



# Les perceptions au sujet de la programmation canadienne et des nouvelles

## Sommaire

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro de contrat : CW2374506

Date d'attribution du contrat : 23 septembre 2024

Valeur du contrat : 128 735,25 \$ (incluant les taxes applicables)

Date de présentation du rapport : 17 février 2025

Numéro d'enregistrement : POR 038-24

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, veuillez  
communiquer avec le CRTC à l'adresse [ROP-POR@crtc.gc.ca](mailto:ROP-POR@crtc.gc.ca).

This report is also available in English.

## **Les perceptions au sujet de la programmation canadienne et des nouvelles**

### **Rapport final**

Préparé pour le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro d'enregistrement : POR 038-24

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne de 10 minutes réalisé auprès de 1 226 Canadiens âgés de 16 ans et plus. Il présente en outre les résultats de 8 groupes de discussion en ligne, dont 4 ont été menés en anglais et 4 en français, auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le travail sur le terrain a eu lieu du 13 au 21 novembre 2024 (groupes de discussion en mode virtuel) et du 15 novembre au 5 décembre 2024 (sondage en ligne).

This publication is also available in English under the title: *Perceptions of Canadian Programming and News*.

### **Autorisation de reproduction**

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Une autorisation écrite du CRTC doit être obtenue au préalable. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le CRTC à l'adresse [ROP-POR@crtc.gc.ca](mailto:ROP-POR@crtc.gc.ca) ou à l'adresse suivante :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

1, promenade du Portage

Gatineau (Québec) J8X 4B1

**Numéro de catalogue** : BC92-138/2025F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-75420-8

**Publication connexe (numéro d'enregistrement : POR 038-24) :**

Numéro de catalogue : BC92-138/2025E-PDF

ISBN : 978-0-660-75419-2

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2025.

## Sommaire

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) de mener une recherche sur l'opinion publique (ROP) comprenant un volet quantitatif et un volet qualitatif afin de soutenir l'élaboration de nouvelles politiques à la suite de modifications apportées à la *Loi sur la radiodiffusion*.

### 1. Raison d'être et objectifs de la recherche

Cette recherche avait pour but de faire ressortir les points de vue et les attitudes de la population canadienne et des peuples autochtones à l'égard de la programmation audiovisuelle et des nouvelles (audiovisuelles et audio) canadiennes. Plus précisément, elle visait à déterminer ce qui suit : l'importance et la valeur de la programmation canadienne; la facilité d'accès à la programmation canadienne; les types d'émissions de nouvelles qui sont importants pour la population canadienne; les différences dans la disponibilité du contenu de nouvelles entre les milieux urbains et ruraux; et les points de vue sur la qualité et la diversité des nouvelles canadiennes.

### 2. Méthodologie

La recherche comprenait un sondage en ligne de 10 minutes, fondé sur un échantillonnage probabiliste, réalisé auprès de 1 226 Canadiens âgés de 16 ans et plus, ainsi que 8 groupes de discussion de 90 minutes menés en mode virtuel auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le sondage en ligne comprenait un suréchantillonnage de personnes vivant en milieu rural ou dans le Nord ainsi que de personnes vivant dans des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) anglophones ou francophones. Les populations cibles des groupes de discussion étaient celles vivant dans des CLOSM francophones et anglophones, les membres des groupes méritant l'équité, les Canadiens vivant en milieu rural et dans les territoires ainsi que les personnes vivant en milieu urbain. Un groupe distinct a été formé pour chaque population cible. Les groupes méritant l'équité comprenaient des personnes noires et d'autres personnes racisées, des personnes qui s'identifient comme des membres de la communauté 2ELGBTQI+, des femmes et des personnes en situation de handicap. Le travail sur le terrain a eu lieu du 13 au 21 novembre 2024 (groupes de discussion en mode virtuel) et du 15 novembre au 5 décembre 2024 (sondage en ligne).

### 3. Principales constatations

- ***La « programmation canadienne » évoque divers éléments pour les Canadiens et procure un sentiment de fierté aux gens qui la regardent.*** Chez les participants aux groupes de discussion, l'expression « programmation canadienne » évoque des émissions, des réseaux, des chaînes ou des genres d'émissions particuliers, ainsi que des émissions qui sont représentatives du pays d'une façon ou d'une autre. Lorsqu'on leur a demandé quels sentiments la programmation canadienne suscite chez eux par rapport à leur identité canadienne, les participants aux groupes de discussion ont régulièrement cité la fierté et le sentiment d'être liés les uns aux autres. C'était le cas chez les participants tant anglophones que francophones, bien que les

participants francophones aient souvent associé ces sentiments à la programmation québécoise précisément.

- ***De nombreux Canadiens disent qu'ils n'ont aucune difficulté à reconnaître la programmation canadienne, notamment parce qu'ils remarquent la présence de lieux canadiens.*** La majorité des répondants au sondage (60 %) croient pouvoir reconnaître la programmation canadienne lorsqu'ils parcourent les options offertes par les services de diffusion en continu en ligne et les services de télévision par câble ou par satellite. Selon près des trois quarts des répondants (72 %), la programmation canadienne s'entend des histoires qui se déroulent dans un lieu canadien, tandis que la moitié ou plus des répondants estiment que la programmation canadienne est une programmation qui présente les réalités canadiennes (58 %), qui inclut des acteurs canadiens (56 %) et qui est basée sur une histoire canadienne (51 %). Les participants aux groupes de discussion avaient des critères similaires pour considérer une émission comme étant canadienne : lieux canadiens / tournage au Canada, acteurs canadiens et équipe de production canadienne.
- ***Il est important pour bon nombre de répondants de s'assurer que la programmation canadienne est le reflet de la culture canadienne. Cependant, lorsqu'on leur a demandé de classer les priorités en ce qui concerne le rôle du CRTC, les priorités économiques occupaient un rang supérieur.*** Les trois quarts des répondants au sondage ont indiqué qu'ils trouvent très important (31 %) ou plutôt important (44 %) que la programmation canadienne reflète la culture et l'identité canadiennes. Lorsqu'on leur a demandé de réfléchir au rôle du CRTC visant à s'assurer que les créateurs reçoivent le soutien nécessaire afin qu'ils puissent créer et diffuser leurs histoires **et** que la population canadienne ait accès à une programmation diversifiée, les répondants au sondage ont accordé la plus grande importance aux emplois au Canada dans l'industrie du divertissement (devant mettre en valeur la culture et l'identité canadiennes, cultiver un sentiment d'identité canadienne commune et promouvoir la diversité considérés).
- ***Les nouvelles et actualités représentent le type de programmation canadienne qui compte le plus pour la plupart des Canadiens.*** Huit répondants au sondage sur dix (81 %) ont déclaré que les nouvelles et les actualités représentent le type de programmation canadienne qui compte le plus pour eux. En outre, 48 % ont mentionné des comédies, des séries dramatiques ou des fictions canadiennes, 41 % ont parlé de documentaires sur des sujets canadiens et 36 % ont indiqué les sports canadiens. Une personne sur dix (10 %) a déclaré que la programmation qui reflète une diversité de Canadiens est plus importante que les autres types de programmation.
- ***Pour ce qui est du choix des sources de nouvelles canadiennes, la fiabilité est essentielle pour les Canadiens.*** Les répondants au sondage et les participants aux groupes de discussion accordent la priorité à la fiabilité lorsqu'ils choisissent des sources de nouvelles canadiennes. Pour 90 % des Canadiens sondés, la fiabilité est leur priorité absolue. Les participants aux groupes de discussion définissaient la fiabilité comme la crédibilité, l'exactitude, l'impartialité, la rigueur journalistique et l'absence de sensationnalisme, entre autres choses. Les nouvelles qui présentent divers points de vue, un contenu équilibré et des reportages approfondis représentaient d'autres priorités.
- ***Un contenu équilibré entre les nouvelles locales, nationales et internationales est important, mais on ne s'attend pas forcément à ce qu'une seule source d'information présente cet équilibre.*** La grande majorité des Canadiens sondés (89 %) conviennent qu'il est important qu'une source d'information offre un contenu équilibré entre les nouvelles locales, nationales et internationales. Dans les groupes de discussion, les participants vivant en milieu rural ou

dans le Nord estimaient que c'était particulièrement important. Les participants ont expliqué qu'un équilibre est important, car ils aiment savoir ce qui se passe à l'intérieur et à l'extérieur de leur propre collectivité, ils croient que les enjeux nationaux peuvent se répercuter sur des questions locales, ils ont un intérêt pour les enjeux touchant d'autres régions au Canada et ils trouvent important d'être exposés à différents points de vue. Les participants qui estimaient que cet équilibre n'était pas vraiment important ont expliqué qu'ils utilisent un éventail de sources pour leurs nouvelles, dont des sources particulières pour les nouvelles locales.

- **Bon nombre de Canadiens remarquent que les enjeux de leur collectivité sont présentés dans les sources d'information, mais qu'on peut faire mieux.** En fait, 68 % des répondants au sondage conviennent que les enjeux de leur collectivité sont présentés dans les nouvelles auxquelles ils ont accès dans leur région. Les répondants vivant en milieu urbain ou dans le Nord étaient moins susceptibles d'être de cet avis que les répondants vivant en milieu urbain. Les participants aux groupes de discussion abondaient dans le même sens; certains participants vivant en milieu rural ou dans le Nord estimaient que les enjeux de leur région n'ont pas tendance à être présentés dans les nouvelles nationales.

#### 4. Utilisation prévue des résultats

Les constatations tirées de cette ROP seront versées au dossier de *La voie à suivre – Définir « émission canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel*, Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2024-288.

#### 5. Valeur du contrat

La valeur du contrat s'élevait à 128 735,25 \$ (incluant les taxes applicables).

#### 6. Déclaration de neutralité politique

J'atteste, par la présente, à titre de cadre supérieure de Phoenix SPI, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et la *Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique*. Plus précisément, les produits livrables ne contiennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



---

Alethea Woods  
Présidente  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.