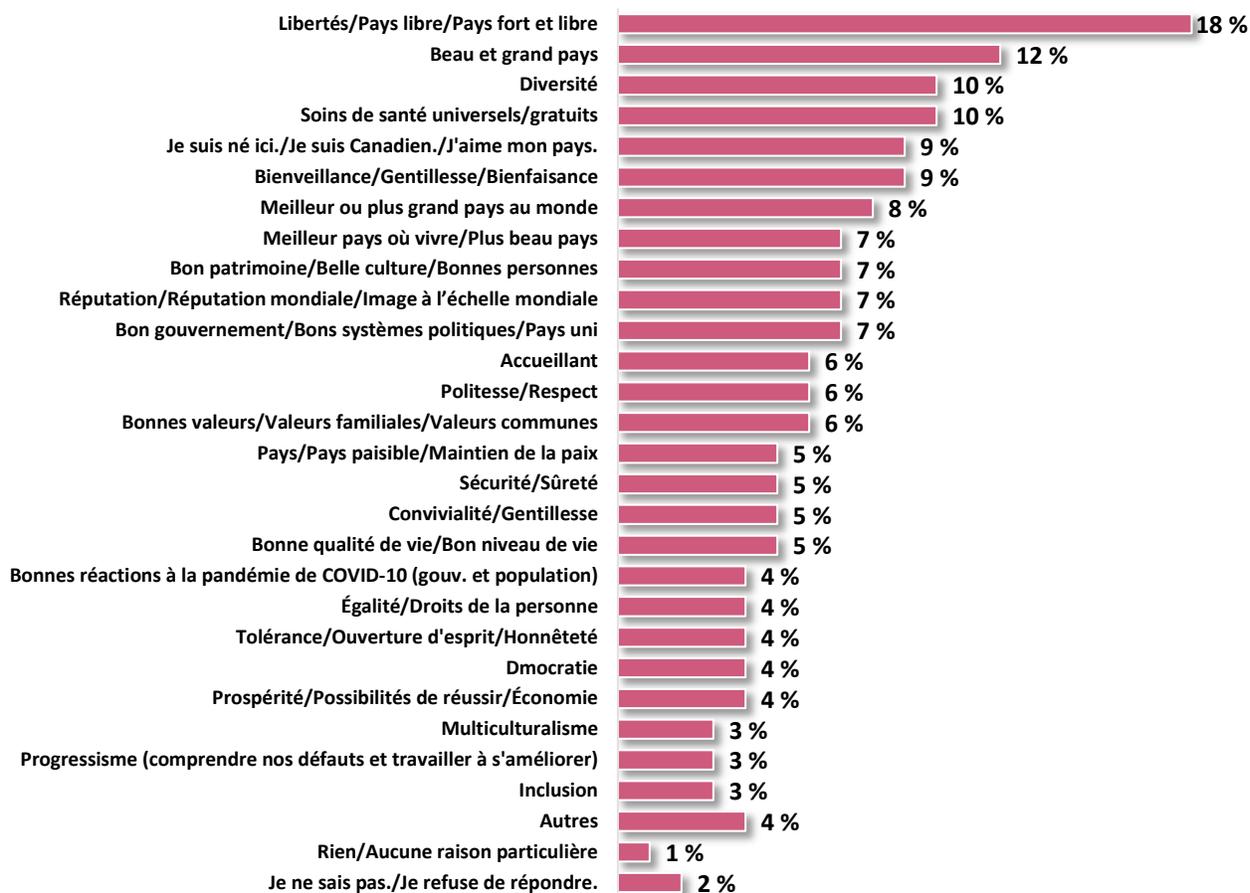
Près d'un répondant sur cinq (18 %) qui s'est dit au moins *plutôt fier* d'être Canadien a mentionné la liberté et la force comme sources de fierté.

Parmi les sources de fierté à l'égard du patrimoine canadien les plus souvent citées, on trouve notamment la beauté (12 %), la diversité (10 %), les soins de santé universels (10 %) et l'amour du pays où le répondant est né (9 %).

Certaines différences régionales ont été relevées.

- Les répondants du Québec se disant au moins *plutôt fiers* d'être Canadiens étaient moins susceptibles de citer la force et la liberté comme sources de fierté que ceux du reste du Canada, à l'exception de ceux du Nord du pays (15 % par rapport à 19 %).
- Les répondants du Québec étaient plus susceptibles de mentionner la beauté et la taille du pays comme sources de fierté que ceux vivant dans le reste du pays (19 % par rapport à 10 %).

Sources de la fierté canadienne



Réponses données par 2 % des répondants

- Bon système judiciaire/Bonnes lois/Bon système juridique (y compris l'armée et la police)
- Histoire et réalisations
- Tout sur le Canada/Tout ce que le Canada représente
- Bon système social/Bons programmes sociaux
- Mieux que d'autres pays
- Éducation
- Nature/Milieu sauvage/Faune et flore
- Environnement sain (air et eau)

Réponses données par 1 % des répondants

- Unité
- Communauté/Sentiment d'appartenance à la communauté
- Générosité/Bonté
- Hockey/Équipes sportives/Tim Hortons/Sirop d'érable/Érable/Poutine
- Ressources naturelles
- Joie et bonheur

Q11 : Pourquoi êtes-vous fier d'être Canadien? Base : Répondants étant au moins « plutôt fiers » d'être Canadiens (n=4 679).

Des différences ont été relevées entre les sous-groupes de répondants étant au moins *plutôt fiers* d'être Canadiens.

- Les répondants de 16 à 24 ans étaient moins susceptibles de citer la liberté et la force comme sources de fierté canadienne que les répondants plus âgés (13 % par rapport à 19 %).
- Les répondants de moins 65 ans étaient plus susceptibles de citer la diversité comme source de fierté que ceux ayant 65 ans et plus (12 % par rapport à 6 %).
- À l'inverse, davantage de répondants de plus de 55 ans ont cité le fait d'être nés au Canada comme source de fierté que ceux de 16 à 54 ans (13 % par rapport à 7 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles de citer la beauté du Canada (15 % par rapport à 9 %) et les soins de santé universels (13 % par rapport à 7 %) comme sources de fierté que les hommes.

	TOTAL (n = 4 679)	Région						Âge						Genre	
		ATL (n = 932)	QC (n = 818)	ON (n = 944)	MB/ SK (n = 931)	AB/ C.-B. (n = 917)	YK/ T.N.-O. NU (n = 137)	16- 24 (n = 480)	25- 34 (n = 541)	35- 44 (n = 793)	45- 54 (n = 954)	55- 64 (n = 868)	65+ (n = 1 043)	M (n = 2 197)	F (n = 2 464)
Libertés/Pays libre/Pays fort et libre	18 %	22 %	15 %	19 %	23 %	18 %	19 %	13 %	19 %	17 %	21 %	20 %	19 %	18 %	18 %
Beau et grand pays	12 %	10 %	19 %	11 %	11 %	10 %	8 %	12 %	11 %	11 %	12 %	13 %	13 %	9 %	15 %
Diversité	10 %	8 %	6 %	13 %	9 %	11 %	17 %	12 %	15 %	12 %	10 %	10 %	6 %	9 %	11 %
Soins de santé universels/gratuits	10 %	12 %	2 %	12 %	11 %	11 %	14 %	11 %	11 %	11 %	9 %	9 %	9 %	7 %	13 %
Je suis né ici./Je suis Canadien./C'est mon pays./J'aime mon pays.	9 %	8 %	14 %	7 %	10 %	9 %	11 %	6 %	6 %	6 %	9 %	12 %	14 %	9 %	10 %
Bienveillance/Gentillesse/Bienfaisance	9 %	10 %	3 %	11 %	7 %	11 %	7 %	10 %	8 %	9 %	9 %	9 %	9 %	7 %	11 %
Meilleur ou plus grand pays su monde	8 %	9 %	6 %	9 %	8 %	9 %	5 %	5 %	7 %	8 %	8 %	9 %	11 %	9 %	7 %
Meilleur pays où vivre/Plus beau pays	7 %	9 %	5 %	9 %	6 %	7 %	7 %	3 %	4 %	6 %	8 %	8 %	11 %	7 %	8 %
Bon patrimoine/Belle culture/Bonnes personnes	7 %	8 %	4 %	8 %	7 %	6 %	8 %	8 %	7 %	5 %	7 %	8 %	6 %	6 %	7 %
Réputation/Réputation	7 %	5 %	8 %	6 %	7 %	6 %	7 %	7 %	6 %	5 %	8 %	6 %	7 %	6 %	7 %

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 4 679)	ATL (n = 932)	QC (n = 818)	ON (n = 944)	MB/ SK (n = 931)	AB/ C.-B. (n = 917)	YK/ T.N.-O. NU (n = 137)	16- 24 (n = 480)	25- 34 (n = 541)	35- 44 (n = 793)	45- 54 (n = 954)	55- 64 (n = 868)	65+ (n = 1 043)	M (n = 2 197)	F (n = 2 464)
mondiale/Image à l'échelle mondiale															
Bon gouvernement/ Bon système politique/Pays uni/ Pays qui soutient ses citoyens	7 %	8 %	4 %	7 %	6 %	7 %	5 %	6 %	6 %	6 %	6 %	7 %	8 %	6 %	8 %
Accueillant	6 %	4 %	6 %	7 %	6 %	6 %	9 %	7 %	7 %	8 %	5 %	7 %	5 %	5 %	8 %
Politesse/Respect	6 %	6 %	6 %	6 %	3 %	5 %	4 %	7 %	5 %	5 %	6 %	6 %	5 %	5 %	6 %
Bonnes valeurs/ Valeurs familiales/ Valeurs communes	6 %	6 %	8 %	6 %	4 %	6 %	8 %	3 %	6 %	7 %	6 %	6 %	5 %	6 %	6 %
Paix/Pays paisible/Maintien de la paix	5 %	4 %	9 %	4 %	5 %	5 %	3 %	4 %	5 %	7 %	6 %	5 %	5 %	5 %	6 %
Sécurité/Sûreté	5 %	5 %	5 %	6 %	5 %	4 %	1 %	3 %	4 %	6 %	5 %	7 %	5 %	5 %	6 %
Convivialité/Gentillesse	5 %	6 %	1 %	5 %	6 %	6 %	3 %	9 %	5 %	4 %	6 %	3 %	2 %	3 %	6 %
Bonne qualité de vie/ Bon niveau de vie	5 %	4 %	8 %	3 %	4 %	4 %	3 %	5 %	4 %	3 %	5 %	4 %	6 %	4 %	5 %
Bonnes réactions à la pandémie de COVID-19 (gouvernement et population)	4 %	6 %	2 %	5 %	3 %	4 %	4 %	1 %	3 %	4 %	5 %	5 %	4 %	3 %	5 %
Égalité/Droits de la personne	4 %	4 %	6 %	3 %	3 %	3 %	6 %	4 %	6 %	4 %	4 %	3 %	3 %	4 %	4 %
Tolérance/Ouverture d'esprit/Honnêteté	4 %	3 %	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %	4 %	2 %	5 %	2 %	5 %	4 %	3 %	4 %
Démocratie	4 %	3 %	4 %	4 %	3 %	3 %	7 %	2 %	4 %	2 %	4 %	4 %	6 %	4 %	3 %
Prosperité/Possibilités de réussir/Économie	4 %	2 %	3 %	4 %	4 %	4 %	5 %	5 %	2 %	3 %	3 %	4 %	4 %	4 %	4 %
Multiculturalisme	3 %	2 %	2 %	4 %	3 %	5 %	7 %	4 %	4 %	3 %	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %
Progressisme (comprendre nos défauts et travailler à s'améliorer)	3 %	3 %	2 %	3 %	5 %	4 %	5 %	5 %	4 %	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %	3 %
Inclusion	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %	2 %	5 %	3 %	3 %	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %
Bon système judiciaire/Bonnes lois/Bon système juridique (y compris l'armée et la police)	2 %	3 %	3 %	2 %	2 %	2 %	4 %	4 %	1 %	2 %	2 %	4 %	3 %	3 %	2 %
Histoire/Réalisations	2 %	2 %	1 %	3 %	3 %	2 %	6 %	4 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %
Tout/Tout sur le Canada/Tout ce que le Canada représente	2 %	2 %	< 1 %	2 %	3 %	2 %	3 %	3 %	3 %	3 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Bon système social/Bons programmes sociaux	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	6 %	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Mieux que d'autres pays	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	–	4 %	1 %	1 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %
Éducation	2 %	2 %	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	3 %	1 %	1 %	2 %	1 %	3 %
Nature/Milieu sauvage/Faune et flore	2 %	2 %	1 %	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %
Environnement sain (air et eau)	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %	1 %	2 %	2 %
Unité	1 %	2 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Communauté/ Sentiment d'appartenance à la communauté	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 4 679)	ATL (n = 932)	QC (n = 818)	ON (n = 944)	MB/ SK (n = 931)	AB/ C.-B. (n = 917)	YK/ T.N.-O. NU (n = 137)	16- 24 (n = 480)	25- 34 (n = 541)	35- 44 (n = 793)	45- 54 (n = 954)	55- 64 (n = 868)	65+ (n = 1 043)	M (n = 2 197)	F (n = 2 464)
Générosité/Bonté	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Hockey/Équipes sportives/Tim Hortons/Sirop d'érable/Érable/Poutine	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	2 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	2 %	1 %
Ressources naturelles	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Joie/Bonheur	1 %	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	–	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Autre	4 %	2 %	5 %	3 %	4 %	4 %	4 %	2 %	4 %	3 %	4 %	5 %	4 %	4 %	
Rien/Aucune raison particulière	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %	
Je ne sais pas./Je refuse de répondre.	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	3 %	4 %	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %	2 %	2 %	

Q11 : Pourquoi êtes-vous fier d'être Canadien? Base : Répondants étant au moins « plutôt fiers » d'être Canadiens (n=4 679).

Des différences ont été constatées selon les groupes ethniques.

- Les répondants autochtones étaient plus susceptibles de faire référence à l'histoire et aux réalisations (11 %) comme source de fierté à l'égard du Canada que les répondants non racisés et racisés (2 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de citer la diversité (16 %) comme source de fierté à l'égard du Canada que les répondants non racisés (9 %).

Utilisation des médias sociaux

Nous avons demandé aux répondants d'indiquer les plateformes de médias sociaux qu'ils utilisent au moins une fois par mois.

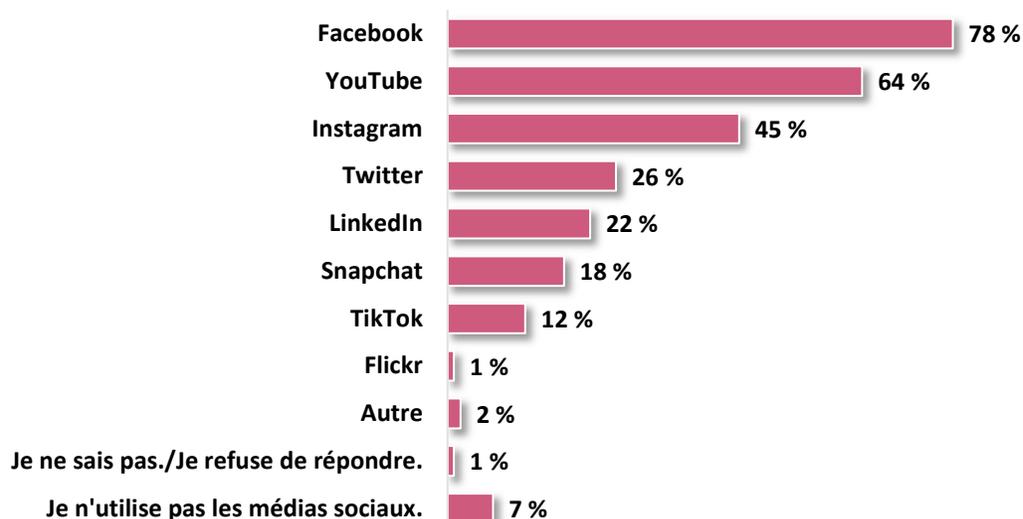
Près de quatre personnes sondées sur cinq (78 %) ont dit utiliser Facebook, le média social le plus populaire, au moins une fois par mois.

Les répondants ont mentionné de nombreux médias sociaux qu'ils utilisent au moins une fois par mois, notamment YouTube (64 %), Instagram (45 %), Twitter (26 %) et LinkedIn (22 %).

Des différences démographiques ont été relevées parmi les répondants n'utilisant pas les médias sociaux.

- Moins d'un répondant sur dix (7 %) a affirmé ne pas utiliser les médias sociaux.
- Les répondants de plus de 65 ans étaient plus nombreux que ceux de tous les autres groupes d'âge (15 % par rapport à 5 %) à ne pas utiliser les médias sociaux au moins une fois par mois.
- Les répondants non racisés étaient plus nombreux à ne pas utiliser les médias sociaux (8 %) que les répondants autochtones (4 %) et racisés (3 %).

Utilisation des médias sociaux



Q12a : Lesquels de ces médias sociaux utilisez-vous au moins une fois par mois? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Des différences démographiques sont ressorties en fonction des médias sociaux utilisés.

- Les répondants de 16 à 24 ans ont été plus nombreux à affirmer utiliser des médias sociaux autres que Facebook et LinkedIn que ceux des autres groupes d'âge.
- Exception faite de Facebook et de LinkedIn, à mesure que l'âge des répondants augmentait, l'utilisation des médias sociaux diminuait comparativement aux répondants plus jeunes. L'utilisation de Facebook et de LinkedIn par les répondants de 16 à 24 ans est faible et comparable à celle constatée chez les répondants de plus de 65 ans. L'utilisation est plus élevée chez les répondants de 25 à 34 ans, puis diminue avec l'âge.
- Les femmes ont été plus nombreuses que les hommes à dire utiliser régulièrement Facebook (83 % par rapport à 72 %), Instagram (50 % par rapport à 38 %), SnapChat (21 % par rapport à 15 %) et TikTok (15 % par rapport à 9 %), tandis que les hommes étaient plus nombreux à utiliser YouTube (66 % par rapport à 62 %), Twitter (29 % par rapport à 23 %) et LinkedIn (25 % par rapport à 19 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 5 173)	ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
Facebook	78 %	83 %	84 %	76 %	74 %	74 %	77 %	76 %	85 %	82 %	78 %	73 %	73 %	72 %	83 %
YouTube	64 %	65 %	60 %	66 %	62 %	64 %	67 %	82 %	70 %	69 %	64 %	59 %	49 %	66 %	62 %
Instagram	45 %	40 %	37 %	49 %	50 %	44 %	42 %	84 %	70 %	49 %	39 %	27 %	15 %	38 %	50 %
Twitter	26 %	32 %	15 %	31 %	26 %	26 %	29 %	34 %	29 %	29 %	32 %	25 %	12 %	29 %	23 %
LinkedIn	22 %	16 %	18 %	26 %	15 %	22 %	23 %	16 %	30 %	27 %	26 %	20 %	13 %	25 %	19 %
Snapchat	18 %	20 %	17 %	19 %	24 %	17 %	17 %	67 %	35 %	11 %	9 %	3 %	1 %	15 %	21 %

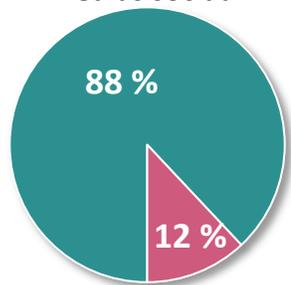
	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 5 173)	ATL (n = 1 004)	QC (n = 1 001)	ON (n = 1 009)	MB/ SK (n = 1 004)	AB/ C.-B. (n = 1 005)	YK/ T.N.-O. NU (n = 150)	16- 24 (n = 542)	25- 34 (n = 622)	35- 44 (n = 891)	45- 54 (n = 1 048)	55- 64 (n = 950)	65+ (n = 1 120)	M (n = 2 478)	F (n = 2 669)
TikTok	12 %	12 %	13 %	12 %	12 %	12 %	11 %	45 %	18 %	10 %	8 %	3 %	1 %	9 %	15 %
Flickr	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
Autre	2 %	2 %	1 %	2 %	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Je ne sais pas./Je refuse de répondre.	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Je n'utilise pas les médias sociaux.	7 %	5 %	6 %	7 %	8 %	9 %	10 %	2 %	2 %	3 %	6 %	11 %	15 %	8 %	6 %

Q12a : Lesquels de ces médias sociaux utilisez-vous au moins une fois par mois? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.) Base : Tous les répondants (n = 5 173).

Des différences sont également ressorties selon les groupes ethniques.

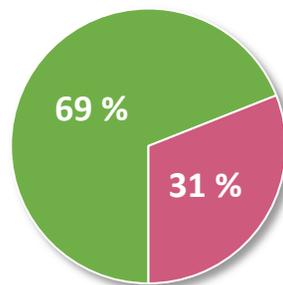
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles que les répondants non racisés d'utiliser tous les médias sociaux autres que Facebook.
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles de dire utiliser régulièrement Instagram (60 %) que les répondants autochtones (48 %) et non racisés (41 %).
- De même, les répondants racisés étaient plus susceptibles d'utiliser LinkedIn (31 %) que les répondants non racisés (19 %) et autochtones (16 %).

Proportion des répondants ayant partagé leur expérience de la fête du Canada sur les médias sociaux



■ Non ■ Oui

Proportion des répondants ayant utilisé le mot-clic #FêteDuCanada ou #CanadaDay



■ Non ■ Oui

Q12b : Avez-vous partagé votre expérience de la fête du Canada dans les médias sociaux? Base : Répondants utilisant les médias sociaux (n = 4 778). Q12c : Avez-vous utilisé le mot-clic #FêteDuCanada ou #CanadaDay? Base : Répondants ayant partagé leur expérience de la fête du Canada dans les médias sociaux et utilisant Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ou YouTube (n = 541).

Communication de l'expérience sur les médias sociaux

Un peu plus d'un répondant sur dix (12 %), parmi ceux qui utilisent au moins un média social, a parlé de son expérience de la fête du Canada sur les médias sociaux.

Diverses différences démographiques ont été relevées.

- Selon la tendance générale, plus les répondants sont âgés, moins ils étaient susceptibles d'avoir parlé de leur expérience de la fête du Canada sur les médias sociaux.
- Plus précisément, les répondants de 16 à 34 ans étaient plus susceptibles d'avoir parlé de leur expérience sur les médias sociaux que ceux plus âgés (19 % par rapport à 9 %).
- Les répondants du Québec étaient moins susceptibles d'avoir parlé de leur expérience de la fête du Canada que ceux du reste du Canada (6 % par rapport à 14 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d'avoir parlé de leur expérience de la fête du Canada sur les médias sociaux (21 %) que les répondants non racisés et autochtones (10 %).

Utilisation du mot-clic #FêteduCanada

Près d'un répondant sur trois (31 %) ayant parlé de son expérience de la fête du Canada sur Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ou YouTube l'a fait en utilisant le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay.

Certaines différences démographiques ont été constatées.

- Les répondants de 65 ans et plus étaient moins susceptibles d'avoir parlé de leur expérience en utilisant l'un ou l'autre des mots-clics que les plus jeunes (3 % par rapport à 34 %).
- Les répondants du Québec étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay (47 %) que ceux de l'Ontario (29 %), des Prairies (27 %) et de l'Atlantique (18 %).
- Les hommes étaient plus susceptibles d'avoir parlé de leur expérience de la fête du Canada en utilisant le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay (42 %) que les femmes (22 %).
- Les répondants racisés étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay (44 %) que les répondants non racisés (22 %).

	Région							Âge						Genre	
	TOTAL (n = 4 778)	ATL (n = 948)	QC (n = 943)	ON (n = 945)	MB/ SK (n = 905)	AB/ C.-B. (n = 903)	YK/ T.N.-O. NU (n = 134)	16- 24 (n = 538)	25- 34 (n = 608)	35- 44 (n = 857)	45- 54 (n = 982)	55- 64 (n = 845)	65+ (n = 948)	M (n = 2 237)	F (n = 2 518)
Oui	12 %	13 %	6 %	16 %	13 %	14 %	16 %	16 %	21 %	13 %	10 %	8 %	7 %	12 %	12 %
Non	88 %	87 %	94 %	84 %	87 %	86 %	84 %	84 %	79 %	87 %	90 %	92 %	93 %	88 %	88 %

Q12b : Avez-vous partagé votre expérience de la fête du Canada dans les médias sociaux? Base : Répondants utilisant les médias sociaux (n = 4 778).

	Région							Âge						Sexe	
	TOTAL (n = 541)	ATL (n = 121)	QC (n = 48)	ON (n = 142)	MB/ SK (n = 99)	AB/ C.-B. (n = 108)	YK/ T.N.-O. NU (n = 23)	16- 24 (n = 75)	25- 34 (n = 126)	35- 44 (n = 110)	45- 54 (n = 88)	55- 64 (n = 71)	65+ (n = 71)	M (n = 223)	F (n = 305)
Oui	31 %	18 %	47 %	29 %	27 %	33 %	13 %	33 %	43 %	40 %	20 %	24 %	3 %	42 %	22 %
Non	69 %	82 %	53 %	71 %	73 %	67 %	87 %	67 %	57 %	60 %	80 %	76 %	97 %	58 %	78 %

Q12c : Avez-vous utilisé le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay? Base : Répondants ayant partagé leur expérience de la fête du Canada dans les médias sociaux et utilisant Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ou YouTube (n = 541).

Méthodologie

Les conclusions du présent rapport s'appuient sur un échantillon non probabiliste, les répondants s'étant portés volontaires pour participer au sondage du gouvernement du Canada dans le cadre d'une consultation en ligne. Les données ont fait l'objet d'une pondération afin de représenter la répartition démographique de la population canadienne. De plus, comme les répondants se sont portés volontaires pour participer à la consultation en ligne, il est impossible d'établir une estimation de l'erreur d'échantillonnage. Tous nos travaux de recherche ont été menés conformément aux normes professionnelles imposées par les Normes pour la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

- L'enquête consiste en un sondage national en ligne auprès de Canadiens de 16 ans et plus. Les répondants ont été invités à y participer au moyen d'une consultation en ligne.
- Quorus a collaboré avec l'équipe du client à Patrimoine canadien pour concevoir l'instrument d'enquête en anglais, puis a fait traduire en français la version anglaise approuvée par le client.
- Les personnes interrogées, qui avaient le choix de répondre au sondage en français ou en anglais, ont été informées de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information*.
- Le sondage, d'environ 10 minutes, était essentiellement composé de questions fermées.
- La collecte de données, qui s'est déroulée du 2 au 16 juillet 2020, comportait un essai préliminaire auprès de 11 répondants anglophones et de 10 répondants francophones. Celui-ci a permis d'évaluer le déroulement du sondage, la compréhension et le libellé des questions dans les deux langues, l'intégrité des données et, surtout, la durée du sondage.
- Au total, 5 173 questionnaires ont été remplis selon une approche d'échantillonnage aléatoire stratifié au sein du groupe de consultation en ligne composé de ménages canadiens. Pour cette étude, nous avons établi des quotas par province afin de générer suffisamment de données régionales pour parvenir à une analyse solide. Nous avons contrôlé les données afin de viser une répartition 50/50 entre les genres dans chaque province et pour faire en sorte qu'aucun groupe d'âge ne soit sous-représenté. La marge d'erreur équivalente pour une étude de probabilité serait de +/-1,36 %.
- Nous avons pondéré les données par région, par genre et par groupe d'âge afin de nous assurer que les distributions finales au sein de l'échantillon ultime reflètent celles de la population canadienne selon les données du dernier recensement.

Notre rapport compare les résultats significatifs parmi les principaux sous-groupes démographiques (région, âge et genre). Des résultats significatifs par origine ethnique ont été inclus lorsque la situation s'y prêtait, mais ces données n'apparaissent pas dans les tableaux en raison du manque d'espace. Pour les besoins de l'étude, les répondants non racisés sont ceux qui se sont identifiés comme Canadiens ou comme personnes blanches. Les répondants racisés sont ceux qui se sont identifiés à un ou plusieurs groupes ethniques.

Annexes

Portrait des répondants

Nous avons posé plusieurs questions aux participants pour obtenir des données démographiques à leur sujet, ce qui nous a permis de dresser leur portrait, de pondérer les données et de faire en sorte que les résultats soient représentatifs de la population.

Segment	Non pondéré (n = 5 173)	Pondéré (n = 5 173)	Segment	Non pondéré (n = 5 173)	Pondéré (n = 5 173)
Région			Langue		
Terre-Neuve-et-Labrador	4 %	2 %	Français	23 %	26 %
Nouvelle-Écosse	8 %	3 %	Anglais	76 %	72 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	<1 %	Langue autochtone	<1 %	<1 %
Nouveau-Brunswick	6 %	2 %	Autre	6 %	7 %
Québec	19 %	23 %	Préfère ne pas répondre	<1 %	<1 %
Ontario	20 %	38 %	Handicap		
Manitoba	11 %	4 %	Oui	16 %	15 %
Saskatchewan	8 %	3 %	Non	84 %	85 %
Alberta	9 %	11 %	Origine ethnique		
Colombie-Britannique	10 %	14 %	Autochtone	3 %	2 %
Yukon	1 %	<1 %	Asiatique du Sud (Indien, Pakistanais ou Sri Lankais, p. ex.)	4 %	5 %
Nunavut	1 %	<1 %	Chinois	4 %	6 %
Territoires du Nord-Ouest	1 %	<1 %	Noir	2 %	2 %
Âge			Philippin	1 %	1 %
16 à 24	11 %	12 %	Arabe	1 %	1 %
25 à 34	12 %	17 %	Latino-Américain	1 %	1 %
35 à 44	17 %	16 %	Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Laotien ou Thaïlandais, p. ex.)	1 %	1 %
45 à 54	20 %	17 %	Asiatique occidentale (Iranien ou Afghan, p. ex.)	<1 %	<1 %
55 à 64	18 %	17 %	Coréen	<1 %	<1 %
65 à 74	16 %	15 %	Japonais	1 %	1 %
75 et plus	6 %	5 %	Blanc	80 %	76 %
Genre			Autre	2 %	4 %
Homme	48 %	48 %	Préfère ne pas répondre	2 %	2 %
Femme	52 %	51 %	Revenus		
Autre identité de genre	<1 %	<1 %	Moins de 20 000 \$	6 %	6 %
Préfère ne pas répondre	<1 %	<1 %	De 20 000 \$ à 39 999 \$	13 %	13 %
Enfants vivant à la maison			De 40 000 \$ à 59 999 \$	15 %	15 %
Enfants de 12 ans et moins	17 %	17 %	De 60 000 \$ à 79 999 \$	13 %	13 %
Enfants de 13 à 17 ans	13 %	13 %	De 80 000 \$ à 99 999 \$	13 %	13 %
Pas d'enfants de moins de 18 ans vivant avec moi	70 %	69 %	De 100 000 \$ à 149 999 \$	17 %	17 %
Préfère ne pas répondre	3 %	3 %	150 000 \$ ou plus	10 %	9 %
Moyenne d'enfants de 12 ans et moins	1,55	1,55	Préfère ne pas répondre	13 %	13 %
Moyenne d'enfants de 13 à 17 ans	1,31	1,31			

Questionnaire

Nous vous remercions de votre participation au présent sondage sur la fête du Canada réalisé par le groupe-conseil Quorus, une firme canadienne spécialisée dans les études de marché, au nom du gouvernement du Canada. Vos commentaires sont importants, peu importe ce que vous avez fait pour souligner l'occasion. Le sondage dure environ 10 minutes.

Vous êtes libre de participer et tous vos commentaires demeureront confidentiels. Les renseignements que vous nous fournirez seront traités conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*. Il sera possible de consulter le rapport final à Bibliothèque et Archives Canada.

REMARQUE : Dans le présent sondage, l'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire.

You can also complete the survey in English.

PROV. Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Terre-Neuve-et-Labrador	1
Nouvelle-Écosse	2
Île-du-Prince-Édouard	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon	11
Nunavut	12
Territoires du Nord-Ouest	13
Je ne sais pas. / Je préfère ne pas répondre.	99

AGE. Veuillez indiquer à laquelle des catégories d'âge suivantes vous appartenez :

De 16 à 24 ans	1
De 25 à 34 ans	2
De 35 à 44 ans	3
De 45 à 54 ans	4
De 55 à 64 ans	5
De 65 à 74 ans	6
De 75 ans et plus	7
Je préfère ne pas répondre.	9

GENDER. De quel genre êtes-vous?

Masculin	1
Féminin	2
Diversité de genre	3
Je préfère ne pas répondre.	9

1a. Cette année, diverses programmations de la fête du Canada présentées par le gouvernement du Canada ont eu lieu « virtuellement » sur le Web, à la télévision et en continu sur plusieurs plateformes de médias sociaux. Au cours des dernières semaines, avez-vous vous, lu ou entendu de la publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations de la fête du Canada de 2020?

- | | |
|--------------------------------|---|
| Oui | 1 |
| Non [Go to 2a] | 2 |

1b. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des célébrations virtuelles de la fête du Canada de 2020? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.)

[\[Randomize the order of response choices 1 to 13\]](#)

- | | |
|--|----|
| Site Internet (général) | 1 |
| Magazines | 2 |
| Journal quotidien | 3 |
| Journal communautaire ou hebdomadaire | 4 |
| Panneaux publicitaires extérieurs | 5 |
| Radio | 6 |
| Télévision | 7 |
| Facebook | 8 |
| Twitter | 9 |
| YouTube | 10 |
| Instagram | 11 |
| Recherche sur Google | 12 |
| Site Web du gouvernement du Canada | 13 |
| Autre (veuillez préciser) : _____ | 77 |
| Je ne me rappelle pas. | 98 |
| Je ne sais pas. / Je refuse de répondre. | 99 |

2a. Avez-vous fait des recherches pour obtenir de l'information sur la façon et l'endroit où célébrer la fête du Canada cette année?

- | | |
|--------------------------------|---|
| Oui | 1 |
| Non [Go to 3a] | 2 |

2b. Quelles sources avez-vous consultées pour trouver de l'information sur la fête du Canada cette année? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.)

[Randomize the order of response choices 1 to 14]

Site Internet (général)	1
Magazines	2
Journal quotidien	3
Journal communautaire ou hebdomadaire	4
Panneaux publicitaires extérieurs	5
Radio	6
Télévision	7
Facebook	8
Twitter	9
YouTube	10
Instagram	11
TikTok	12
Recherche sur Google	13
Site Web du gouvernement du Canada	14
Autre (veuillez préciser) : _____	77
Je ne me rappelle pas.	98
Je ne sais pas. / Je refuse de répondre.	99

3a. Avez-vous célébré la fête du Canada cette année?

Oui [Go to 4a]	1
Non	2

3b. Quelle est la principale raison pour laquelle vous n'avez pas célébré la fête du Canada cette année?

[Open Text Box Field]

Je ne sais pas. / Je préfère ne pas répondre	99
--	----

4a. Veuillez indiquer si vous avez assisté ou participé à ces programmations spéciales du gouvernement du Canada. (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.)

Émission virtuelle de jour de la fête du Canada sur les plateformes de CBC/Radio-Canada	1
Émission virtuelle de jour de la fête du Canada dans les médias sociaux (p. ex., YouTube, Facebook, Instagram)	2
Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada sur les plateformes de CBC/Radio-Canada	3
Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada dans les médias sociaux (p. ex., YouTube, Facebook, Instagram)	4
Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web (Cuisinons Ensemble!; Bougeons Ensemble!; Innovons Ensemble!; Découvrons Ensemble; et Célébrons Ensemble!)	5
Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada	6
Aucune de ces réponses [Go to Q5a]	9

4b. Pour chaque élément spécifique du programme de la fête du Canada que vous avez regardé ou auquel vous avez participé, comment votre niveau de fierté à l'égard du Canada a-t-il changé, si tel est le cas ?

[Display items selected in 4a]

- a) Émission virtuelle de jour de la fête du Canada (à la télévision de CBC/Radio-Canada ou en ligne)
- b) Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (à la télévision de CBC/Radio-Canada ou en ligne)
- c) Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web (Cuisinons Ensemble!; Bougeons Ensemble!; Innovons Ensemble!; Découvrons Ensemble; et Célébrons Ensemble!)
- d) Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada

a beaucoup augmenté	1
a modérément augmenté	2
a un peu augmenté	3
n'a pas changé, je ne suis ni plus fier ni moins fier	4
a un peu diminué	5
a modérément diminué	6
a beaucoup diminué	7
Je ne sais pas.	9

4c. Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction envers la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada à laquelle vous avez assisté ou participé.

Remarque: Pour des renseignements supplémentaires, placer le curseur de la souris sur chacun des éléments.

[Display items selected in 4a] [Text in brackets to show when respondent hovers over each item]

- a) Émission virtuelle de jour de la fête du Canada (à la télévision de CBC/Radio-Canada ou en ligne)
- b) Émission virtuelle en soirée de la fête du Canada (à la télévision de CBC/Radio-Canada ou en ligne)
- c) Vidéos spéciales de la fête du Canada sur le Web (Cuisinons Ensemble!; Bougeons Ensemble!; Innovons Ensemble!; Découvrons Ensemble; et Célébrons Ensemble!)
- d) Feux d'artifice virtuels de la fête du Canada

Très satisfait	1
Plutôt satisfait	2
Ni satisfait ni insatisfait	3
Plutôt insatisfait	4
Très insatisfait	5
Je ne sais pas.	9

4d. Quels sont les autres sentiments que vous a inspirés la programmation de la fête du Canada à laquelle vous avez assisté ? Veuillez sélectionner d'une à trois réponses dans la liste ci-dessous. (Sélectionnez jusqu'à trois réponses.)

[Randomly present response choice 1 to 12]

Joie	1
Colère	2
Divertissement	3
Ennui	4
Fierté	5
Honte	6
Inspiration	7
Indifférence	8
Satisfaction	9
Insatisfaction	10
Sentiment d'être bien représenté	11
Sentiment d'être ignoré	12
Aucune de ces réponses	88
Je ne sais pas.	99

5a. Veuillez indiquer si vous avez utilisé l'un des outils suivants offerts gratuitement par le gouvernement du Canada dans le cadre de la fête du Canada.

Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne	1
Listes de musique de la fête du Canada	2
Je n'ai utilisé aucun de ces outils gratuits. [Go to Q6]	9

5b. Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction à l'égard des outils de la fête du Canada que vous avez utilisés et qui étaient offerts gratuitement.

[Display items selected in 5a]

- a) Trousse de célébration de la fête du Canada offerte en ligne
- b) Listes de musique de la fête du Canada

Très satisfait	1
Plutôt satisfait	2
Ni satisfait ni insatisfait	3
Plutôt insatisfait	4
Très insatisfait	5
Je ne sais pas.	9

[SKIP Q6 IF Q1a="NO" AND Q4a="None of the above" AND Q5a="Did not use any of these free tools"]

6. Plusieurs commanditaires et partenaires ont contribué à organiser cet événement. Quels sont ceux que vous vous rappelez avoir vus ou dont vous vous souvenez avoir entendu parler durant la programmation de la fête du Canada présentée par le gouvernement du Canada ?

[Open Text Box Field]

Je ne me rappelle aucun des commanditaires.	99
---	----

7. Pour la première fois cette année, le gouvernement du Canada a mis au point de nouvelles façons de célébrer la fête du Canada à la maison. Que pourrait-il faire pour améliorer les célébrations virtuelles à l'avenir ?

[Open Text Box Field]

Je ne sais pas. / Je préfère ne pas répondre 99

8. Avez-vous assisté ou participé aux programmes virtuels de la fête du Canada offerts par d'autres organisations, comme les municipalités, les gouvernements provinciaux, les musées et d'autres organisations privées ?

Oui 1
Non 2

9. Avez-vous célébré la fête du Canada autrement ? Dans ce cas, veuillez fournir une brève description de ce que vous avez fait.

[Open Text Box Field]

Non – n'ai pas célébré la fête du Canada autrement 99

10. Êtes-vous fier d'être Canadien ?

Très fier 1
Fier 2
Plutôt fier 3
Pas très fier [Go to Q12a] 4
Pas fier du tout [Go to Q12a] 5

Je ne suis pas un citoyen canadien. [Go to Q12a] 6
Je ne sais pas. [Go to Q12a] 9

11. Pourquoi êtes-vous fier d'être Canadien ?

[Open Text Box Field]

12a. Parmi les médias sociaux suivants, quels sont ceux que vous utilisez au moins une fois par mois? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.)

Facebook 1
Twitter 2
Instagram 3
Tik Tok 4
LinkedIn 5
Snapchat 6
Flickr 7
YouTube 8
Autre (veuillez préciser) : _____ 77
Je n'utilise pas les médias sociaux. 99 [Exclusive]

12b. [Asked only to those that use social media channels.] Avez-vous partagé votre expérience de la fête du Canada dans les médias sociaux ?

Oui	1
Non	2

12c. [Asked only to those that shared Canada Day experience on social media in Q12b, and selected Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, or Youtube in Q12a] Avez-vous utilisé le mot-clic #FêteduCanada ou #CanadaDay ?

Oui	1
Non	2

Les dernières questions sont à des fins statistiques uniquement. Toutes vos réponses demeureront confidentielles.

13. Quel est votre code postal ?

[Open Text Box Field]

Je préfère ne pas répondre.	99
-----------------------------	----

14. Seriez-vous prêt à partager uniquement les 3 premiers chiffres de votre code postal à la place ?

[Open Text Box Field]

Je préfère ne pas répondre.	99
-----------------------------	----

15. Quelle(s) langue(s) parlez-vous le plus souvent à la maison ? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.)

Français	1
Anglais	2
Langue autochtone	3
Autre	8
Je préfère ne pas répondre.	9

16. Vous identifiez-vous comme une personne ayant un handicap? Une personne ayant un handicap est une personne qui a une difficulté ou une condition à long terme liée à la vision, l'ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou des troubles liés à la santé mentale qui limite ses activités à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile, comme à l'école, au travail ou dans la communauté en général.

Oui	1
Non	2

17. La prochaine question vise à recueillir de l'information conformément à la Loi sur l'équité en matière d'emploi et de ses règlements, ainsi que les lignes directrices visant à appuyer les programmes qui promeuvent l'égalité des chances pour tous de participer à la vie sociale, culturelle et économique du Canada.

Êtes-vous... ?

Autochtone	1
Sud-Asiatique (par exemple, Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais)	2
Chinois	3
Noir	4
Philippin	5
Arabe	6
Latino-Américain	7
Asiatique du Sud-Est (par exemple, Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais)	8
Asiatique de l'Ouest (par exemple, Iranien, Afghan)	9
Coréen	10
Japonais	11
Blanc	12
Autre (veuillez préciser) : _____	77
Je préfère ne pas répondre.	99

18. Veuillez préciser le nombre d'enfants qui se situent dans les catégories d'âge suivantes et qui vivent à la maison avec vous:

Nombre d'enfants de 12 ans et moins	_____
Nombre d'enfants de 13 à 17 ans	_____
Je n'ai pas d'enfant de moins de 18 ans à la maison.	88
Je préfère ne pas répondre.	99

19. Laquelle de ces catégories décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage en 2019, c'est-à-dire les revenus combinés de tous les membres de votre ménage, avant impôts ?

Moins de 20 000 \$	1
20 000 \$ à 39 999 \$	2
40 000 \$ à 59 999 \$	3
60 000 \$ à 79 999 \$	4
80 000 \$ à 99 999 \$	5
100 000 \$ à 149 999 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Je préfère ne pas répondre.	9

PRETEST QUESTIONS [TO BE REMOVED AFTER COMPLETING PRETEST]:

Ceci termine le sondage. Ce sondage est un des tous premiers réalisés. S'il-vous-plaît, répondez aux questions suivantes pour nous aider à améliorer ce sondage.

P1. Dans l'ensemble, dans quelle mesure les questions du sondage étaient-elles faciles à comprendre? Veuillez utiliser une échelle de 0 à 10 où 0 signifie « très difficile » et 10, « très facile ».

P2. [IF P1 IS LESS THAN 8] Veuillez nous expliquer pourquoi vous avez donné cette note. Quels sont les mots ou les questions que vous avez eu de la difficulté à comprendre?

P3. Environ combien de temps vous a-t-il fallu pour remplir le sondage?

_____ minutes

Ceci termine le sondage. Nous avons bien reçu vos commentaires. Merci de votre participation!