



Global Affairs  
Canada

Affaires mondiales  
Canada

# Attitudes des Canadiens à l'égard du commerce international

## Rapport final

**Préparé pour Affaires mondiales Canada**

Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS

No du contrat : 08873-190541/001/CY

Date d'attribution du contrat : 21 janvier 2020

Date de livraison : 12 mars 2020

No d'inscription : 072-19

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec  
Affaires mondiales Canada à : [Kristin.Plater@international.gc.ca](mailto:Kristin.Plater@international.gc.ca)

**This report is also available in English**

Canada 

# **Attitudes des Canadiens à l'égard du commerce international**

## **Rapport final**

Préparé pour Affaires mondiales Canada  
Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS  
Mars 2020

Le présent rapport fait la synthèse des résultats d'un sondage mené auprès de 2 089 Canadiens.

This report is also available in English under the title: Canadian Attitudes toward International Trade

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit d'abord être obtenue auprès d'Affaires mondiales Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Affaires mondiales Canada à : [Kristin.Plater@international.gc.ca](mailto:Kristin.Plater@international.gc.ca)

**Numéro de catalogue :** FR5-174/2020F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :** 978-0-660-35883-3

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 072-19) :**

Numéro de catalogue : FR5-174/2020E-PDF (Rapport final, anglais)  
ISBN : 978-0-660-35882-6

# TABLES DES MATIÈRES

<b>Sommaire.....</b>	<b>5</b>
<b>1. Contexte et méthodologie.....</b>	<b>13</b>
1.1 Contexte et objectifs.....	13
1.2 Méthodologie .....	14
<b>2. Questions générales sur le commerce .....</b>	<b>19</b>
2.1 Rappel d'actualités liées au commerce international .....	19
2.2 Importance des principaux objectifs du commerce international.....	21
2.3 Marchés d'exportation du Canada les plus importants.....	23
2.4 Principaux secteurs d'exportation du Canada.....	24
<b>3. Avantages du commerce international .....</b>	<b>25</b>
3.1 Importance du commerce international .....	25
3.2 Bénéficiaires perçus du commerce.....	27
3.3 Répercussions du commerce international .....	29
3.4 Répercussions des investissements internationaux .....	33
<b>4. Marque du Canada .....</b>	<b>35</b>
4.1 Réputation des produits canadiens .....	35
4.2 Réputation des produits canadiens .....	36
4.3 Points de vue sur le protectionnisme.....	37
<b>5. Possibilités commerciales.....</b>	<b>39</b>
5.1 Répercussions du commerce sur les normes environnementales .....	39
5.2 Importance des intérêts canadiens .....	40
5.3 Commerce international et enjeux sociaux .....	41
<b>6. Connaissance du commerce et des accords de libre-échange du Canada .....</b>	<b>43</b>
6.1 Soutien au libre-échange.....	43
6.2 Potentiel d'un commerce accru.....	44
6.3 Répercussions de l'ACEUM.....	46
6.4 Connaissance et points de vue sur le PTPGP et l'AECG .....	47
<b>7. Connaissance des programmes gouvernementaux .....</b>	<b>51</b>
7.1 Connaissance de programmes du GdC .....	51
<b>8. Répercussions directes sur les Canadiens .....</b>	<b>53</b>
8.1 Répercussions du commerce international .....	53
8.2 Avantages personnels du commerce international .....	56
<b>9. Conclusions et implications .....</b>	<b>59</b>

Annexe A : Questionnaires (anglais et français)

# SOMMAIRE

Cette recherche a eu lieu entre le 6 et le 19 février 2020, avant l'annonce de la majorité des mesures prises par le Canada pour prévenir la propagation de la COVID-19. Les efforts déployés par le Canada pour contrôler et pour atténuer la propagation du virus ont entraîné des restrictions de voyage et des restrictions frontalières temporaires, et ils pourraient avoir d'autres répercussions sur les activités internationales de développement des affaires, mais il est aussi possible qu'ils aient une incidence sur l'attitude du public envers le commerce. Les résultats doivent donc être examinés en tenant compte de ces facteurs. Nous proposons une recherche sur l'opinion publique continue pour évaluer de façon continue les attitudes du public au fil du temps.

## Contexte et méthodologie

En conformité avec la Stratégie de diversification du commerce, Affaires mondiales Canada (GAC) s'efforce d'aider le Canada à diversifier son commerce à l'étranger. Cette stratégie comprend des efforts visant à promouvoir une approche inclusive au commerce afin de veiller à ce que les avantages et les possibilités du commerce soient partagés davantage entre tous les Canadiens. En appui à ces initiatives, une enquête initiale a été menée auprès de Canadiens dans le but de donner aux communicateurs commerciaux une vision claire des attitudes du public envers le commerce, ce qui les aidera dans la transmission de messages et de communications (discours, notes d'entrevue, communiqués de presse, publications dans des médias sociaux, etc.).

Cette étude a été menée auprès de 2 089 Canadiens et Canadiennes âgés de 18 ans ou plus. Le travail sur le terrain a eu lieu du 6 au 19 février 2020. Le sondage a été réalisé principalement en ligne à l'aide de notre panel probabiliste *Probit*. Cependant, pour inclure les Canadiens qui n'ont pas accès à Internet, certaines entrevues ont été effectuées au téléphone. En tout, 1 588 cas ont été recueillis en ligne et 501 l'ont été au téléphone. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données de Statistique Canada sur l'âge, le sexe et la région de résidence afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population canadienne âgée de 18 ans ou plus. La marge d'erreur associée à l'échantillon total est de +/- 2,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

## Constatations du sondage

Les principales constatations de cette étude sont exposées ci-dessous. Le reste du rapport décrit plus en détail les résultats du sondage.

## Questions générales sur le commerce

Les résultats démontrent que le commerce international est un sujet populaire dans les médias. Les trois quarts des répondants (75 %) se rappellent avoir entendu des nouvelles au sujet du commerce international, une augmentation de 11 points par rapport à la version de 2001 du sondage. Une majorité relative de ces répondants se souvient de nouvelles concernant l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM).

Pour ce qui est de l'importance des divers objectifs de l'approche qu'adopte le Canada en matière de commerce international, les répondants mentionnent principalement des questions économiques, neuf répondants sur dix considérant la création d'emplois (93 %), le soutien aux entreprises canadiennes (90 %) et l'innovation (90 %) comme des priorités clés. Cependant, les Canadiens accordent également une grande importance à d'autres objectifs commerciaux. En effet, plus de huit personnes sur dix sont d'avis qu'il est très important d'assurer le respect des normes canadiennes liées à la santé et à l'environnement (88 %), de soutenir le secteur agricole du Canada (85 %), de protéger la propriété intellectuelle canadienne (85 %), de veiller à ce que le commerce profite à tout le monde (82 %) et de diversifier les marchés d'exportation du Canada (82 %). Les Canadiens attachent moins d'importance au fait de promouvoir l'égalité des sexes (64 %), d'offrir aux consommateurs le plus grand choix de produits et de services aux prix les plus bas (62 %) et d'augmenter les investissements directs étrangers au Canada (55 %).

Les résultats suggèrent que les Canadiens connaissent généralement bien les principaux partenaires commerciaux du Canada. Lorsqu'invités à identifier les cinq principaux marchés d'exportation du Canada, la grande majorité des répondants (86 %) reconnaissent les États-Unis comme le plus grand marché, alors que les trois quarts (75 %) considèrent la Chine comme un marché important. Un peu plus de quatre répondants sur dix citent le Mexique (45 %) et l'Europe (42 %) comme des marchés d'exportation importants du Canada. Le tiers (32 %) des répondants mentionnent le Royaume-Uni, tandis que le quart (26 %) évoque le Japon.

En ce qui concerne les deux plus grands secteurs d'exportation du Canada, sept répondants sur dix (70 %) citent les ressources naturelles et l'énergie, alors que la moitié (50 %) mentionne les produits agricoles.

## Avantages du commerce international

Les résultats donnent à penser que les Canadiens croient que le commerce a grandi en importance au cours des dix dernières années. Environ huit répondants sur dix (83 %) affirment que le commerce est de plus en plus important, alors que seulement trois pour cent croient qu'il perd de l'importance.

Cependant, les résultats révèlent également que les Canadiens sont divisés lorsque vient le temps d'identifier les principaux bénéficiaires du commerce international. Un peu plus de la moitié des répondants (54 %) croient que le commerce profite à la plupart des Canadiens sous la forme d'emplois, de revenus fiscaux et d'une meilleure offre de produits et de services. Toutefois, quatre personnes sur dix (42 %) ont un point de vue plus négatif et sont d'avis que le commerce international profite presque exclusivement aux grandes sociétés et aux investisseurs riches.

Cela dit, lors de l'évaluation de la mesure dans laquelle divers groupes tirent profit du commerce international, les Canadiens ont beaucoup plus tendance à indiquer que les sociétés d'envergure sont les grandes gagnantes. En effet, neuf Canadiens sur dix (91 %) affirment que les grandes sociétés profitent grandement du commerce international, alors que près de la moitié estime que les petites et moyennes entreprises, tout comme les entreprises communautaires, en profitent dans la même mesure (47 % et 46 %, respectivement). Quatre personnes sur dix (38 %) disent tirer personnellement profit du commerce international et le tiers seulement croit que les femmes ou les jeunes en profitent (32 % chacun). Une proportion encore moins élevée croit que les membres de la communauté LGBTQ2 ou les Autochtones profitent du commerce international (18 % chacun).

## **Marque du Canada**

En ce qui concerne les principales raisons pour lesquelles les produits canadiens sont connus à l'échelle internationale, les deux tiers (68 %) des répondants affirment que nos produits sont reconnus pour leur qualité supérieure. Un peu plus de la moitié (55 %) mentionne le traitement équitable réservé aux travailleurs au Canada, tandis qu'un peu plus de quatre personnes sur dix (44 %) déclarent que le respect des normes environnementales du pays est à la base de la réputation du Canada. Seul un répondant sur huit (13 %) croit que les produits canadiens sont reconnus pour leurs bas prix.

Pour environ les deux tiers des Canadiens (64 %), le pays d'origine est un facteur important dans la décision d'acheter un produit en particulier, tandis qu'une personne sur cinq (19 %) dit que ce facteur a une incidence modérée sur ses décisions. Une personne sur sept (15 %) ne croit pas être influencée par le pays d'origine d'un produit.

## **Possibilités commerciales**

Les résultats suggèrent que les répondants ne s'inquiètent que dans une certaine mesure de l'impact du commerce sur les normes environnementales internationales. Seule la moitié (51 %) d'entre eux convient que l'augmentation du commerce international est susceptible de faire en sorte que les pays baissent leurs normes environnementales pour être plus concurrentiels, tandis

que le quart (25 %) n'est pas d'accord. Le suivi révèle une baisse constante de la proportion des répondants qui est d'accord avec cet énoncé au cours des vingt dernières années (51 %, contre 62 % en 1999).

Les résultats montrent également que le commerce international est en grande partie considéré comme une occasion de promouvoir certains objectifs sociaux pour le Canada. Environ les deux tiers des Canadiens considèrent le commerce comme une bonne façon de promouvoir la responsabilité environnementale (65 %) et le respect des droits des travailleurs (64 %). Plus de six personnes sur dix disent que le commerce est un moyen efficace de favoriser le respect des droits de la personne (62 %) et de promouvoir des débouchés commerciaux pour tous (60 %).

## **Connaissance du commerce et des accords de libre-échange du Canada**

À la question à savoir si le libre-échange est une bonne ou une mauvaise chose pour le Canada, six répondants sur dix (61 %) disent que c'est une bonne chose, alors qu'un Canadien sur dix (10 %) pense que c'est une mauvaise chose. Le suivi révèle une augmentation de 13 points du soutien au libre-échange au cours des trois dernières années.

Les répondants ont été interrogés, sans recevoir de pistes de réponse, sur le pays avec qui, selon eux, le Canada devrait essayer de tisser le plus de liens. Le quart des répondants (24 %) croient que le Canada devrait tisser davantage de liens avec l'Europe, alors qu'une moindre proportion (22 %) mentionne les États-Unis. Environ un Canadien sur six croit que le Canada devrait accroître ses relations commerciales avec la Chine et avec le Royaume-Uni (16 % chacun), alors qu'une moindre proportion (12 %) mentionne l'Inde.

Les répondants ont aussi été interrogés sur les répercussions qu'aura l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) sur les Canadiens et les Canadiennes. Les réponses varient et ne s'articulent pas autour d'un seul thème, ce qui suggère une compréhension limitée de l'accord. Une personne sur sept (15 %) affirme qu'il n'aura pas une incidence importante, alors qu'une personne sur dix (10 %) croit que l'économie (en général) en profitera. Un peu moins d'une personne sur dix prévoit des répercussions négatives sur le secteur agricole, une plus grande dépendance aux États-Unis ou des impacts positifs non précisés (7 % chacun). Une grande proportion de répondants (30 %) ne donne pas de réponse, ce qui laisse entendre encore une fois un manque de compréhension de l'accord.

Les Canadiens ont également été interrogés sur leur connaissance et sur leurs points de vue concernant deux accords commerciaux récemment signés : l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) et l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG). Les résultats démontrent que les répondants ne connaissent



pas bien ces deux accords, mais ceux qui les connaissent expriment des points de vue positifs à leur égard.

Lorsqu'invités à indiquer à quel point ils connaissent bien le PTPGP, la plupart des répondants disent ne pas le connaître très bien (40 %) ou ne pas le connaître du tout (30 %). Le quart seulement (26 %) déclare le connaître assez bien, et une proportion encore moins importante (2 %) croit le connaître très bien. Malgré une connaissance limitée du PTPGP, les répondants qui le connaissent en ont des opinions favorables : plus de la moitié (51 %) croit qu'il a un impact plutôt positif sur le Canada et une personne sur cinq (22 %) est d'avis que son impact est très positif.

Les résultats révèlent que la connaissance de l'AECG est elle aussi plutôt limitée. La plupart des répondants ne le connaissent pas très bien (39 %) ou ne le connaissent pas du tout (28 %). Environ le quart (28 %) dit le connaître assez bien alors que seuls quatre pour cent le connaissent très bien. Comme pour le PTPGP, malgré une faible connaissance, les personnes qui connaissent l'accord ont des opinions très favorables à son sujet : plus de la moitié (54 %) déclare que l'impact de l'AECG sur le Canada est assez positif, et trois répondants sur dix (30 pour cent) affirment que son impact est très positif. Un répondant sur dix (11 %) affirme que l'impact est négatif.

## **Impact direct sur les Canadiens**

En harmonie avec les autres constatations, les résultats révèlent des impressions positives de l'impact du commerce international, tant au Canada qu'à l'étranger. Dans une grande mesure, les trois quarts (75 %) des répondants croient que les activités de commerce international du Canada ont un impact positif sur le développement de la technologie et de l'innovation au Canada, et six personnes sur dix (60 %) affirment qu'il a un impact positif sur le nombre d'emplois au Canada. Un peu plus de la moitié (54 %) des Canadiens estime que la qualité de vie des Canadiens s'est améliorée grâce au commerce international, tandis qu'un peu moins de la moitié (46 %) déclare que les normes environnementales au Canada et à l'étranger se sont améliorées en raison du commerce. Quatre personnes sur dix (40 %) croient que le commerce international du Canada a un impact positif sur l'amélioration des conditions de travail à l'étranger.

Les résultats révèlent également que les Canadiens croient profiter personnellement du commerce international. Lorsqu'on leur demande s'ils croient tirer profit du commerce international à l'heure actuelle, environ six répondants sur dix (63 %) répondent à l'affirmative, alors que seul le quart (26 %) affirme le contraire. Parmi ceux qui croient en profiter, huit personnes sur dix (81 %) sont d'avis qu'il y a une plus vaste sélection de biens et de services, tandis que plus de la moitié évoque la création d'emplois (58 %), les avantages économiques (56 %) et des prix plus bas (51 %). Parmi ceux qui ne croient pas profiter du commerce international, environ quatre personnes sur dix citent la qualité inférieure des produits fabriqués à l'étranger (41 %), les prix relativement plus élevés

des produits importés (39 %), des inquiétudes environnementales (37 %) et des craintes liées aux pertes d'emploi au Canada (36 %)¹.

La plupart des Canadiens (61 %) disent connaître les programmes qu'offre le gouvernement fédéral pour aider les entreprises à faire des affaires à l'étranger. Cependant, lorsqu'on leur demande d'expliquer leur réponse, la plupart de ces répondants (61 %) ne peuvent pas nommer un programme en particulier. Exportation et développement Canada (12 %) et la Banque de développement du Canada (8 %) sont les programmes qui font le plus souvent objet d'une mention chez les répondants aptes à donner une réponse.

## Conclusions et implications

Les Canadiens ont généralement une vision positive du commerce international. Dans la plupart des indicateurs testés, les répondants considèrent que le commerce est avantageux pour le Canada, particulièrement lorsqu'il s'agit de favoriser l'innovation et de stimuler l'augmentation du nombre d'emplois. En effet, les trois quarts (75 %) des répondants croient que le commerce international du Canada a un impact positif sur le développement de la technologie et de l'innovation au Canada. De plus, la vaste majorité des Canadiens croient que le commerce est devenu plus important au cours des dernières années et sont en faveur de son accroissement. La plupart des Canadiens pensent profiter personnellement du commerce, les avantages perçus étant un plus grand choix pour les consommateurs, la baisse des prix et la création d'emplois.

Une des questions qui pose problème, cependant, est la perception voulant que le commerce international profite beaucoup plus aux grandes sociétés et aux riches. Les Canadiens sont divisés quant à savoir si les avantages du commerce international percolent dans l'économie, et ils doutent que les communautés les plus marginalisées du Canada, en particulier les Autochtones et les membres de la communauté LGBTQ2, tirent profit du commerce international. Néanmoins, la plupart des Canadiens considèrent le commerce comme un moyen de promouvoir des débouchés commerciaux pour ces groupes et d'autres objectifs sociaux.

En ce qui concerne l'approche qu'adopte le Canada en matière de commerce international, les répondants mentionnent plusieurs considérations importantes, particulièrement des questions économiques, comme la création d'emplois, le soutien aux entreprises canadiennes et l'innovation. Toutefois, le respect des normes liées à la santé et à l'environnement, la protection de

---

¹ Il est à noter que ces questions étaient posées vers la fin du sondage. Les questions posées plus tôt dans le sondage, particulièrement celles traitant de l'incidence perçue du commerce international sur les prix et la variété des biens de consommation, ont peut-être exercé une incidence sur les réponses.

la propriété intellectuelle, le partage plus équitable des avantages du commerce et la diversification des marchés d'exportation du Canada sont aussi des priorités de premier plan.

Compte tenu du niveau d'attention médiatique accordé à la renégociation de l'ALENA, il n'est pas surprenant que le rappel des nouvelles liées au commerce international soit en hausse depuis 2001, l'ACEUM faisant l'objet de la plus grande attention. La connaissance des autres accords commerciaux qu'a récemment conclus le Canada (l'AECG et le PTPGP) est relativement faible, mais la plupart des gens qui connaissent bien ces accords sont optimistes quant à leur impact.

## **Implications**

La conclusion la plus intéressante des résultats est peut-être le fait que les Canadiens demeurent unis et optimistes face au commerce international. Il y a une stabilité remarquable dans les attitudes positives liées au commerce et à la mondialisation. Ces attitudes se sont même légèrement améliorées au cours des dernières années. Si le protectionnisme et le mouvement antimondialisation font actuellement partie intégrante du monde occidental, ils ne semblent pas gagner du terrain au Canada et il n'y a aucun signe que l'enthousiasme diminue à l'égard du commerce international.

Les Canadiens aiment surtout le commerce international en raison des avantages économiques qu'il présente. Ils reconnaissent également d'autres avantages et aimeraient que d'autres objectifs soient associés au commerce, notamment en ce qui concerne l'environnement, le travail et divers enjeux touchant les femmes. Toutefois, il ne fait pas de doute que ces objectifs sont subordonnés à des questions économiques.

Les perceptions sur le commerce sont principalement liées à l'ACEUM. Les Canadiens appuient largement cet accord et, bien qu'ils ne semblent pas croire que les avantages qui y sont associés ne seront pas différents de ceux de l'ALENA, ils n'y voient pas de grands inconvénients. Autrement dit, ils semblent satisfaits de la façon dont l'entente a été négociée.

Les connaissances en matière de commerce international sont limitées. Les Canadiens reconnaissent le rôle que jouent les États-Unis, mais semblent surestimer la demande en exportations canadiennes de la Chine en comparaison avec des marchés comme l'Europe et le Royaume-Uni.

Les Canadiens considèrent que le commerce international profite principalement aux grandes sociétés (en effet, il y a une diminution importante du nombre de répondants qui croient que le commerce international a un impact positif lorsque la question se concentre sur les petites entreprises). Il est intéressant de noter que les Canadiens ne semblent pas trop importunés par ce

manque apparent d'équité. Ils semblent reconnaître que la croissance économique du pays est inextricablement liée au rendement de nos grandes sociétés, bien qu'ils manifestent certaines inquiétudes par rapport au fait que ce ne sont pas tous les Canadiens qui profitent des avantages du commerce international.

# 1. Contexte et méthodologie

## 1.1 CONTEXTE ET OBJECTIFS

En conformité avec la Stratégie de diversification du commerce, Affaires mondiales Canada (GAC) s'efforce d'aider le Canada à diversifier son commerce à l'étranger. Cette stratégie comprend des efforts visant à promouvoir une approche inclusive au commerce afin de veiller à ce que les avantages et les possibilités du commerce soient partagés davantage entre tous les Canadiens.

Bien qu'Affaires mondiales Canada ait mené une recherche sur l'opinion publique auprès des principaux intervenants par le passé, ces études ont été principalement réalisées pour informer les petites et moyennes entreprises de la mise en œuvre de programmes. Seule une série d'études de petite envergure et intermittentes a été menée auprès de la population générale.

Une enquête initiale a eu lieu dans le but de donner aux communicateurs commerciaux une vision claire des attitudes du public envers le commerce et de la compréhension des questions qui y sont associées, ce qui les aidera dans la transmission de messages et de communications (discours, notes d'entrevue, communiqués de presse, publications dans des médias sociaux, etc.).

Les objectifs de la recherche sont les suivants :

- déterminer le niveau de compréhension et d'intérêt des Canadiens par rapport à des questions générales sur le commerce;
- déterminer le niveau de compréhension des avantages du commerce, y compris des investissements directs étrangers;
- obtenir les points de vue de Canadiens sur le commerce avec divers pays et dans divers secteurs;
- déterminer le niveau de compréhension d'éléments liés au commerce inclusif (femmes, autochtones, LGBTQ2) et au développement durable (travail, protections environnementales);
- déterminer le niveau de connaissance des Canadiens par rapport aux accords de libre-échange du Canada;
- déterminer le niveau de connaissance des Canadiens à l'égard de programmes, de services et d'organismes gouvernementaux;
- comprendre la mesure dans laquelle les Canadiens se sentent directement touchés par le commerce international.

## 1.2 MÉTHODOLOGIE

Cette étude a été menée auprès de 2 089 Canadiens et Canadiennes âgés de 18 ans ou plus. Le travail sur le terrain a eu lieu du 6 au 19 février 2020. Le sondage a été réalisé principalement en ligne à l'aide de notre panel probabiliste *Probit*. Cependant, pour inclure les Canadiens qui n'ont pas accès à Internet, certaines entrevues ont été effectuées au téléphone. En tout, 1 588 cas ont été recueillis en ligne et 501 l'ont été au téléphone. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données de Statistique Canada sur l'âge, le sexe et la région de résidence afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population canadienne âgée de 18 ans ou plus. La marge d'erreur associée à l'échantillon total est de +/- 2,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Plus de détails sont disponibles ci-dessous sur la méthodologie utilisée dans les volets en ligne et au téléphone de la recherche.

### **Panel *Probit* (échantillon en ligne)**

Nous avons eu recours à notre panel probabiliste *Probit* pour le volet du sondage effectué en ligne. *Probit* est un panel de recherche qu'a mis sur pied EKOS pour collecter des données statistiquement représentatives en ligne. Le panel couvre la totalité de la population canadienne (Internet, téléphone, cellulaire), fait du recrutement aléatoire (les participants sont recrutés de façon aléatoire et ne choisissent pas eux-mêmes de faire partie du panel) et offre de l'échantillonnage avec probabilités égales. Tous les répondants sont recrutés au téléphone à l'aide d'un système d'appel aléatoire, et leurs renseignements démographiques sont confirmés par des enquêteurs.

La distribution du processus de recrutement de notre panel reflète la population réelle du Canada (comme définie par Statistique Canada). À ce titre, le panel peut être considéré comme représentatif du grand public (les résultats des sondages de notre panel en ligne tiennent compte des intervalles de confiance et des estimations de la marge d'erreur, une caractéristique unique au Canada). La taille globale du panel est de quelque 90 000 ménages canadiens. Des échantillons aléatoires stratifiés sont prélevés de la base de données du panel pour les répartitions de la recherche personnelle.

## Échantillon téléphonique

EKOS a recours à un échantillon de l'enquête pour respecter les exigences d'échantillonnage de ses sondages téléphoniques. Le logiciel utilise les annuaires les plus à jour à mesure qu'ils deviennent disponibles et il les actualise tous les trimestres. Il crée des échantillons en ayant recours à la méthodologie de composition aléatoire et vérifie les échantillons en les comparant à des répertoires téléphoniques publiés afin de séparer l'échantillon en éléments « figurant dans un annuaire » et « ne figurant pas dans un annuaire ». La souplesse du logiciel permet la création d'échantillons se fondant sur des villes ou des régions en particulier. Il est possible de créer un échantillon en fonction de la représentativité d'une population ou de prévoir des paramètres de stratification, suivant les besoins. Une fois qu'un échantillon est créé pour un sondage précis, les numéros sont importés dans notre système d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO) et des quotas sont établis selon des caractéristiques individuelles.

Nous avons effectué 501 entretiens téléphoniques et 1 588 sondages ont été remplis en ligne. Les résultats ont été pondérés en fonction de la région, du sexe et de l'âge pour veiller à ce que l'échantillon soit représentatif de la population canadienne âgée de 18 ans et plus. Vous trouverez ci-dessous la répartition de l'échantillon et la marge d'erreur associée à la province ou au territoire, à l'âge, au sexe, au revenu, au niveau de scolarité et aux groupes minoritaires.

<b>Marge d'erreur par province ou territoire</b>		
<b>Province/Territoire</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
Colombie-Britannique	n=261	6,1 %
Alberta	n=237	6,4 %
Saskatchewan	n=61	12,7 %
Manitoba	n=71	11,7 %
Ontario	n=829	3,4 %
Québec	n=480	4,5 %
Nouveau-Brunswick	n=39	15,9 %
Nouvelle-Écosse	n=57	13,1 %
Île-du-Prince-Édouard	n=12	29,5 %
Terre-Neuve-et-Labrador	n=26	19,6 %
Territoires	n=8	37,0 %

<b>Marge d'erreur par âge</b>		
<b>Âge</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
Entre 18 et 34 ans	n=409	4,9 %

<b>Marge d'erreur par âge</b>		
<b>Âge</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Entre 35 et 49 ans	n=573	4,1 %
Entre 50 et 64 ans	n=586	4,1 %
65 ans ou plus	n=493	4,4 %

<b>Marge d'erreur par sexe</b>		
<b>Sexe</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
Homme	n=1003	3,1 %
Femme	n=1057	3,0 %
Autre	n=10	32,7 %

<b>Marge d'erreur par revenu</b>		
<b>Revenu</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
Moins de 20 000 \$	n=95	10,1 %
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	n=221	6,6 %
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	n=284	5,8 %
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	n=251	6,2 %
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	n=264	6,0 %
Entre 100 000 \$ et 149 999 \$	n=381	5,0 %
150 000 \$ ou plus	n=308	5,6 %

<b>Marge d'erreur par niveau de scolarité</b>		
<b>Niveau de scolarité</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
8 <sup>e</sup> année ou moins	n=8	37,0 %
Un peu d'école secondaire	n=54	13,5 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	n=328	5,4 %
Apprentissage enregistré ou tout autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	n=100	9,8 %
Certificat ou diplôme d'un collège, du CÉGEP ou de tout autre établissement non universitaire	n=452	4,6 %



<b>Marge d'erreur par niveau de scolarité</b>		
<b>Niveau de scolarité</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	n=176	7,4 %
Baccalauréat	n=566	4,1 %
Études supérieures	n=382	5,0 %

<b>Marge d'erreur par groupe minoritaire</b>		
<b>Groupe minoritaire</b>	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>Marge d'erreur (+/-, 19 fois sur 20)</b>
Global	n=2 089	2,1 %
Personne handicapée	n=214	6,7 %
Membre d'une minorité visible	n=164	7,7 %
Personne autochtone	n=46	14,6 %
Membre de la communauté des LGBTQ2	n=133	8,5 %
Aucune de ces réponses	n=1521	2,5 %

## Taux de réponse

Le taux de participation pour le sondage téléphonique était de 7,1 pour cent. Le taux de réponse se calcule en divisant les personnes admissibles à l'intérieur du champ qui répondent (713) par la totalité de l'échantillon (fonctionnel) (9 987) - voir le tableau ci-dessous.

	<b>Nombre total de tentatives d'appel</b>	<b>14 215</b>
	<b>Numéros invalides</b>	<b>4 228</b>
	Bloqués	91
	À des fins professionnelles	183
	Répétitions	3
	Invalides	3 951
<b>NR</b>	<b>Non résolus</b>	<b>6 031</b>
	Pas de réponse	
	Rappels	6 031
<b>IC</b>	<b>À l'intérieur du champ - Pas de réponse</b>	<b>3 243</b>
	Refus du ménage	
	Refus du répondant	3 243
	Répondant choisi non disponible	
	Répondant admissible a raccroché	
<b>R</b>	<b>À l'intérieur du champ - Réponse</b>	<b>713</b>
	Problème de langue	130
	Quota atteint	39

	Autre inadmissibilité	16	
	Entrevues achevées	528	
		<b>Total (NR + IC + R)</b>	<b>9,987</b>
		<b>TAUX DE RÉPONSE (R divisé par le total)</b>	<b>7,1 %</b>

Le taux de réponse au sondage en ligne était de 24,8 pour cent. Le taux de réponse en ligne est calculé comme suit : en tout, 6 329 invitations par courriel ont été envoyées; 23 nous sont revenues, pour un total de 6 306 courriels valides. En tout, 1 561 sondages ont été achevés. Ainsi, si l'on divise 1 561 par 6 306, on obtient un taux de réponse de 24,8 pour cent.

## 2. Questions générales sur le commerce

### 2.1 RAPPEL D'ACTUALITÉS LIÉES AU COMMERCE INTERNATIONAL

Les résultats démontrent que le commerce international est un sujet populaire dans les médias. Les trois quarts des répondants (75 %) se rappellent avoir entendu des nouvelles au sujet du commerce international, alors qu'un répondant sur cinq (20 %) ne se rappelle aucune nouvelle. Le suivi révèle une augmentation de 11 points du rappel de nouvelles liées au commerce international par rapport à la version de 2001 du sondage.

- Les hommes ont une plus grande tendance à se souvenir de nouvelles traitant de commerce international (81 %, comparativement à 70 % des femmes).
- Le taux de rappel augmente progressivement avec l'âge (de 84 % chez les 65 ans et plus, cette proportion passe à 70 % chez les moins de 35 ans) et avec le niveau de scolarité (de 63 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 82 % chez les diplômés universitaires).
- À l'échelle des régions, le taux de rappel est le plus élevé en Colombie-Britannique (86 %) et le plus faible au Québec (61 %).

Parmi les gens qui se rappellent avoir entendu parler de commerce international dans des nouvelles, près de la moitié (46 %) se souviennent de nouvelles concernant l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM). Parmi les autres réponses communes figurent des nouvelles sur la Chine (8 %) et des nouvelles traitant des relations Chine-États-Unis (6 %).

## Rappel d'actualités liées au commerce international

Q. Vous souvenez-vous d'une nouvelle qui traitait de questions liées au commerce international au cours des derniers mois?

### Février 2020



BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

### Avril 2001



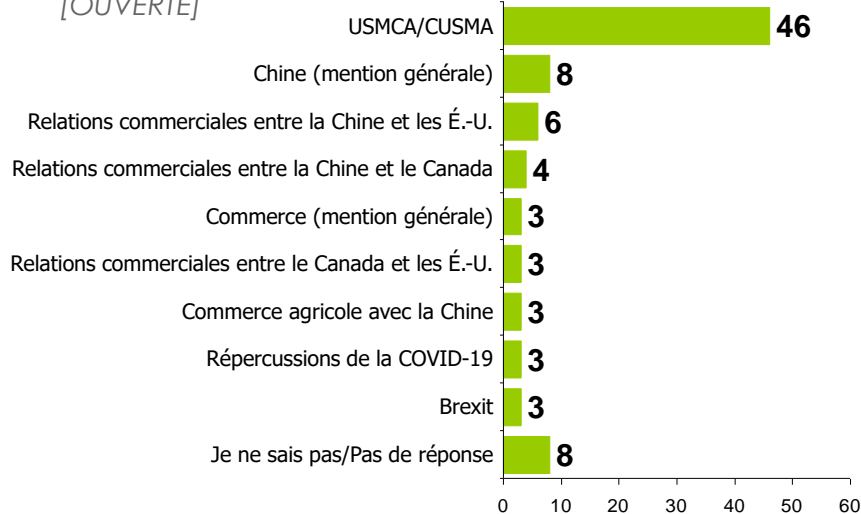
BASE : Canadiens; 28 mars au 6 avril 2001 (n=1 204), marge d'erreur de +/- 2,8 %, 19 fois sur 20

NSP/PDR       Non       Oui

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

## Sujets des actualités mentionnées

Q. [SI C'EST OUI] Le cas échéant, quel était le sujet du reportage? [OUVERTE]



Note : Seules les réponses choisies par au moins 3 % des répondants sont affichées ci-dessus.

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable      BASE : Actualités entendues traitant de commerce; 6-19 février 2020, n=1 591, marge d'erreur de +/- 2,5 %, 19 fois sur 20

## 2.2 IMPORTANCE DES PRINCIPAUX OBJECTIFS DU COMMERCE INTERNATIONAL

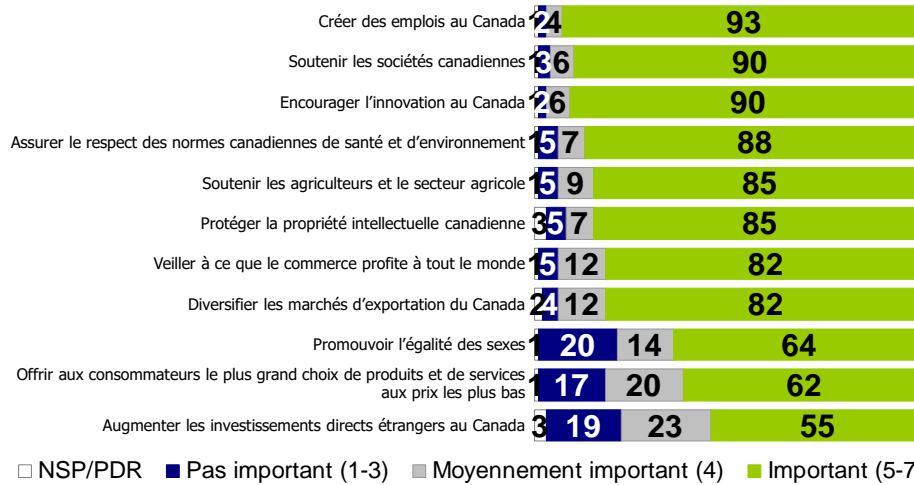
Après l'examen d'une liste d'objectifs potentiels de l'approche que devrait adopter le Canada en matière de commerce international, les répondants étaient invités à évaluer l'importance de chacun d'eux. Les enjeux économiques figurent en tête de liste, neuf répondants sur dix considérant la création d'emplois (93 %), le soutien aux entreprises canadiennes (90 %) et l'innovation (90 %) comme des priorités clés. Plus de huit personnes sur dix sont également d'avis qu'il est très important d'assurer le respect des normes canadiennes liées à la santé et à l'environnement (88 %), de soutenir le secteur agricole du Canada (85 %), de protéger la propriété intellectuelle canadienne (85 %), de veiller à ce que le commerce profite à tout le monde (82 %) et de diversifier les marchés d'exportation du Canada (82 %).

Les Canadiens attachent moins d'importance au fait de promouvoir l'égalité des sexes (64 %), d'offrir aux consommateurs le plus grand choix de produits et de services aux prix les plus bas (62 %) et d'augmenter les investissements directs étrangers au Canada (55 %).

- Les femmes sont plus susceptibles d'accorder de l'importance au soutien du secteur agricole (90 %, contre 80 % pour les hommes), au respect des normes environnementales (92 % contre 83 %) et à la promotion de l'égalité des sexes (73 % contre 56 %).
- Les personnes âgées (soit celles de 65 ans et plus) accordent plus d'importance à la promotion de l'égalité des sexes (72 %, comparativement à 64 % en moyenne) et à l'augmentation des investissements directs étrangers (65 % contre 55 %). L'importance de s'assurer que le commerce profite à tout le monde augmente progressivement avec l'âge (77 % chez les personnes âgées de moins de 35, contre 88 % chez les 65 ans et plus), tout comme de la diversification des marchés d'exportation du Canada (73 % et 91 %, respectivement).
- La propension à accorder la priorité à la réduction des prix et à l'augmentation des choix des consommateurs diminue à mesure que le niveau de scolarité augmente (de 71 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 57 % chez les diplômés universitaires).
- À l'échelle des régions, les résidents du Québec sont plus préoccupés par la promotion de l'égalité des sexes (75 % la considèrent comme importante), tandis que les résidents de l'Alberta et des Prairies sont moins susceptibles de considérer cet objectif comme une priorité (53 % et 50 %, respectivement).
- Ceux qui s'identifient comme des minorités visibles sont plus enclins à croire qu'il est important d'offrir aux consommateurs un plus grand choix de produits et de services à des prix les plus bas (75 %, contre 62 % en moyenne).

## Importance des principaux objectifs du commerce international

Q. Selon vous, à quel point les objectifs suivants sont-ils importants lors de l'examen de l'approche canadienne en matière de commerce international?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

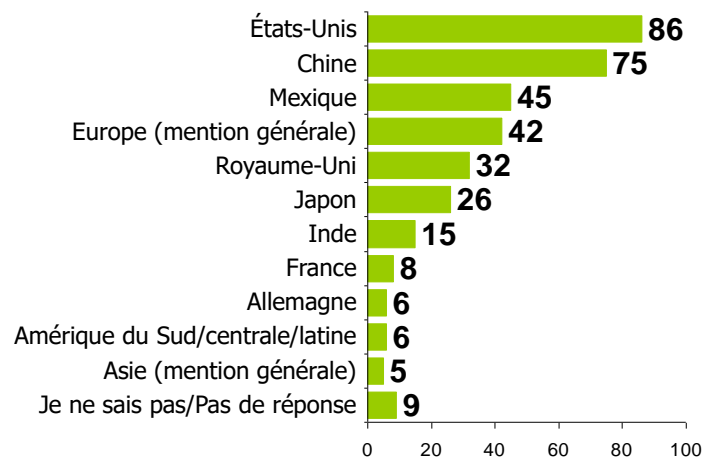
## 2.3 MARCHÉS D'EXPORTATION DU CANADA LES PLUS IMPORTANTS

Les résultats suggèrent que les Canadiens connaissent généralement bien les principaux partenaires commerciaux du Canada. Lorsqu'invités à identifier les cinq principaux marchés d'exportation du Canada, la grande majorité des répondants (86 %) reconnaissent les États-Unis comme le plus grand marché, alors que les trois quarts (75 %) considèrent la Chine comme un marché important. Un peu plus de quatre répondants sur dix citent le Mexique (45 %) et l'Europe (42 %) comme des marchés d'exportation importants du Canada. Le tiers (32 %) des répondants mentionnent le Royaume-Uni, tandis que le quart (26 %) évoque le Japon.

- Les résidents de la Colombie-Britannique sont plus susceptibles de considérer le Japon comme un marché d'exportation clé (35 %, contre 26 % à l'échelle nationale), tandis que ceux du Québec sont plus susceptibles de nommer la France (23 % contre 8 %).
- Les hommes, les gens qui ont fait des études universitaires et les personnes âgées de 65 ans et plus sont les plus susceptibles de fournir cinq réponses à cette question.

### Marchés d'exportation du Canada les plus importants

**Q.** *Quels sont les cinq principaux marchés et pays pour les exportations canadiennes au cours des dernières années?*  
[OUVERTE/MAXIMUM DE CINQ RÉPONSES ACCEPTÉES]



*Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.*

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

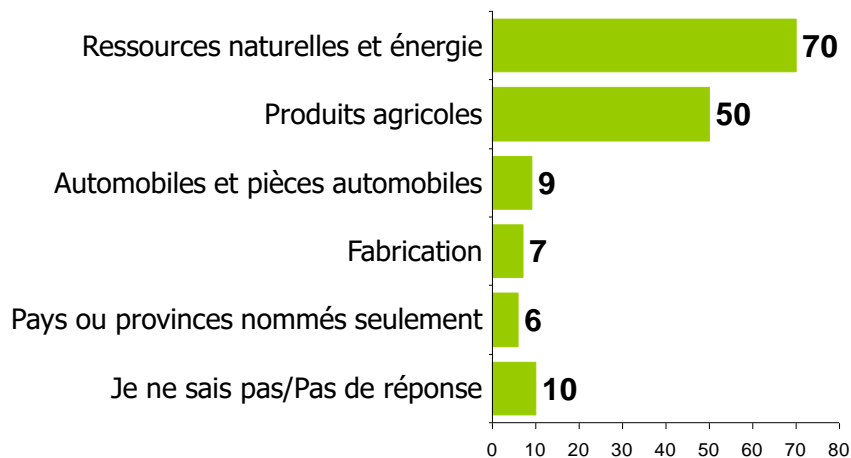
## 2.4 PRINCIPAUX SECTEURS D'EXPORTATION DU CANADA

En ce qui concerne les deux plus grands secteurs d'exportation du Canada, sept personnes sur dix citent les ressources naturelles et l'énergie (70 %), alors que la moitié (50 %) mentionne les produits agricoles. Parmi les autres réponses communes figurent l'industrie automobile (9 %) et le secteur de la fabrication (7 %).

- En comparaison avec les femmes, les hommes sont plus enclins à mentionner les ressources naturelles et l'énergie (75 %, alors que cette proportion est de 66 % chez les femmes).
- La fréquence de la mention du secteur agricole augmente avec l'âge (de 43 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 58 % chez les 65 ans et plus).
- Les résidents de la Saskatchewan et du Manitoba ont plus tendance à citer les produits agricoles (69 %, comparativement à 50 p cent à l'échelle du pays).

### Principaux secteurs d'exportation du Canada

**Q.** Selon vous, quels secteurs représentent la plus grande part des exportations canadiennes? [OUVERTE/MAXIMUM DE DEUX RÉPONSES ACCEPTÉES]



*Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.*

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



# 3. Avantages du commerce international

## 3.1 IMPORTANCE DU COMMERCE INTERNATIONAL

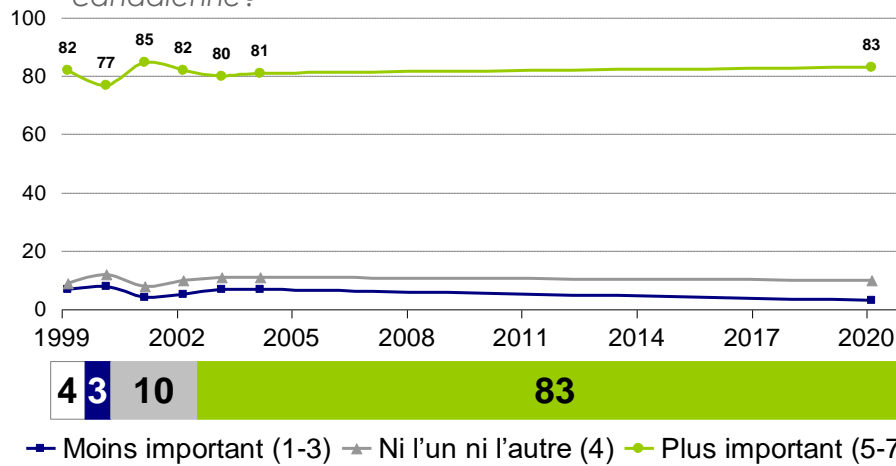
Les résultats donnent à penser que les Canadiens croient que le commerce a grandi en importance au cours des dix dernières années. Environ huit répondants sur dix (83 %) affirment que le commerce est de plus en plus important, alors que seulement trois pour cent croient qu'il perd de l'importance. Dix pour cent disent que le commerce n'est ni plus important ni moins important qu'il y a dix ans. Le suivi révèle que ces résultats sont en grande partie demeurés les mêmes au cours des vingt dernières années.

- La probabilité de croire que le commerce a grandi en importance au cours des dernières années augmente avec l'âge (de 65 % chez les répondants de moins de 35 ans, cette proportion passe à 90 % chez les gens âgés de 65 ans ou plus).

Les gens qui croient que le commerce a grandi en importance au cours des dix dernières années ont été invités à expliquer leur réponse. Ces répondants proposent diverses raisons, notamment une mondialisation accrue (13 %), une interdépendance croissante entre les pays (11 %), les avantages économiques du commerce (8 %), le besoin de marchés plus diversifiés (7 %) et notre dépendance économique au commerce (7 %).

## Importance du commerce international

Q. Diriez-vous qu'au cours des 10 dernières années, le commerce international est devenu moins important ou plus important en ce qui concerne sa contribution à l'économie canadienne?

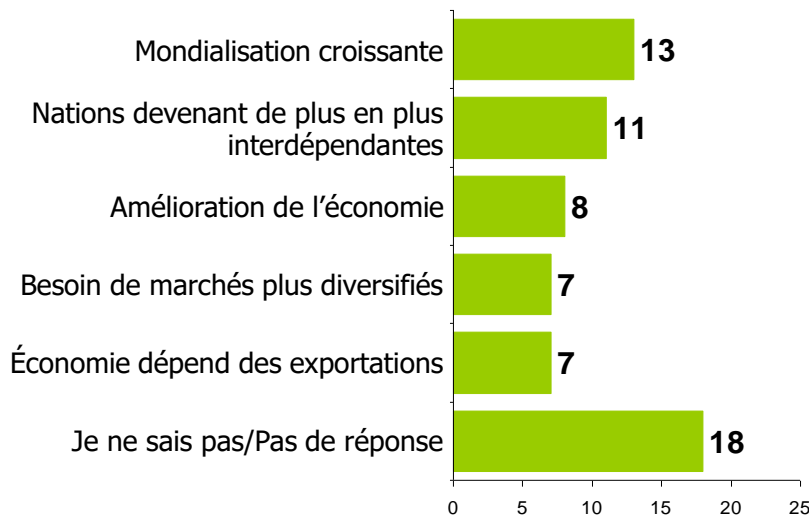


Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Raisons de l'importance grandissante du commerce

Q. [SI PLUS IMPORTANT] Pourquoi croyez-vous cela? [OUVERTE]



Note : Seules les réponses choisies par au moins 7 % des répondants sont affichées ci-dessus.

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Affirme que le commerce est plus important; 6-19 février 2020, n=1 742, marge d'erreur de +/- 2,4 %, 19 fois sur 20

## 3.2 BÉNÉFICIAIRES PERÇUS DU COMMERCE

Les résultats révèlent que les Canadiens sont divisés lorsque vient le temps d'identifier les principaux bénéficiaires du commerce international. Un peu plus de la moitié des répondants (54 %) croient que le commerce profite à la plupart des Canadiens sous la forme d'emplois, de revenus fiscaux et d'une meilleure offre de produits et de services. Toutefois, quatre personnes sur dix (42 %) ont un point de vue plus négatif et sont d'avis que le commerce international profite presque exclusivement aux grandes sociétés et aux investisseurs riches. Ces constatations sont inchangées depuis 2001.

- Le point de vue selon lequel le commerce profite à des Canadiens de toutes les couches de la société augmente avec l'âge (de 45 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 67 % chez les 65 ans et plus). À l'inverse, la probabilité de croire que le commerce sert principalement les intérêts des riches diminue avec l'âge (de 51 % chez les gens âgés de moins de 35, cette proportion passe à 31 % chez les 65 ans et plus).
- À l'échelle des régions, les résidents de l'Alberta sont plus enclins à dire que le commerce est très avantageux (65 %, comparativement à 54 % en moyenne), tandis que les Québécois sont plus susceptibles de dire que le commerce profite aux riches (52 % contre 42 %).
- Les gens qui s'identifient comme des membres de la communauté LGBTQ2 sont plus enclins à croire que le commerce profite de façon disproportionnée aux personnes se trouvant dans le haut de l'échelle socio-économique du Canada (62 %, par rapport à 42 % en moyenne).

## Bénéficiaires perçus du commerce

Q. Lequel des deux énoncés suivants se rapproche le plus de votre point de vue?

### Février 2020



BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

### Avril 2001



BASE : Canadiens; 28 mars au 6 avril 2001 (n=1 204), marge d'erreur de +/- 2,8 %, 19 fois sur 20

NSP/PDR

Le commerce international profite principalement aux grandes entreprises et aux investisseurs riches, et il en reste peu pour les Canadiens moyens

Les avantages du commerce international percolent dans l'économie et la plupart des Canadiens en profitent par le biais d'emplois, des impôts que paient les sociétés et d'un meilleur choix de biens qui sont offerts aux consommateurs

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

### 3.3 RÉPERCUSSIONS DU COMMERCE INTERNATIONAL

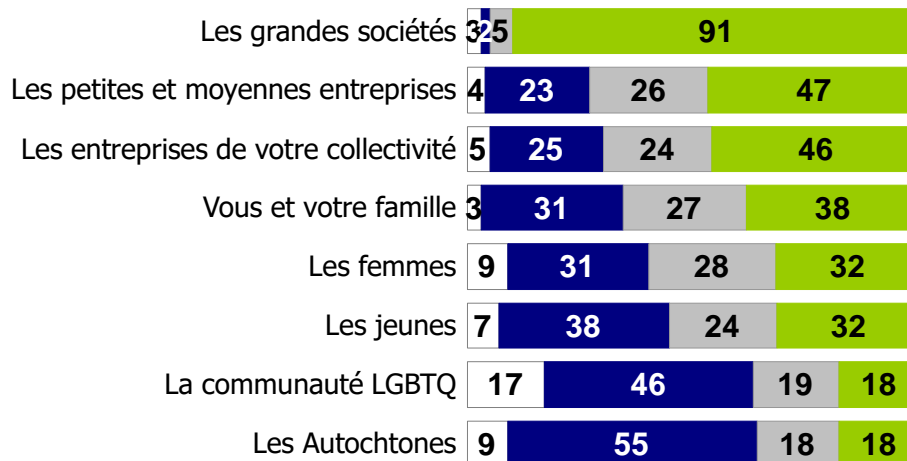
Les résultats donnent également à penser que les Canadiens estiment que le commerce profite principalement aux grandes entreprises, mais qu'il offre beaucoup moins d'avantages aux communautés plus marginalisées du Canada. Lorsqu'interrogés sur la mesure dans laquelle divers groupes profitent du commerce international, neuf répondants sur dix (91 %) affirment que les grandes sociétés en profitent beaucoup. Un peu moins de la moitié des répondants estime que les petites et moyennes entreprises et les entreprises communautaires en profitent dans la même mesure (47 % et 46 %, respectivement). Quatre personnes sur dix (38 %) croient profiter personnellement du commerce international, et un tiers seulement croient que les femmes ou les jeunes en profitent (32 % chacun). Très peu de gens sont d'avis que les membres de la communauté LGBTQ2 ou les Autochtones profitent du commerce (18 % chacun).

Le suivi révèle une augmentation de six points depuis 2004 dans la proportion des Canadiens qui croient que les grandes sociétés tirent de nombreux avantages du commerce international.

- Les hommes sont invariablement plus susceptibles de déclarer que tous les groupes profitent du commerce international. Par exemple, 52 pour cent d'entre eux déclarent que des entreprises communautaires tirent des avantages considérables du commerce, comparativement à 42 pour cent des femmes.
- Les résidents de l'Alberta sont plus susceptibles de dire que le commerce international contribue au bien-être des entreprises locales (56 % contre 46 % en moyenne), des citoyens moyens (51 % contre 38 %) et des peuples autochtones (29 % contre 18 %).

## Répercussions du commerce international

Q. D'après vous, à quel point le commerce international est-il avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada?



□ NSP/PDR ■ Pas du tout (1-3) ■ Moyennement (4) ■ Énormément (5-7)

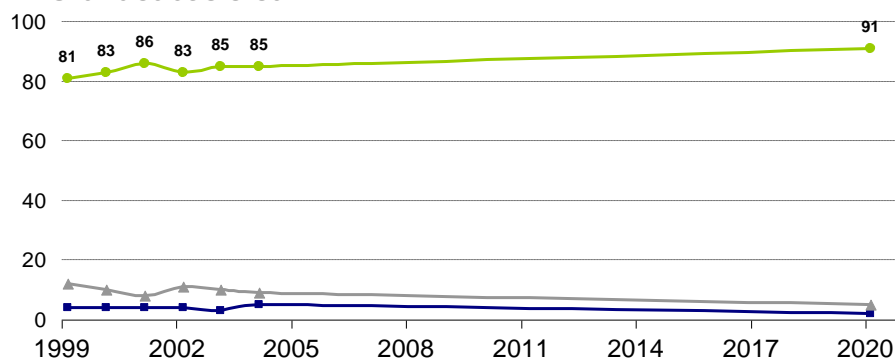
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : Les grandes sociétés

Q. D'après vous, à quel point le commerce international est-il avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada?

### Grandes sociétés



■ Pas du tout (1-3) ▲ Moyennement (4) ● Énormément (5-7)

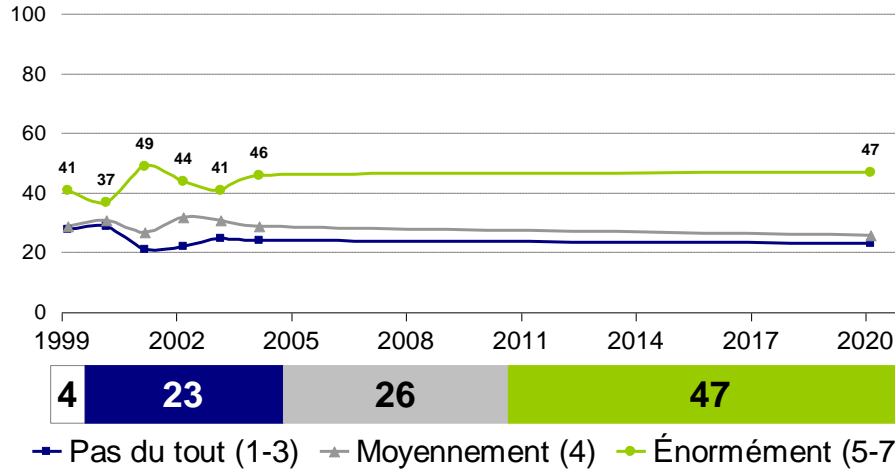
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : PME

Q. D'après vous, à quel point le commerce international est-il avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada?

### Petites et moyennes entreprises (PME)



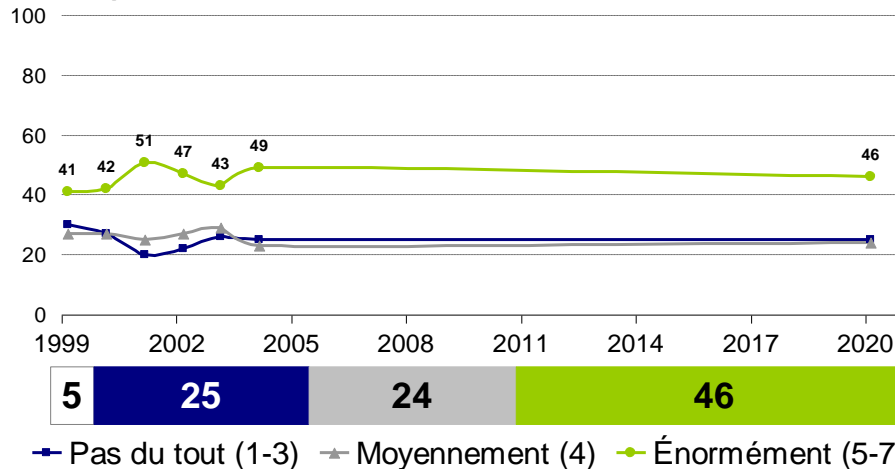
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : Entreprises locales

Q. D'après vous, à quel point le commerce international est-il avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada?

### Entreprises de votre collectivité



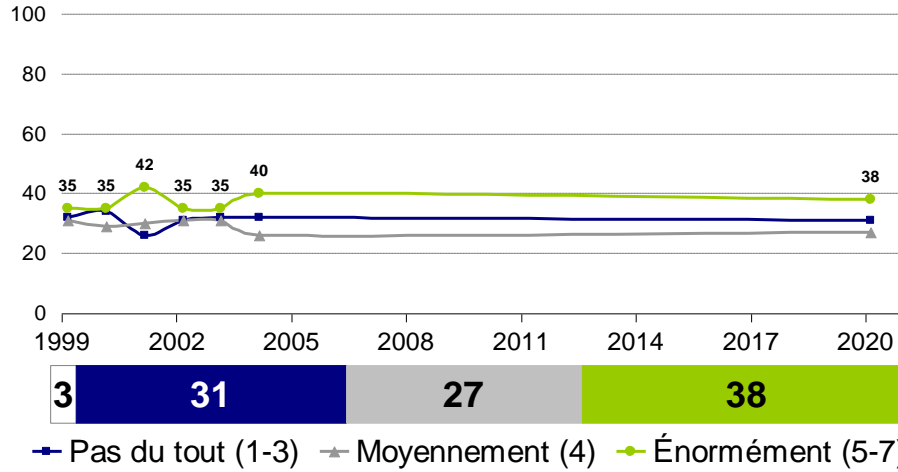
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : Particuliers canadiens

Q. D'après vous, à quel point le commerce international est-il  
avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada?

### Vous et votre famille



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



## 3.4 RÉPERCUSSIONS DES INVESTISSEMENTS INTERNATIONAUX

Les répondants étaient invités à mentionner les avantages des investissements canadiens dans d'autres pays et les répercussions des investissements étrangers au Canada. Plus de la moitié des répondants (52 %) affirment que les Canadiens profitent considérablement d'investissements à l'étranger, tandis que le quart (23 %) affirment que le pays en profite dans une certaine mesure. Un Canadien sur cinq (19 %) affirme que les Canadiens en profitent peu, si c'est le cas, grâce aux investissements d'entreprises canadiennes dans d'autres pays.

Les investissements étrangers au Canada suscitent des réactions encore plus favorables. Sept personnes sur dix (72 %) estiment que le pays profite grandement de ces investissements, et seulement dix pour cent déclarent que les investissements étrangers ont peu ou pas de conséquence.

### Répercussions des investissements internationaux

#### Investissements canadiens à l'étranger

Q. À quel point croyez-vous que les entreprises canadiennes qui investissent dans d'autres pays profitent au Canada?



#### Investissements étrangers au Canada

Q. En utilisant la même échelle, dans quelle mesure croyez-vous que les entreprises internationales qui investissent au Canada profitent à l'économie canadienne?



□ NSP/PDR ■ Pas du tout (1-3) ■ Moyennement (4) ■ Énormément (5-7)

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



# 4. Marque du Canada

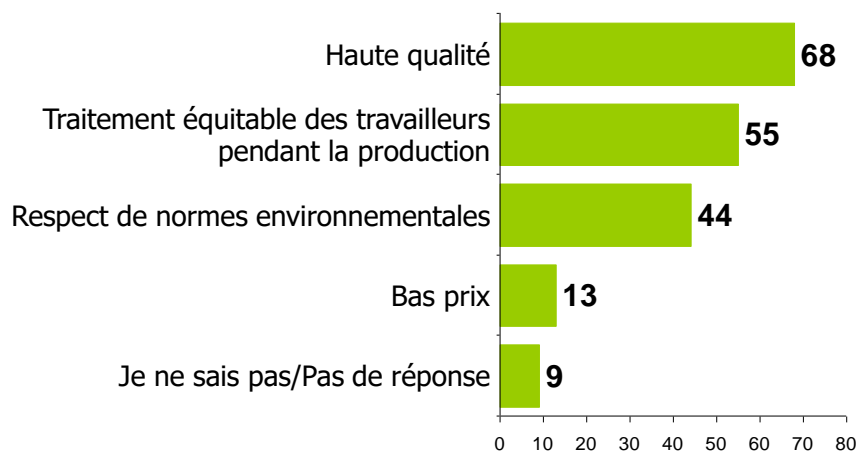
## 4.1 RÉPUTATION DES PRODUITS CANADIENS

En ce qui concerne les principales raisons pour lesquelles les produits canadiens sont connus à l'échelle internationale, les deux tiers (68 %) des répondants affirment que nos produits sont reconnus pour leur qualité supérieure. Un peu plus de la moitié (55 %) mentionne le traitement équitable réservé aux travailleurs au Canada, tandis qu'un peu plus de quatre personnes sur dix (44 %) déclarent que le respect des normes environnementales du pays est à la base de la réputation du Canada. Seul un répondant sur huit (13 %) croit que les produits canadiens sont reconnus pour leurs bas prix. Neuf pour cent ne donnent pas de réponse.

- La probabilité de citer la qualité supérieure des produits canadiens augmente avec l'âge (de 62 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 77 % chez les 65 ans et plus).
- La perception selon laquelle les produits canadiens sont mieux connus en raison des normes environnementales rigoureuses auxquelles ils adhèrent est plus répandue en Alberta (57 %, contre 44 % à l'échelle nationale).

### Réputation des produits canadiens

**Q.** Selon vous, pour quelle raison les produits canadiens sont-ils les plus connus à l'échelle internationale? [PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES]



Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

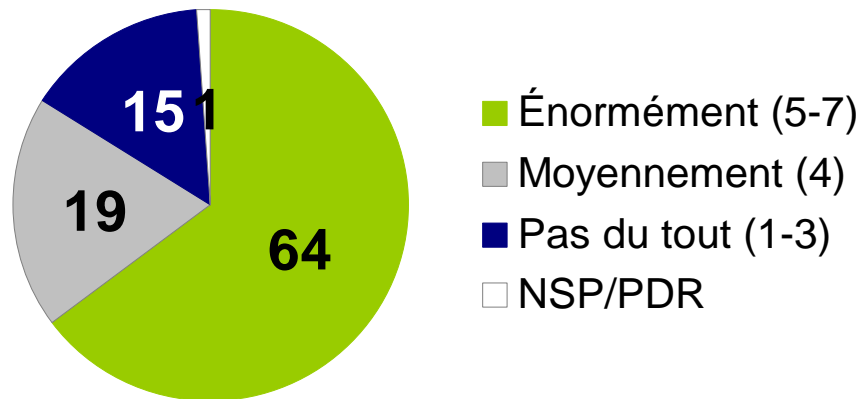
## 4.2 RÉPUTATION DES PRODUITS CANADIENS

Les résultats suggèrent que le pays dans lequel un produit est produit est un facteur important dans les décisions d'achat des consommateurs. Pour environ les deux tiers des Canadiens (64 %), le pays d'origine est un facteur important dans la décision d'acheter un produit en particulier, tandis qu'une personne sur cinq (19 %) dit que ce facteur a une incidence modérée sur ses décisions. Une personne sur sept (15 %) ne croit pas être influencée par le pays d'origine d'un produit.

- L'importance du pays d'origine dans les décisions d'achat augmente graduellement avec l'âge (de 55 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 72 % chez les 65 ans et plus).

### Poids du pays d'origine dans les décisions d'achat

**Q.** Dans quelle mesure l'origine du pays qui produit ou fabrique un produit influence-t-elle votre décision d'acheter le produit?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

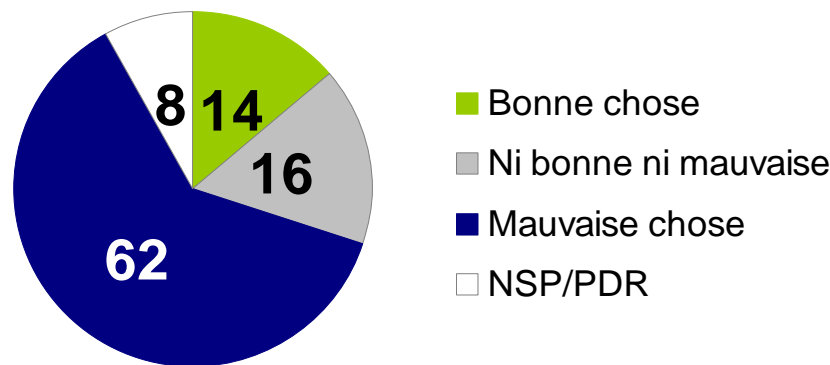
## 4.3 POINTS DE VUE SUR LE PROTECTIONNISME

Les répondants, après avoir lu une brève description du protectionnisme, étaient invités à indiquer s'ils considèrent la montée du protectionnisme comme une bonne chose ou une mauvaise chose pour le Canada. Les résultats révèlent que la plupart des Canadiens (62 %) sont d'avis que le protectionnisme est une mauvaise chose. Une personne sur sept (14 %) croit que le protectionnisme est une bonne chose et à peu près la même proportion (16 %) croit que ce n'est ni une bonne chose ni une mauvaise chose.

- Le point de vue selon lequel le protectionnisme est une mauvaise chose est relativement plus fréquent chez les personnes de 65 ans et plus (71 %, contre 62 % en moyenne) et chez les hommes (66 %, contre 57 % des femmes).
- La désapprobation à l'égard du protectionnisme augmente avec le niveau de scolarité (de 50 % chez les diplômés du secondaire, cette proportion passe à 68 % chez les gens qui ont fait des études universitaires).

### Points de vue sur le protectionnisme

**Q.** *Beaucoup de gens parlent de l'augmentation du protectionnisme aux États-Unis et en Europe, ce qui comprend notamment l'opposition grandissante au commerce et à la mondialisation. En général, croyez-vous que la hausse du protectionnisme est une bonne chose ou une mauvaise chose pour le Canada?*



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



# 5. Possibilités commerciales

## 5.1 RÉPERCUSSIONS DU COMMERCE SUR LES NORMES ENVIRONNEMENTALES

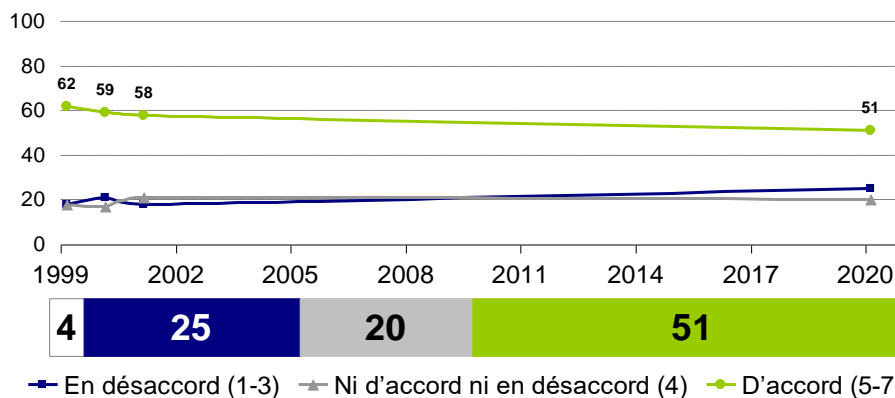
Les résultats suggèrent que les répondants ne s'inquiètent que dans une certaine mesure de l'impact du commerce sur les normes environnementales internationales. Seule la moitié (51 %) d'entre eux convient que l'augmentation du commerce international est susceptible de faire en sorte que les pays baissent leurs normes environnementales pour être plus concurrentiels, tandis que le quart (25 %) n'est pas d'accord. Le suivi révèle une baisse constante de la proportion des répondants qui est d'accord avec cet énoncé au cours des vingt dernières années (51 %, contre 62 % en 1999).

- Les répondants qui s'identifient comme des membres de la communauté LGBTQ2 sont beaucoup plus susceptibles de s'inquiéter de la probabilité que l'augmentation du commerce international amène des pays à réduire leurs normes environnementales pour être plus concurrentiels (68 %, comparativement à 51 % en moyenne).

### Répercussions du commerce sur les normes environnementales

**Q.** Veuillez me dire la mesure dans laquelle vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

**Je crains que l'augmentation du commerce international puisse entraîner les pays à baisser leurs normes environnementales pour être plus concurrentiels**



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

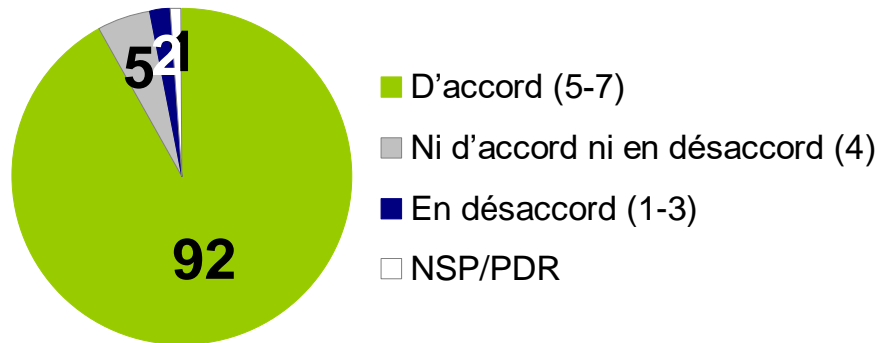
## 5.2 IMPORTANCE DES INTÉRÊTS CANADIENS

Sans surprise, les répondants estiment que le Canada devrait protéger ses intérêts en matière de commerce international. Lorsqu'on leur demande s'ils sont d'accord ou en désaccord avec le fait que le Canada devrait tenir compte des intérêts des Canadiens dans l'approche qu'elle adopte en matière de commerce international, une majorité écrasante (92 %) se dit d'accord, alors que le désaccord est pratiquement inexistant (2 %).

### Importance des intérêts canadiens

**Q.** Veuillez me dire la mesure dans laquelle vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

***Le Canada devrait tenir compte des intérêts des Canadiens dans son approche en matière de commerce international***



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



## 5.3 COMMERCE INTERNATIONAL ET ENJEUX SOCIAUX

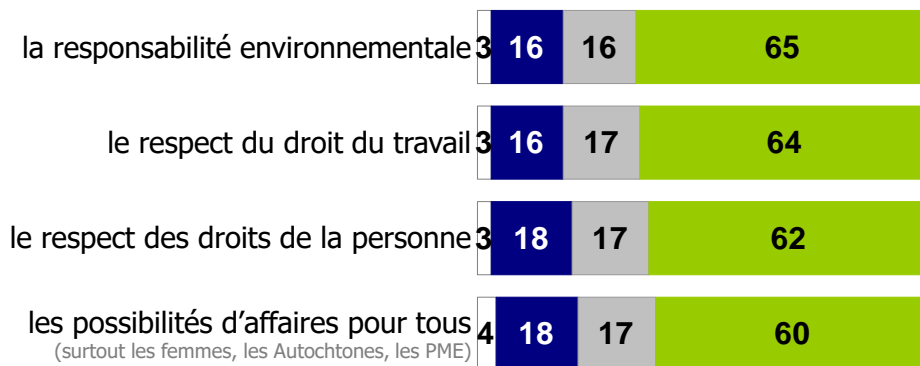
Les résultats montrent que le commerce international est en grande partie considéré comme une occasion de promouvoir certains objectifs sociaux pour le Canada. Environ les deux tiers des Canadiens considèrent le commerce comme une bonne façon de promouvoir la responsabilité environnementale (65 %) et le respect des droits des travailleurs (64 %). Plus de six personnes sur dix disent que le commerce est un moyen efficace de favoriser le respect des droits de la personne (62 %) et de promouvoir des débouchés commerciaux pour tous (60 %).

- Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de convenir que le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir le respect des droits des travailleurs (69 %, contre 59 % des hommes) et des droits de la personne (67 % contre 57 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus sont plus susceptibles de considérer le commerce international comme un moyen pour le Canada de promouvoir des débouchés commerciaux pour tous (69 %, contre 60 % en moyenne).

### Commerce international comme outil de promotion

**Q.** Veuillez me dire la mesure dans laquelle vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

**Le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir...**



□ NSP/PDR ■ En désaccord (1-3) ■ Ni d'accord ni en désaccord (4) ■ D'accord (5-7)

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20



# 6. Connaissance du commerce et des accords de libre-échange du Canada

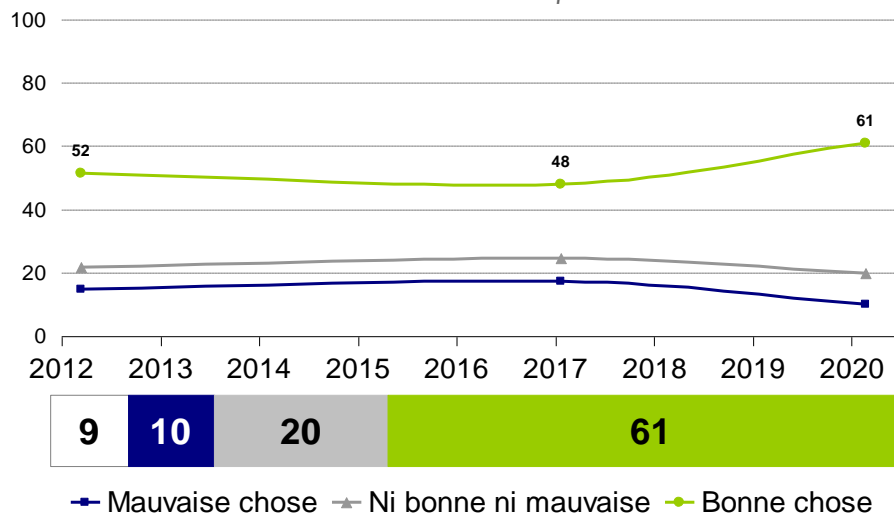
## 6.1 SOUTIEN AU LIBRE-ÉCHANGE

Les résultats suggèrent que les Canadiens appuient généralement le libre-échange. À la question à savoir si le libre-échange est une bonne ou une mauvaise chose pour le Canada, six répondants sur dix (61 %) disent que c'est une bonne chose, alors qu'un Canadien sur dix (10 %) pense que c'est une mauvaise chose. Le suivi révèle une augmentation de 13 points du soutien au libre-échange au cours des trois dernières années.

- Les hommes ont plus tendance à croire que le libre-échange est une bonne chose (69 %, comparativement à 61 % en moyenne).
- Les résidents de l'Alberta et les gens âgés de 65 ans et plus sont plus susceptibles de voir les avantages du libre-échange (72 % et 71 %, respectivement, comparativement à 61 % en moyenne).

### Soutien au libre-échange

**Q.** Davantage de libre-échange serait-il une bonne chose ou une mauvaise chose pour le Canada?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

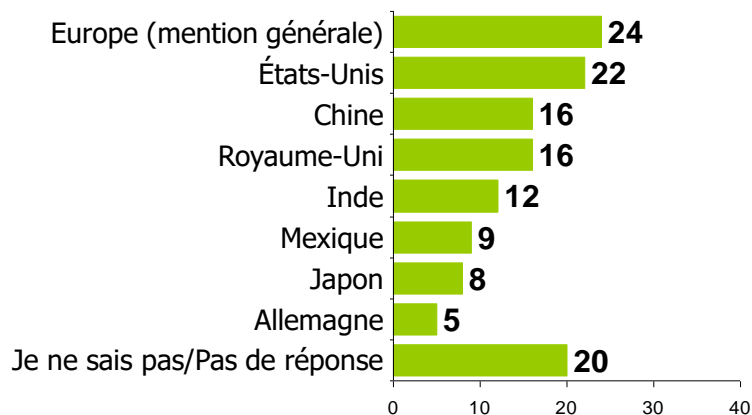
## 6.2 POTENTIEL D'UN COMMERCE ACCRU

Les répondants ont été interrogés, sans recevoir de pistes de réponse, sur le pays avec qui, selon eux, le Canada devrait essayer de tisser le plus de liens. Le quart des répondants (24 %) croient que le Canada devrait tisser davantage de liens avec l'Europe, alors qu'une moindre proportion (22 %) mentionne les États-Unis. Environ un Canadien sur six croit que le Canada devrait accroître ses relations commerciales avec la Chine et avec le Royaume-Uni (16 % chacun), alors qu'une moindre proportion (12 %) mentionne l'Inde. Parmi les autres réponses fréquentes figurent le Mexique (9 %), le Japon (8 %) et l'Allemagne (5 %).

- En comparaison avec les femmes, les hommes sont un peu plus enclins à considérer la Chine comme un partenaire commercial présentant plus de potentiel (21 %, alors que cette proportion est de 11 % chez les femmes).
- La probabilité de mentionner les États-Unis comme un partenaire commercial présentant un potentiel élevé diminue avec le niveau de scolarité (de 29 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 18 % chez les diplômés universitaires). Inversement, la préférence pour l'expansion du commerce avec l'Europe augmente avec le niveau de scolarité (de 16 % à 27 %).
- Les résidents de l'Alberta sont plus enclins à déclarer que le Canada devrait tisser plus de liens avec les États-Unis (31 %, par rapport à 22 % à l'échelle du pays).

## Potentiel d'un commerce accru

**Q.** Au cours des dernières décennies, le Canada a ouvert son commerce à de nombreux pays. Selon vous, avec quels pays le Canada devrait-il essayer de tisser le plus de liens?  
[OUVERTE/MAXIMUM DE DEUX RÉPONSES ACCEPTÉES]



*Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.*

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

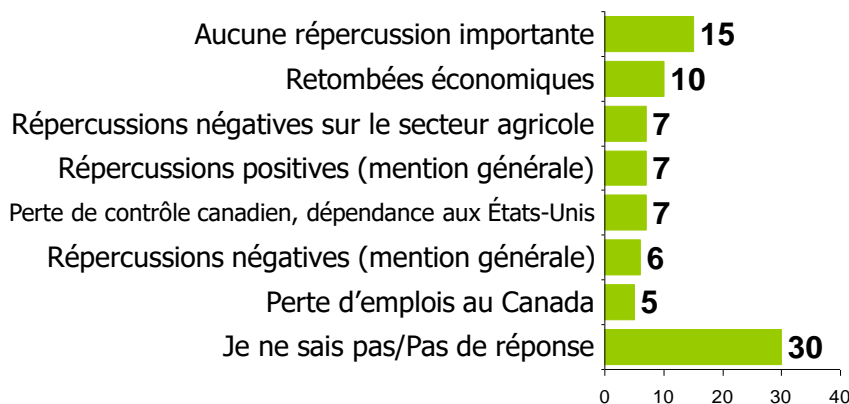
## 6.3 RÉPERCUSSIONS DE L'ACEUM

Les répondants ont été interrogés, toujours sans recevoir de pistes de réponse, sur les répercussions qu'aura l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) sur les Canadiens et les Canadiennes. Les réponses varient et ne s'articulent pas autour d'un seul thème, ce qui suggère une compréhension limitée de l'accord. Une personne sur sept (15 %) affirme qu'il n'aura pas une incidence importante, alors qu'une personne sur dix (10 %) croit que l'économie (en général) en profitera. Un peu moins d'une personne sur dix prévoit des répercussions négatives sur le secteur agricole, une plus grande dépendance aux États-Unis ou des impacts positifs non précisés (7 % chacun). Une grande proportion de répondants (30 %) ne donne pas de réponse, ce qui laisse entendre encore une fois un manque de compréhension de l'accord.

- Les hommes ont une plus grande tendance à affirmer que l'ACEUM n'aura pas de répercussions importantes sur les Canadiens (20 %, par rapport à 11 % des femmes).
- La probabilité de déclarer que le nouvel accord commercial n'aura pas une incidence notable augmente avec le niveau de scolarité (de 10 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 18 % chez les diplômés universitaires).

### Répercussions de l'ACEUM

**Q.** *Comme vous le savez peut-être, le Canada, les États-Unis et le Mexique ont récemment conclu l'Accord Canada-États-Unis-Mexique de libre-échange, qui vise à remplacer l'ALENA. Selon vous, quelles seront les répercussions de ce nouvel ALENA pour les Canadiens? [OUVERTE/MAXIMUM DE DEUX RÉPONSES ACCEPTÉES]*



*Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.*

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## 6.4 CONNAISSANCE ET POINTS DE VUE SUR LE PTPGP ET L'AECEG

Les Canadiens ont également été interrogés sur leur connaissance et sur leurs points de vue concernant deux accords commerciaux récemment signés : l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP) et l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECEG).

Les résultats démontrent que les répondants ne connaissent pas bien ces deux accords, mais ceux qui les connaissent expriment des points de vue positifs à leur égard.

### 6.4.1 Connaissance et points de vue sur le PTPGP

Lorsqu'invités à indiquer à quel point ils connaissent bien le PTPGP, la plupart des répondants disent ne pas le connaître très bien (40 %) ou ne pas le connaître du tout (30 %). Le quart seulement (26 %) déclare le connaître assez bien, et une proportion encore moins importante (2 %) croit le connaître très bien.

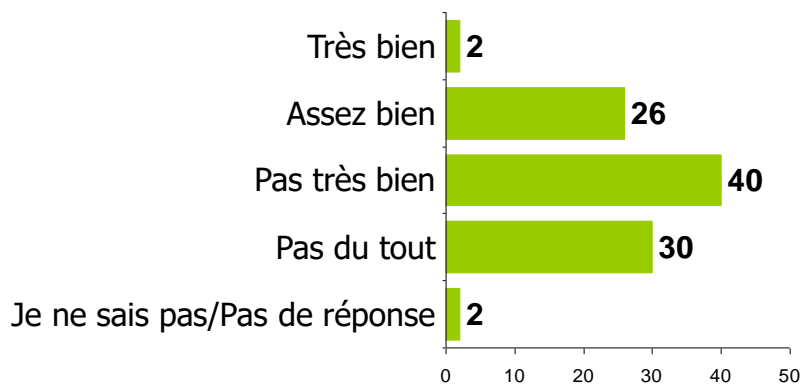
- La connaissance du PTPGP est plus élevée chez les hommes (40 % affirment connaître assez bien ou très bien l'accord, comparativement à 19 % des femmes).
- La connaissance du PTPGP augmente avec le niveau de scolarité des répondants (de 19 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 33 % chez les diplômés universitaires).
- Les résidents du Québec sont moins enclins à bien connaître le PTPGP (16 %, comparativement à 28 % en moyenne).
- Les répondants qui ne sont pas nés au Canada sont plus susceptibles de dire qu'ils connaissent bien l'accord (37 %, contre 27 % des Canadiens).

Malgré une connaissance limitée du PTPGP, les répondants qui le connaissent en ont des opinions favorables : plus de la moitié (51 %) croit qu'il a un impact plutôt positif sur le Canada et une personne sur cinq (22 %) est d'avis que son impact est très positif.

- Les points de vue positifs à l'égard du PTPGP augmentent avec l'âge (de 66 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 87 % chez les 65 ans et plus).

## Connaissance du PTPGP

**Q.** Comme vous le savez peut-être, le Canada a récemment signé l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), un accord de libre-échange entre le Canada et dix autres pays de la région Asie-Pacifique. À quel point connaissez-vous bien cet accord?

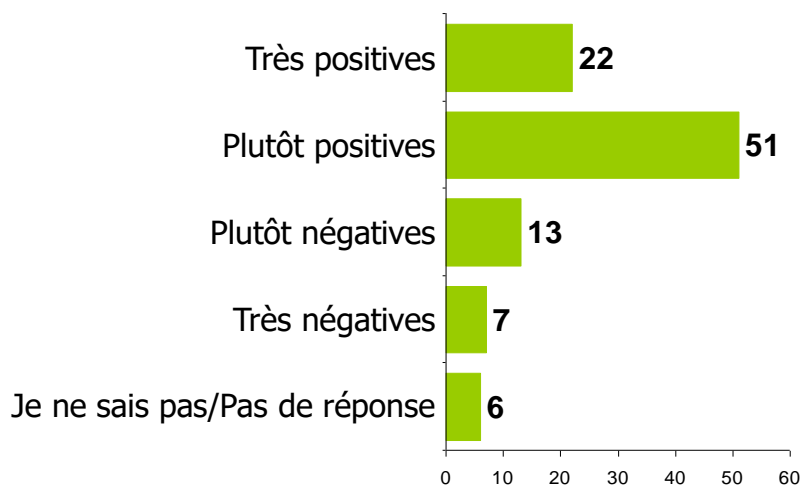


Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Points de vue sur le PTPGP

**Q.** [S'IL LE CONNAÎT ASSEZ BIEN OU TRÈS BIEN] Selon ce que vous savez, diriez-vous que les répercussions du PTPGP sur le Canada sont positives ou négatives?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Connaît le PTPGP; 6-19 février 2020, n=603, marge d'erreur de +/- 4,0 %, 19 fois sur 20



## 6.4.2 Connaissance et points de vue sur l'AECG

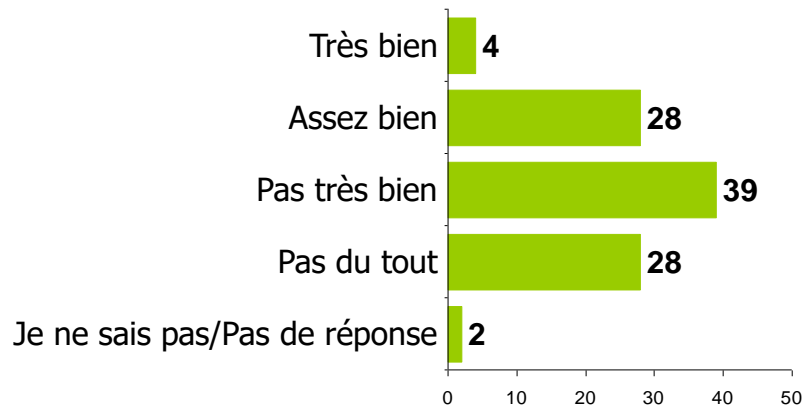
Les résultats révèlent que la connaissance de l'AECG est elle aussi plutôt limitée. La plupart des répondants ne le connaissent pas très bien (39 %) ou ne le connaissent pas du tout (28 %). Environ le quart (28 %) dit le connaître assez bien alors que seuls quatre pour cent le connaissent très bien.

- Comme dans le cas du PTPGP, les hommes sont beaucoup plus susceptibles de dire qu'ils connaissent bien l'AECG (43 % affirment le connaître assez bien ou très bien, comparativement à 21 % des femmes).
- La connaissance de l'AECG augmente avec le niveau de scolarité des répondants (de 22 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 37 % chez les diplômés universitaires).
- À l'échelle des régions, le niveau de connaissance est plus bas chez les résidents du Québec (22 %, comparativement à 32 % dans l'ensemble du pays).
- Les répondants qui ne sont pas nés au Canada sont plus susceptibles de connaître l'AECG (42 %, contre 31 % des répondants nés au Canada).

Comme pour le PTPGP, malgré une faible connaissance, les personnes qui connaissent l'accord ont des opinions très favorables à son sujet : plus de la moitié (54 %) déclare que l'impact de l'AECG sur le Canada est assez positif, et trois répondants sur dix (30 pour cent) affirment que son impact est très positif. Un répondant sur dix (11 %) affirme que l'impact est négatif.

## Connaissance de l'AECG

**Q.** Comme vous le savez peut-être, le Canada a récemment signé l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG), un accord de libre-échange entre le Canada, l'Union européenne et ses États membres. À quel point connaissez-vous bien cet accord?

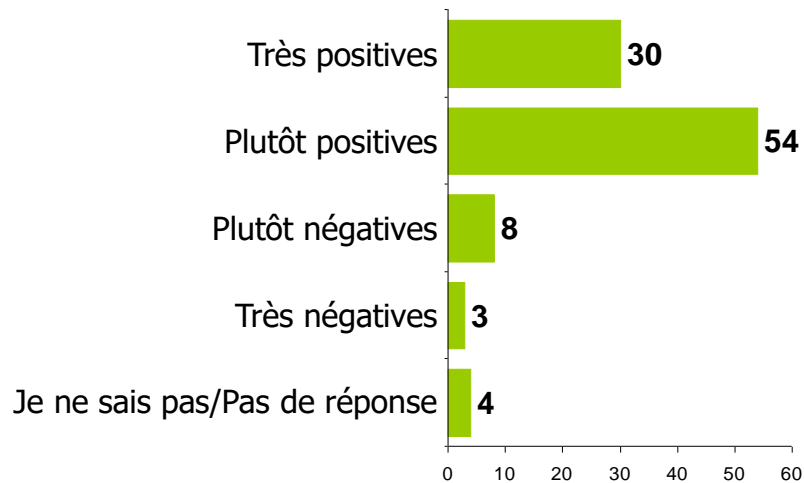


Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Points de vue sur l'AECG

**Q.** [S'IL LE CONNAÎT ASSEZ BIEN OU TRÈS BIEN] D'après ce que vous savez, diriez-vous que les répercussions de l'AECG sur le Canada sont positives ou négatives?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Connaît bien l'AECG; 6-19 février 2020, n=676, marge d'erreur de +/- 3,8 %, 19 fois sur 20

# 7. Connaissance des programmes gouvernementaux

## 7.1 CONNAISSANCE DE PROGRAMMES DU GDC

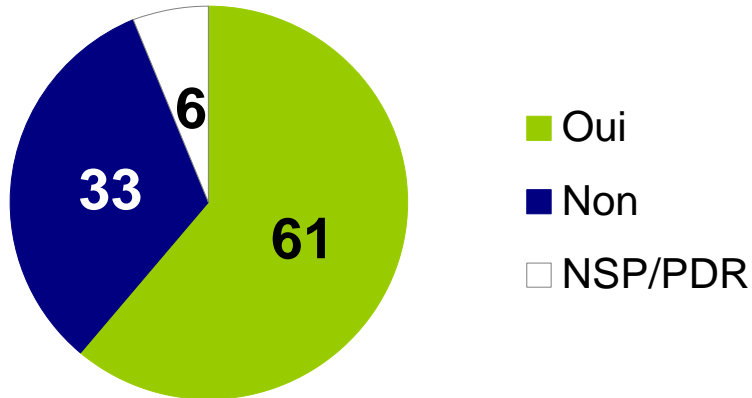
Les résultats révèlent que les Canadiens connaissent assez bien les programmes qu'offre le gouvernement fédéral pour aider les entreprises à faire des affaires à l'étranger. Six répondants sur dix (61 %) affirment connaître ces programmes, alors que le tiers (33 %) déclare le contraire.

- Les hommes ont beaucoup plus tendance que les femmes à connaître ces programmes (70 % et 53 % respectivement).
- La connaissance de ces programmes augmente graduellement avec l'âge (de 51 % chez les gens âgés de moins de 35 ans, cette proportion passe à 70 % chez les 65 ans et plus).
- La connaissance tend également à augmenter avec le niveau de scolarité (de 49 % chez les gens qui n'ont fait que des études secondaires, cette proportion passe à 68 % chez les diplômés universitaires).
- Les résidents du Québec sont un peu plus susceptibles de connaître ces programmes (69 % par rapport à 61 % à l'échelle nationale).

Cependant, lorsqu'on leur demande d'expliquer leur réponse, la plupart de ces répondants (61 %) ne peuvent pas nommer un programme en particulier. Exportation et développement Canada (12 %) et la Banque de développement du Canada (8 %) sont les programmes qui font le plus souvent objet d'une mention chez les répondants aptes à donner une réponse.

## Connaissance de programmes du GdC

Q. Savez-vous que le gouvernement du Canada a des programmes dont l'objectif est d'aider des entreprises à faire des affaires à l'étranger?



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

# 8. Répercussions directes sur les Canadiens

## 8.1 RÉPERCUSSIONS DU COMMERCE INTERNATIONAL

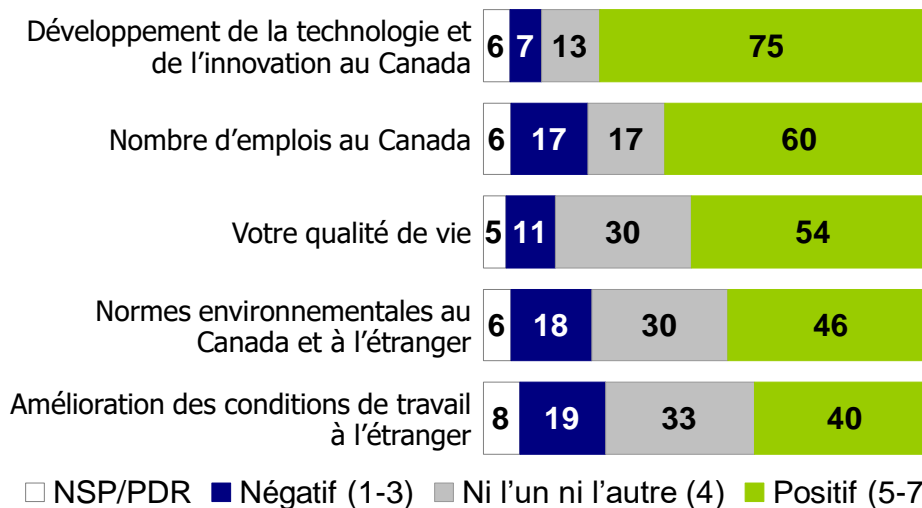
En harmonie avec les autres constatations, les résultats révèlent des impressions positives de l'impact du commerce international. Dans une grande mesure, les trois quarts (75 %) des répondants croient que les activités de commerce international du Canada ont un impact positif sur le développement de la technologie et de l'innovation au Canada, et six personnes sur dix (60 %) affirment qu'il a un impact positif sur le nombre d'emplois au Canada. Un peu plus de la moitié (54 %) des Canadiens estime que la qualité de vie des Canadiens s'est améliorée grâce au commerce international, tandis qu'un peu moins de la moitié (46 %) déclare que les normes environnementales au Canada et à l'étranger se sont améliorées en raison du commerce. Quatre personnes sur dix (40 %) croient que le commerce international du Canada a un impact positif sur l'amélioration des conditions de travail à l'étranger. Moins d'un répondant sur cinq affirme que le commerce international a un impact négatif dans l'un ou l'autre de ces domaines.

Le suivi révèle que les impressions relatives à l'impact qu'a le commerce international sur le développement de la technologie et de l'innovation au Canada ainsi que sur le nombre d'emplois au Canada sont demeurées stables au cours des vingt dernières années.

- Les hommes sont plus susceptibles de déclarer que leur qualité de vie s'est améliorée grâce au commerce international (59 %, contre 49 % des femmes).
- Les gens âgés de 65 ans et plus sont plus susceptibles d'estimer que le commerce international a un impact positif sur le nombre d'emplois au Canada (69 %, par rapport à 60 % en moyenne).

## Répercussions du commerce international

Q. D'après vous, quel impact le commerce international du Canada a-t-il dans chacun des domaines suivants?



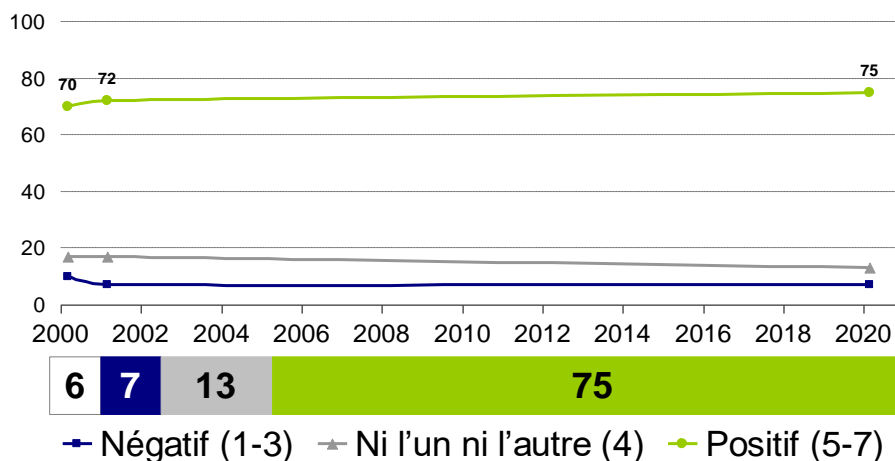
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : Dév. des technologies et de l'innovation au Canada

Q. D'après vous, quel impact le commerce international du Canada a-t-il dans chacun des domaines suivants?

**Développement de la technologie et de l'innovation au Canada**



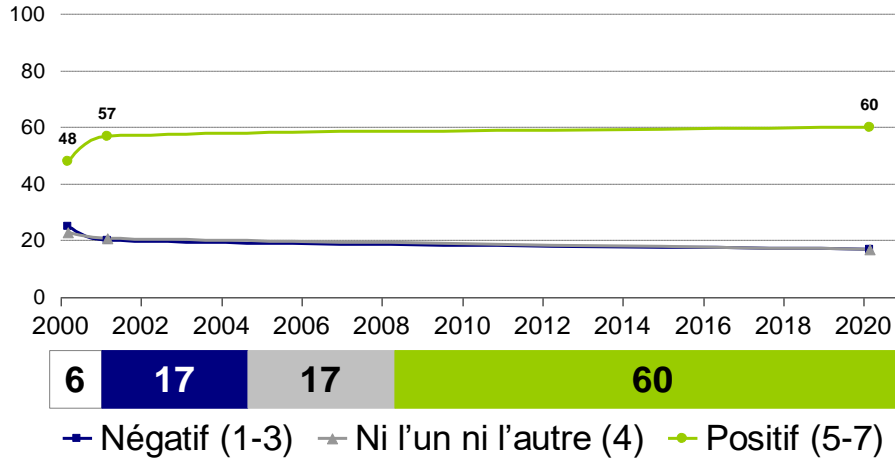
Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Répercussions du commerce international : Nombre d'emplois au Canada

Q. D'après vous, quel impact le commerce international du Canada a-t-il dans chacun des domaines suivants?

### Nombre d'emplois au Canada



Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## 8.2 AVANTAGES PERSONNELS DU COMMERCE INTERNATIONAL

Les résultats révèlent également que les Canadiens croient profiter personnellement du commerce international. Lorsqu'on leur demande s'ils croient tirer profit du commerce international à l'heure actuelle, environ six répondants sur dix (63 %) répondent à l'affirmative, alors que seul le quart (26 %) affirme le contraire.

- L'impression que le commerce international présente des avantages personnels augmente avec le niveau de scolarité. En effet, environ la moitié des répondants n'ayant fait que des études secondaires (53 %) affirment profiter du commerce, alors que cette proportion atteint 69 pour cent chez les diplômés universitaires.

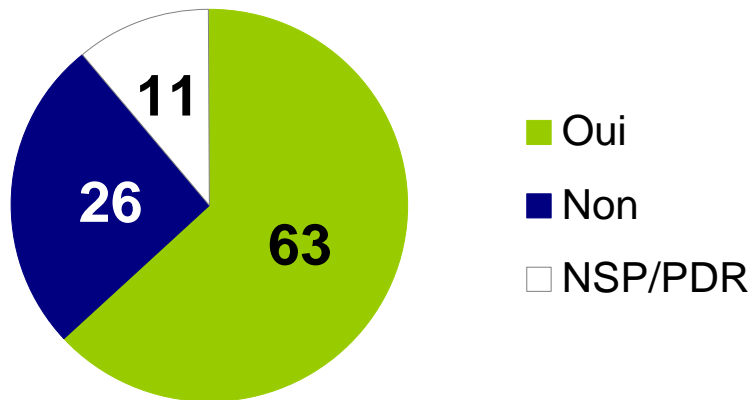
Parmi ceux qui croient en profiter, huit personnes sur dix (81 %) sont d'avis qu'il y a une plus vaste sélection de biens et de services, tandis que plus de la moitié évoque la création d'emplois (58 %), les avantages économiques (56 %) et des prix plus bas (51 %).

Parmi ceux qui ne croient pas profiter du commerce international, environ quatre personnes sur dix citent la qualité inférieure des produits fabriqués à l'étranger (41 %), les prix relativement plus élevés des produits importés (39 %), des inquiétudes environnementales (37 %) et des craintes liées aux pertes d'emploi au Canada (36 %). Trois personnes sur dix (28 %) affirment que le commerce international est mauvais pour l'économie canadienne en général.



## Avantages personnels du commerce international

Q. Pensez-vous que vous profitez actuellement du commerce international?

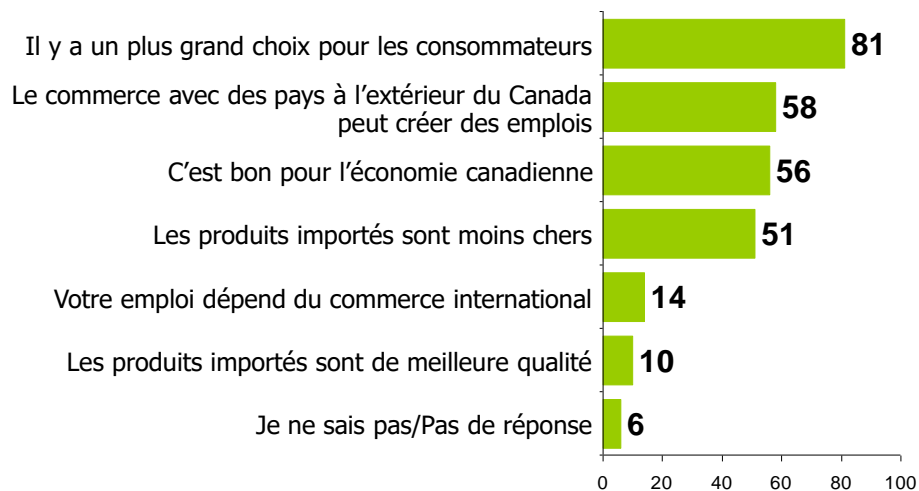


Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Canadiens; 6-19 février 2020, n=2 089, marge d'erreur de +/- 2,1 %, 19 fois sur 20

## Raisons de voir des avantages au commerce

Q. [LE CAS ÉCHÉANT] Pourquoi pensez-vous que vous tirez profit du commerce international? [PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES]



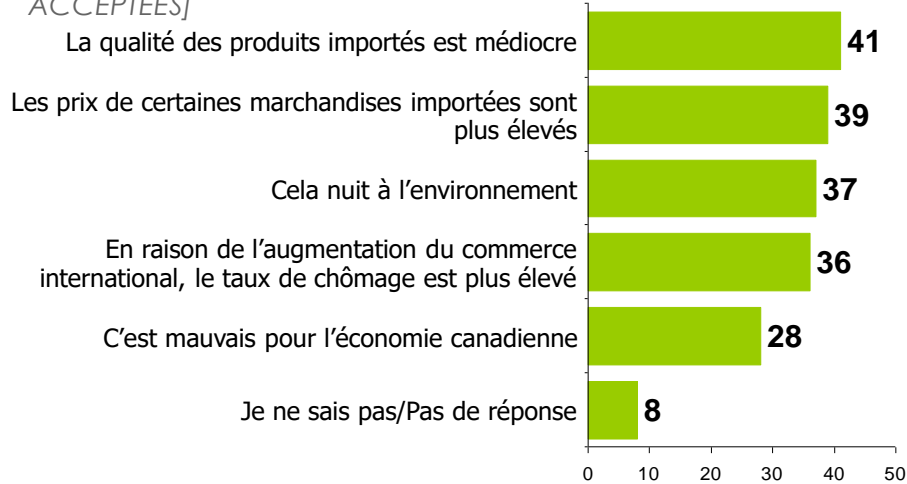
Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

BASE : Voit des avantages au commerce; 6-19 février 2020, n=1 299, marge d'erreur de +/- 2,7 %, 19 fois sur 20

## Raisons de ne pas voir d'avantages au commerce

**Q.** [SI CE N'EST PAS LE CAS] Pourquoi pensez-vous que vous ne tirez PAS profit du commerce international? [PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES]



*Note : Seules les réponses choisies par au moins 5 % des répondants sont affichées ci-dessus.*

Tous droits réservés 2020  
Aucune reproduction permise sans accord préalable

**BASE :** Ne voit pas d'avantages au commerce; 6-19 février 2020, n=1 299, marge d'erreur de +/- 2,7 %, 19 fois sur 20

## 9. Conclusions et implications

Les Canadiens ont généralement une vision positive du commerce international. Dans la plupart des indicateurs testés, les répondants considèrent que le commerce est avantageux pour le Canada, particulièrement lorsqu'il s'agit de favoriser l'innovation et de stimuler l'augmentation du nombre d'emplois. En effet, les trois quarts (75 %) des répondants croient que le commerce international du Canada a un impact positif sur le développement de la technologie et de l'innovation au Canada. De plus, la vaste majorité des Canadiens croient que le commerce est devenu plus important au cours des dernières années et sont en faveur de son accroissement. La plupart des Canadiens pensent profiter personnellement du commerce, les avantages perçus étant un plus grand choix pour les consommateurs, la baisse des prix et la création d'emplois.

Une des questions qui pose problème, cependant, est la perception voulant que le commerce international profite beaucoup plus aux grandes sociétés et aux riches. Les Canadiens sont divisés quant à savoir si les avantages du commerce international percolent dans l'économie, et ils doutent que les communautés les plus marginalisées du Canada, en particulier les Autochtones et les membres de la communauté LGBTQ2, tirent profit du commerce international. Néanmoins, la plupart des Canadiens considèrent le commerce comme un moyen de promouvoir des débouchés commerciaux pour ces groupes et d'autres objectifs sociaux.

En ce qui concerne l'approche qu'adopte le Canada en matière de commerce international, les répondants mentionnent plusieurs considérations importantes, particulièrement des questions économiques, comme la création d'emplois, le soutien aux entreprises canadiennes et l'innovation. Toutefois, le respect des normes liées à la santé et à l'environnement, la protection de la propriété intellectuelle, le partage plus équitable des avantages du commerce et la diversification des marchés d'exportation du Canada sont aussi des priorités de premier plan.

Compte tenu du niveau d'attention médiatique accordé à la renégociation de l'ALENA, il n'est pas surprenant de constater que le rappel des nouvelles liées au commerce international soit en hausse depuis 2001, l'ACEUM faisant l'objet de la plus grande attention. La connaissance des autres accords commerciaux qu'a récemment conclus le Canada (l'AECG et le PTPGP) est relativement faible, mais la plupart des gens qui connaissent bien ces accords sont optimistes quant à leur impact.

## Principales différences régionales et démographiques

Partout au pays, les Canadiens ont une impression très positive du commerce international et il n'y a pas de région où le commerce est perçu de façon négative. Les différences régionales, relativement peu importantes, suggèrent que les Albertains sont plus susceptibles d'y voir des avantages, tandis que les résidents du Québec sont un peu plus sceptiques. Par exemple, 72 pour cent des résidents de l'Alberta affirment que le libre-échange est une bonne chose, comparativement à 56 pour cent pour les résidents du Québec. Il est particulièrement important de noter que 52 pour cent des Québécois estiment que le commerce profite principalement aux riches, un sentiment qu'ont seulement 33 pour cent des Albertains. Les résidents du Québec sont également moins susceptibles de bien connaître les enjeux commerciaux actuels.

Tout au long du sondage, les hommes obtiennent constamment des notes plus élevées que les femmes en ce qui a trait à leur connaissance personnelle des questions liées au commerce international. Par exemple, 43 pour cent disent connaître l'AECG, comparativement à seulement 21 pour cent des femmes. Néanmoins, les hommes et les femmes expriment des points de vue généralement comparables en ce qui concerne le commerce. Cependant, il y a des différences par rapport aux avantages du commerce, les hommes ayant systématiquement une vision un peu plus positive à cet égard. Par exemple, 59 pour cent affirment que leur qualité de vie s'est améliorée grâce au commerce international, comparativement à 49 pour cent des femmes. Les femmes sont plus susceptibles de percevoir le commerce comme un moyen de promouvoir les droits des travailleurs et les droits de la personne. Elles ont aussi plus tendance à mentionner le soutien au secteur agricole, les normes environnementales et l'égalité des sexes comme des objectifs importants de futures négociations commerciales.

En général, les Canadiens plus âgés, en particulier les personnes de 65 ans et plus, ont des points de vue quelque peu plus positifs sur le commerce international, notamment en ce qui concerne ses répercussions sur l'emploi et sur l'économie. Par exemple, 69 pour cent des 65 personnes et plus affirment que le commerce a un impact positif sur le nombre d'emplois au Canada, comparativement à 60 pour cent en moyenne. Les Canadiens plus âgés sont également plus susceptibles de voir le commerce comme un moyen de promouvoir un éventail d'objectifs sociaux et économiques et ils accordent une importance particulière à la diversification des marchés d'exportation du Canada. Ils sont plus susceptibles de rejeter la notion selon laquelle le commerce profite exclusivement aux riches et sont plus susceptibles de considérer la montée du protectionnisme comme une mauvaise chose. Les Canadiens plus âgés sont plus susceptibles de tenir compte du pays d'origine dans leurs décisions d'achat, et ils sont plus enclins à considérer que les produits fabriqués au Canada sont reconnus pour leur qualité supérieure. La connaissance des enjeux liés au commerce augmente constamment avec l'âge.

La connaissance des enjeux liés au commerce augmente avec le niveau de scolarité, les diplômés universitaires affirmant constamment mieux connaître les divers accords commerciaux que conclut le Canada. Les Canadiens de tous les niveaux d'éducation ont des points de vue similaires sur le commerce, bien que les étudiants universitaires soient plus susceptibles de dire qu'ils profitent personnellement du commerce et que le protectionnisme est une mauvaise chose. Les gens qui n'ont fait que des études secondaires sont beaucoup plus susceptibles de considérer la baisse des prix et l'élargissement du choix des consommateurs comme une priorité clé.

## **Implications**

La conclusion la plus intéressante des résultats est peut-être le fait que les Canadiens demeurent unis et optimistes face au commerce international. Il y a une stabilité remarquable dans les attitudes positives liées au commerce et à la mondialisation. Ces attitudes se sont même légèrement améliorées au cours des dernières années. Si le protectionnisme et le mouvement antimondialisation font actuellement partie intégrante du monde occidental, ils ne semblent pas gagner du terrain au Canada et il n'y a aucun signe que l'enthousiasme diminue à l'égard du commerce international.

Les Canadiens aiment surtout le commerce international en raison des avantages économiques qu'il présente. Ils reconnaissent également d'autres avantages et aimeraient que d'autres objectifs soient associés au commerce, notamment en ce qui concerne l'environnement, le travail et divers enjeux touchant les femmes. Toutefois, il ne fait pas de doute que ces objectifs sont subordonnés à des questions économiques.

Les perceptions sur le commerce sont principalement liées à l'ACEUM. Les Canadiens appuient largement cet accord et, bien qu'ils ne semblent pas croire que les avantages qui y sont associés ne seront pas différents de ceux de l'ALENA, ils n'y voient pas de grands inconvénients. Autrement dit, ils semblent satisfaits de la façon dont l'entente a été négociée.

Les connaissances en matière de commerce international sont limitées. Les Canadiens reconnaissent le rôle que jouent les États-Unis, mais semblent surestimer la demande en exportations canadiennes de la Chine en comparaison avec des marchés comme l'Europe et le Royaume-Uni.

Les Canadiens considèrent que le commerce international profite principalement aux grandes sociétés (en effet, il y a une diminution importante du nombre de répondants qui croient que le commerce international a un impact positif lorsque la question se concentre sur les petites entreprises). Il est intéressant de noter que les Canadiens ne semblent pas trop importunés par ce manque apparent d'équité. Ils semblent reconnaître que la croissance économique du pays est

inextricablement liée au rendement de nos grandes sociétés, bien qu'ils manifestent certaines inquiétudes par rapport au fait que ce ne sont pas tous les Canadiens qui profitent des avantages du commerce international.

ANNEXE A  
QUESTIONNAIRES  
(ANGLAIS ET FRANÇAIS)





## WINTRO

### WEB INTRO

We are conducting a study on behalf of the Government of Canada to obtain the views of Canadians on a range of important issues. Please be assured that we are not selling or soliciting anything. The survey is voluntary and your responses will be kept entirely confidential and anonymous. The survey should take about 15 minutes to complete.

#### A few reminders before beginning:

- On each screen, after selecting your answer, click on the "Continue" button at the bottom of the screen to move forward in the questionnaire.
- If you leave the survey before completing it, you can return to the survey URL later, and you will be returned to the page where you left off. Your answers up to that point in the survey will be saved.
- If you have any questions about how to complete the survey, please call Probit at 866.211.8881 or send an email to [online@ekos.com](mailto:online@ekos.com). Thank you in advance for your participation.

## Q1A

Do you recall any news in recent months on issues related to international trade?

Yes..... 1 ->Q1B  
No ..... 2  
Don't know/No response..... 99

## Q1B

If... Q1A = 1

If yes, what was the topic of the report?

Please specify: ..... 77  
Don't know/No response..... 99

**PQ2**

In your opinion, how important are the following goals when considering Canada's approach to international trade? Please use a 7-point scale where 1 is not at all important, 7 is very important and the mid-point 4 is somewhat important.

**Q2A**

Creating jobs in Canada		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2B**

Promoting gender equality		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2C**

Ensuring Canadian environmental and health standards are respected		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2D**

Ensuring that trade benefits everyone		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2E**

Offering consumers the widest choice of products and services at the lowest prices		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2F**

Supporting Canadian businesses		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2G**

Encouraging innovation in Canada		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2H**

Protecting Canadian Intellectual property		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2I**

Diversifying Canada's export markets		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2J**

Supporting farmers/agricultural sector		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q2K**

Increasing foreign direct investment in Canada		
Not at all important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Somewhat important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Very important 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

### PQ3

Please tell me the top five most important markets/countries for Canadian exports over the last few years?

### Q3

First		
United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

### Q3A [0,1]

Second		
United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

### Q3B [0,1]

Third		
United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

### Q3C [0,1]

Fourth		
United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

### Q3D [0,1]

Fifth		
United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

### PQ4

Which sectors do you think make up the largest part of Canada's exports?

### Q4

Largest		
Natural Resources/Energy .....	1	I
Manufacturing .....	2	I
Agricultural Products.....	3	I
Automobiles and car parts .....	4	I
Hi-tech .....	5	I
Education.....	6	I
Clean/environmental technology .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**Q4A [0,1]**

Second largest		
Natural Resources/Energy .....	1	I
Manufacturing .....	2	I
Agricultural Products.....	3	I
Automobiles and car parts .....	4	I
Hi-tech .....	5	I
Education.....	6	I
Clean/environmental technology .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**Q5**

Over the past 10 years, do you think international trade has become less important or more important in terms of its contribution to the Canadian economy? Please use a 7-point scale where 1 is much less important, 7 is much more important and the mid-point 4 is neither.

Much less important 1 .....	1
2.....	2
3.....	3
Neither 4.....	4
5.....	5
6.....	6
Much more important 7 .....	7
Don't know/ No response.....	99

**Q6**

Why do you feel this way?

Please specify: .....	77
Don't know/No response.....	99

**Q7**

Which of the following two statements is closest to your point of view?

The benefits from international trade filter down through the economy and most Canadians benefit through jobs, taxes companies pay, and a better selection of goods available to consumers.....	1	
OR .....	2	N
The benefits from international trade go mostly to large corporations and wealthy investors, with little left over for average Canadians.....	3	
Don't know/No response.....	99	

**PQ8**

To what extent would you say that international trade benefits each of the following within Canada? Please use a 7-point scale where 1 is to no extent whatsoever, 7 is to a great extent and the mid-point 4 is to a moderate extent.

**Q8A**

Large businesses		
No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8B**

Businesses in your community		
No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8C**

Small and medium-sized enterprises (SMEs)		
No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S



**Q8D**

You and your family

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8E**

Women

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8F**

Indigenous people

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8G**

LGBTQ2 communities

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q8H**

Youth

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q9**

To what extent do you think Canadian businesses investing in other countries benefits Canada? Please use a 7-point scale where 1 is to no extent whatsoever, 7 is to a great extent and the mid-point 4 is to a moderate extent.

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	

**Q10**

Using the same scale to what extent do you think international businesses investing in Canada benefits the Canadian economy?

No extent whatsoever 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moderate extent 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Great extent 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	

**Q11 [1,5]**

In your opinion, what are Canadian products best known for internationally?

Select all that apply

High quality .....	1	
Adhering to environmental standards .....	2	
Treating workers fairly during production.....	3	
Low price.....	4	
Other (Please specify).....	77	
Don't know/No response.....	99	X

**Q12**

To what extent does the origin of the country which produces or manufactures a product affect your decision to purchase the product? Please use a 7-point scale where 1 is to no extent whatsoever, 7 is to a great extent and the mid-point 4 is to a moderate extent.

No extent whatsoever 1 .....	1
2.....	2
3.....	3
Moderate extent 4 .....	4
5.....	5
6.....	6
Great extent 7 .....	7
Don't know/ No response.....	99

**Q13**

Many people talk about the rise of protectionism in the United States and Europe which, among other things, includes growing opposition to trade and globalization. Overall, do you think this rise of protectionism is a good thing or a bad thing for Canada?

Bad thing .....	1
Neither good nor bad .....	2
Good thing.....	3
Don't know/No response.....	99

**PQ14**

Please tell me the extent to which you agree or disagree with each of the following statements using a 7-point scale where 7 means strongly agree, 1 means strongly disagree and the mid-point 4 means neither.

**Q14A**

I worry increased international trade is likely to result in countries lowering their environmental standards to be more competitive

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q14B**

Canada should consider the interests of Canadians in its approach to international trade

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q14C**

International trade is a good way for Canada to promote trade opportunities for all (notably women, indigenous, Small and medium-sized enterprises (SMEs))

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q14D**

International trade is a good way for Canada to promote environmental responsibility

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q14E**

International trade is a good way for Canada to promote respect for labour rights

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q14F**

International trade is a good way for Canada to promote respect for human rights

Strongly disagree 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Strongly agree 7 .....	7	
Don't know/ No response .....	99	S

**Q16**

Is more free trade a good thing or a bad thing for Canada?

Bad thing .....	1	
Neither good nor bad .....	2	
Good thing .....	3	
Don't know/No response .....	99	

**PQ17**

Over the last few decades, Canada has been opening up trade with many countries. Which countries do you believe Canada should be trying to tie itself to more?

**Q17**

First selection:

United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**Q17A [0,1]**

Second selection:

United States.....	1	I
United Kingdom .....	2	I
China .....	3	I
Japan.....	4	I
Mexico.....	5	I
India.....	6	I
Germany .....	7	I
Other (Please specify).....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**PQ18**

As you may know, Canada, the United States, and Mexico recently signed the Canada-US-Mexico agreement on free trade, which is intended to replace NAFTA. What do you think will be the impact of this new NAFTA on Canadians?

**Q18**

Answer 1:

77 .....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**Q18A [0,1]**

Answer 2:

77 .....	77	
Don't know/ No response.....	99	X

**Q19**

As you may know, Canada recently signed the Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP), a free trade agreement between Canada and 10 other countries in the Asia-Pacific region. How familiar are you with this agreement?

Very familiar .....	1	->Q20
Somewhat familiar.....	2	->Q20
Not very familiar .....	3	
Not at all familiar.....	4	
Don't know/No response.....	99	

**Q20**

If... Q19 = 1 or Q19 = 2

Based on what you know, would you say the CPTPP's impact on Canada is positive or negative?

Very positive .....	1
Somewhat positive.....	2
Somewhat negative.....	3
Very negative.....	4
Don't know/No response.....	99

**Q21**

As you may know, Canada recently signed the Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA), a free trade agreement between Canada, the European Union and its members states. How familiar are you with this agreement?

Very familiar .....	1	->Q22
Somewhat familiar.....	2	->Q22
Not very familiar .....	3	
Not at all familiar.....	4	
Don't know/No response.....	99	

**Q22**

If... Q21 = 1 or Q21 = 2

Based on what you know, would you say CETA's impact on Canada is positive or negative?

Very positive .....	1
Somewhat positive.....	2
Somewhat negative.....	3
Very negative.....	4
Don't know/No response.....	99

**Q23A**

Are you aware that the Government of Canada has programs available to help companies do business abroad?

Yes.....	1	->Q23B
No.....	2	
Don't know/No response.....	99	

**Q23B**

If... Q23A = 1

If yes, which programs are you aware of?

Please specify: .....	77
Don't know/No response.....	99

**PQ24**

What impact do you think Canada's international trade has had on each of the following? Please use a 7-point scale where 1 is an extremely negative impact, 7 is an extremely positive impact and the mid-point 4 means neither.

**Q24A**

Development of Canadian technology and innovation

Extremely negative impact 1 .....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Neither 4 .....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Extremely positive impact 7 .....	7	
Don't know/ No response.....	99	S

**Q24B**

The number of jobs in Canada

Extremely negative impact 1 .....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Neither 4 .....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Extremely positive impact 7 .....	7	
Don't know/ No response.....	99	S

**Q24C**

Environmental standards in Canada and abroad



Extremely negative impact 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extremely positive impact 7 .....	7	
Don't know/ No response.....	99	S

**Q24D**

Improving working conditions abroad		
Extremely negative impact 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extremely positive impact 7 .....	7	
Don't know/ No response.....	99	S

**Q24E**

Your quality of life		
Extremely negative impact 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Neither 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extremely positive impact 7 .....	7	
Don't know/ No response.....	99	S

**Q25A**

Do you feel that you are currently benefitting from international trade?		
Yes.....	1	->Q25B
No .....	2	->Q25C
Don't know/No response.....	99	

**Q25B [1,7]**

If... Q25A = 1
----------------

If yes, why do you think you are benefitting from international trade?  
 Select all that apply

There is a wider choice for consumers .....	1	
Imported products are cheaper.....	2	
It is good for the Canadian economy .....	3	
Trade with countries outside Canada can create jobs .....	4	
Imported products are better quality .....	5	
Your job depends on international trade.....	6	
Other (Please specify).....	77	
Don't know/No response.....	99	X

**Q25C [1,6]**

If... Q25A = 2
----------------

If no, why do you think you are not benefitting from international trade?

Select all that apply

The quality of imported products is poor.....	1	
Prices for certain imported goods are higher .....	2	
As a result of increased international trade unemployment is higher .....	3	
It harms the environment .....	4	
It is bad for the Canadian economy .....	5	
Other (Please specify).....	77	
Don't know/No response.....	99	X

**DEMIN**

These last few questions will be used for statistical purposes only.

**QGENDR**

Are you...?

Male.....	1
Female .....	2
Other .....	3
Prefer not to answer .....	99

**QPROV**

What province or territory do you live in?

British Columbia.....	1
Alberta .....	2
Saskatchewan .....	3
Manitoba.....	4
Ontario .....	5
Quebec.....	6
New Brunswick .....	7
Nova Scotia .....	8
Prince Edward Island.....	9
Newfoundland .....	10
Yukon .....	11
Northwest Territories.....	12
Nunavut .....	13
Prefer not to say.....	99

**QEDUC**

What is the highest level of schooling that you have completed?

Grade 8 or less .....	1
Some high school.....	2
High School diploma or equivalent .....	3
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma.....	4
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma .....	5
University certificate or diploma below Bachelor's level .....	6
Bachelor's degree.....	7
Post graduate degree above bachelor's level.....	8
Prefer not to answer.....	99

**Q26**

To the best of your knowledge, does anyone in your household work for a company that is involved in international trade?

Yes.....	1
No .....	2
Don't know/No response.....	99

**QAGE**

In which of the following age categories do you belong?

18-34 years .....	1
35-49 years .....	2
50-64 years .....	3
65 years or older .....	4
Prefer not to answer.....	99

**QINC**

What is your annual household income from all sources before taxes?

Under \$20,000 .....	1
Between \$20,000 and \$39,999.....	2
Between \$40,000 and \$59,999.....	3
Between \$60,000 and \$79,999.....	4
Between \$80,000 and \$99,999.....	5
Between \$100,000 and \$149,999.....	6
\$150,000 or above .....	7
Prefer not to answer.....	99

**Q27 [1,4]**

Do you consider yourself to be any of the following?

Select all that apply

A person with a disability .....	1	
A member of a visible minority group.....	2	
An Indigenous person .....	3	
A member of the LGBTQ2 community.....	4	
None of the above.....	5	X
Don't know / Prefer not to answer .....	99	X

**QBORN**

In what country were you born?

Canada .....	1
Outside Canada, please specify: .....	77
Refused.....	98
Don't know .....	99

**THNK**

Thank you very much for taking the time to complete this survey.

Visit [ekos.com](http://ekos.com)

## WINTRO

### WEB INTRO

Nous menons une étude pour le compte du gouvernement du Canada afin de connaître les points de vue de Canadiens et de Canadiennes sur un éventail d'enjeux importants. Sachez que nous ne faisons pas de vente ni de sollicitation pour quoi que ce soit. Le sondage est effectué sur une base volontaire, et vos réponses demeureront entièrement anonymes et confidentielles. Il vous faudra environ 15 minutes pour y répondre.

### Quelques rappels avant de commencer:

- Sur chaque écran, après avoir sélectionné votre réponse, cliquez sur le bouton « Continuer » au bas de l'écran pour vous déplacer vers l'avant dans le questionnaire.
- Si vous quittez le sondage avant d'avoir terminé, vous pourrez y revenir plus tard au moyen de l'adresse URL et vous obtiendrez la page où vous étiez en quittant. Les réponses que vous aurez données jusque-là auront été sauvegardées.
- Pour toute question sur la façon de remplir le questionnaire, veuillez téléphoner à Probit, au numéro 866.211.8881, ou envoyer un courriel à [online@ekos.com](mailto:online@ekos.com). Nous vous remercions à l'avance de votre participation.

## Q1A

Vous souvenez-vous d'une nouvelle qui traitait de questions liées au commerce international au cours des derniers mois?

Oui .....	1	->Q1B
Non .....	2	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

## Q1B

If... Q1A = 1

Si oui, quel était le sujet du reportage?

Veuillez préciser : .....	77
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99

## PQ2

Selon vous, à quel point les objectifs suivants sont-ils importants lors de l'examen de l'approche qu'adopte le Canada en matière de commerce international? Veuillez utiliser une échelle de sept

points où 1 signifie que cela n'est pas du tout important, 7 que cela est extrêmement important et le point milieu, 4, que cela est moyennement important.

### Q2A

Créer des emplois au Canada		
Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q2B

Promouvoir l'égalité des sexes		
Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q2C

Assurer le respect des normes canadiennes liées à la santé et à l'environnement		
Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q2D

Veiller à ce que le commerce profite à tout le monde

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2E

Offrir aux consommateurs le plus grand choix de produits et de services aux prix les plus bas

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2F

Soutenir les sociétés canadiennes

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2G

Encourager l'innovation au Canada

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2H

Protéger la propriété intellectuelle canadienne

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2I

Diversifier les marchés d'exportation du Canada

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2J

Soutenir les agriculteurs et le secteur agricole

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

## Q2K

Augmenter les investissements directs étrangers au Canada

Pas du tout important 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Moyennement important 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Extrêmement important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S



### PQ3

Quels sont les cinq principaux marchés et pays pour les exportations canadiennes au cours des dernières années?

### Q3

Premier		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### Q3A [0,1]

Deuxième		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### Q3B [0,1]

Troisième		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### Q3C [0,1]

Quatrième		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### Q3D [0,1]

Cinquième		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### PQ4

Selon vous, quels secteurs représentent la plus grande part des exportations canadiennes?

### Q4

Plus grande part		
Ressources naturelles et énergie .....	1	I
Fabrication.....	2	I
Produits agricoles .....	3	I
Automobiles et pièces automobiles .....	4	I
Hautes technologies.....	5	I
Éducation.....	6	I
Technologies environnementales/propres.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

#### Q4A [0,1]

Deuxième plus grande part		
Ressources naturelles et énergie .....	1	I
Fabrication.....	2	I
Produits agricoles .....	3	I
Automobiles et pièces automobiles .....	4	I
Hautes technologies.....	5	I
Éducation.....	6	I
Technologies environnementales/propres.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

#### Q5

Diriez-vous qu'au cours des 10 dernières années, le commerce international est devenu moins important ou plus important en ce qui concerne sa contribution à l'économie canadienne? Veuillez répondre selon une échelle de sept points où 1 signifie beaucoup moins important, 7, beaucoup plus important et le point milieu, 4, ni l'un ni l'autre.

Beaucoup moins important 1 .....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4 .....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Beaucoup plus important 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	

#### Q6

Pourquoi croyez-vous cela?

Veuillez préciser : .....	77	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

#### Q7

Lequel des deux énoncés suivants se rapproche le plus de votre point de vue?

Les avantages du commerce international percolent dans l'économie et la plupart des Canadiens en profitent par le biais d'emplois, des impôts que paient les sociétés et d'un meilleur choix de biens qui sont offerts aux consommateurs .....	1	
OU .....	2	N
Le commerce international profite principalement aux grandes entreprises et aux investisseurs riches, et il en reste peu pour les Canadiens moyens.....	3	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

## PQ8

D'après vous, à quel point le commerce international est-il avantageux pour chacun des aspects suivants au sein du Canada? Veuillez répondre en utilisant une échelle de sept points où 1 signifie pas du tout, 7 signifie énormément et le point milieu, 4 signifie moyennement.

## Q8A

Les grandes sociétés	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99 S

## Q8B

Les entreprises de votre collectivité	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99 S

## Q8C

Les petites et moyennes entreprises (PME)	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99 S

### Q8D

Vous et votre famille	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

S

### Q8E

Les femmes	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

S

### Q8F

Les Autochtones	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

S

### Q8G

La communauté LGBTQ	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

S

### Q8H

Les jeunes	
Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

S

### Q9

À quel point croyez-vous que les entreprises canadiennes qui investissent dans d'autres pays profitent au Canada? Veuillez répondre en utilisant une échelle de sept points où 1 signifie pas du tout, 7 signifie énormément et le point milieu, 4 signifie moyennement.

Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

### Q10

En utilisant la même échelle, dans quelle mesure croyez-vous que les entreprises internationales qui investissent au Canada profitent à l'économie canadienne?

Pas du tout 1 .....	1
2 .....	2
3 .....	3
Moyennement 4 .....	4
5 .....	5
6 .....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

### Q11 [1,5]

Selon vous, pour quelle raison les produits canadiens sont-ils les plus connus à l'échelle internationale?

Choisir tout ce qui s'applique	
Haute qualité.....	1
Respect de normes environnementales .....	2
Traitement équitable des travailleurs pendant la production .....	3
Bas prix.....	4
Autre (Veuillez préciser) .....	77
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99 X

### Q12

Dans quelle mesure l'origine du pays qui produit ou fabrique un produit influence-t-elle votre décision d'acheter le produit? Veuillez répondre en utilisant une échelle de sept points où 1 signifie pas du tout, 7 signifie énormément et le point milieu, 4 signifie moyennement.

Pas du tout 1 .....	1
2.....	2
3.....	3
Moyennement 4.....	4
5.....	5
6.....	6
Énormément 7 .....	7
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99

### Q13

Beaucoup de gens parlent de l'augmentation du protectionnisme aux États-Unis et en Europe, ce qui entraîne notamment une opposition grandissante à l'égard du commerce et de la mondialisation. En général, croyez-vous que la hausse du protectionnisme est une bonne chose ou une mauvaise chose pour le Canada?

Mauvaise chose .....	1
Ni bonne ni mauvaise .....	2
Bonne chose.....	3
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99

### PQ14

Veuillez indiquer la mesure dans laquelle vous êtes d'accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant. Veuillez répondre en utilisant une échelle de sept points où 7 signifie que vous êtes

fermement d'accord, 1 signifie que vous êtes fermement en désaccord, et le point milieu, 4, signifie que vous n'êtes ni d'accord ni en désaccord.

### Q14A

Je crains que l'augmentation du commerce international entraîne les pays à baisser leurs normes environnementales pour être plus concurrentiels

Fermement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q14B

Le Canada devrait tenir compte des intérêts des Canadiens dans son approche en matière de commerce international.

Fermement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q14C

Le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir des débouchés commerciaux pour tous (notamment les femmes, les Autochtones, les petites et moyennes entreprises (PME))

Fermement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

### Q14D

Le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir la responsabilité environnementale



Fermeement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermeement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

#### Q14E

Le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir le respect des droits des travailleurs

Fermeement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermeement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

#### Q14F

Le commerce international est un bon moyen pour le Canada de promouvoir le respect des droits de la personne

Fermeement en désaccord 1 .....	1	
2 .....	2	
3 .....	3	
Ni d'accord ni en désaccord 4 .....	4	
5 .....	5	
6 .....	6	
Fermeement d'accord 7 .....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	S

#### Q16

Davantage de libre échange serait-il une bonne chose ou une mauvaise chose pour le Canada?

Mauvaise chose .....	1	
Ni bonne ni mauvaise .....	2	
Bonne chose.....	3	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

#### PQ17

Au cours des dernières décennies, le Canada a ouvert son commerce à de nombreux pays. Selon vous, avec quels pays le Canada devrait-il essayer de tisser le plus de liens?

#### Q17

Premier choix :

États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

**Q17A [0,1]**

Deuxième choix :		
États-Unis .....	1	I
Royaume-Uni .....	2	I
Chine .....	3	I
Japon.....	4	I
Mexique.....	5	I
Inde.....	6	I
Allemagne.....	7	I
Autre (Veuillez préciser) .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

**PQ18**

Comme vous le savez peut-être, le Canada, les États-Unis et le Mexique ont récemment conclu l'Accord Canada–États-Unis–Mexique de libre-échange, qui vise à remplacer l'ALENA. Selon vous, quelles seront les répercussions de ce nouvel ALENA pour les Canadiens?

**Q18**

Réponse 1:		
77 .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

**Q18A [0,1]**

Réponse 2:		
77 .....	77	
Je ne sais pas/ Pas de réponse .....	99	X

### Q19

Comme vous le savez peut-être, le Canada a récemment signé l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), un accord de libre-échange entre le Canada et dix pays de la région Asie-Pacifique. À quel point connaissez-vous bien cet accord?

Très bien .....	1	->Q20
Assez bien.....	2	->Q20
Pas très bien.....	3	
Pas du tout .....	4	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

### Q20

If... Q19 = 1 or Q19 = 2

Selon ce que vous savez, diriez-vous que les répercussions du PTPGP sur le Canada sont positives ou négatives?

Très positives .....	1	
Plutôt positives .....	2	
Plutôt négatives .....	3	
Très négatives .....	4	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

### Q21

Comme vous le savez peut-être, le Canada a récemment signé l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG), un accord de libre-échange entre le Canada, l'Union européenne et ses États membres. À quel point connaissez-vous bien cet accord?

Très bien .....	1	->Q22
Assez bien.....	2	->Q22
Pas très bien.....	3	
Pas du tout .....	4	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

### Q22

If... Q21 = 1 or Q21 = 2

D'après ce que vous savez, diriez-vous que les répercussions de l'AECG sur le Canada sont positives ou négatives?

Très positives .....	1	
Plutôt positives .....	2	
Plutôt négatives .....	3	
Très négatives .....	4	
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99	

### Q23A

Savez-vous que le gouvernement du Canada a des programmes dont l'objectif est d'aider des entreprises à faire des affaires à l'étranger?

Oui.....	1	->Q23B
Non.....	2	
Je ne sais pas/Pas de réponse.....	99	

### Q23B

If... Q23A = 1

Le cas échéant, quels programmes connaissez-vous?

Veillez préciser : .....	77
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99

### PQ24

D'après vous, quel impact le commerce international du Canada a-t-il dans chacun des domaines suivants? Veuillez répondre en utilisant une échelle de sept points où 1 signifie un impact extrêmement négatif, 7 signifie un impact extrêmement positif et le point milieu, 4 signifie ni l'un ni l'autre.

### Q24A

Le développement de la technologie et de l'innovation au Canada

Un impact extrêmement négatif 1.....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4.....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Un impact extrêmement positif 7.....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse.....	99	S

### Q24B

Le nombre d'emplois au Canada

Un impact extrêmement négatif 1.....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4.....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Un impact extrêmement positif 7.....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse.....	99	S

### Q24C

Les normes environnementales au Canada et à l'étranger

Un impact extrêmement négatif 1.....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4.....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Un impact extrêmement positif 7.....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse.....	99	S

### Q24D

L'amélioration des conditions de travail à l'étranger

Un impact extrêmement négatif 1.....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4.....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Un impact extrêmement positif 7.....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse.....	99	S

### Q24E

Votre qualité de vie

Un impact extrêmement négatif 1.....	1	
2.....	2	
3.....	3	
Ni l'un ni l'autre 4.....	4	
5.....	5	
6.....	6	
Un impact extrêmement positif 7.....	7	
Je ne sais pas/ Pas de réponse.....	99	S

### Q25A

Pensez-vous que vous profitez actuellement du commerce international?

Oui.....	1	->Q25B
Non.....	2	->Q25C
Je ne sais pas/Pas de réponse.....	99	

## Q25B [1,7]

If... Q25A = 1

Le cas échéant, pourquoi pensez-vous que vous tirez profit du commerce international?

Choisir tout ce qui s'applique

Il y a un plus grand choix pour les consommateurs.....	1	
Les produits importés sont moins chers.....	2	
C'est bon pour l'économie canadienne.....	3	
Le commerce avec des pays à l'extérieur du Canada peut créer des emplois.....	4	
Les produits importés sont de meilleure qualité.....	5	
Votre emploi dépend du commerce international.....	6	
Autre (Veuillez préciser).....	77	
Je ne sais pas/Pas de réponse.....	99	X

## Q25C [1,6]

If... Q25A = 2

Si ce n'est pas le cas, pourquoi pensez-vous que vous ne tirez pas profit du commerce international?

Choisir tout ce qui s'applique

La qualité des produits importés est médiocre.....	1	
Les prix de certaines marchandises importées sont plus élevés.....	2	
En raison de l'augmentation du commerce international, le taux de chômage est plus élevé	3	
Cela nuit à l'environnement.....	4	
C'est mauvais pour l'économie canadienne.....	5	
Autre (Veuillez préciser).....	77	
Je ne sais pas/Pas de réponse.....	99	X

## DEMIN

Les prochaines questions ne seront utilisées qu'à des fins statistiques.

## QGENDR

Êtes-vous...?

Homme.....	1	
Femme.....	2	
Autre.....	3	
Préfère ne pas répondre.....	99	

## QPROV

Dans quelle province ou quel territoire demeurez-vous?

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

## QEDUC

Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

8e année ou moins .....	1
Études secondaires non terminées .....	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent .....	3
Apprenti inscrit ou autre certificat ou diplôme de formation professionnelle .....	4
Diplômes d'études collégiales, de cégep ou autre certificat ou diplôme non universitaire .....	5
Certificat universitaire ou diplôme inférieur au baccalauréat .....	6
Baccalauréat .....	7
Grade universitaire supérieur au baccalauréat .....	8
Préfère ne pas répondre .....	99

## Q26

À ce que vous sachiez, la compagnie pour laquelle vous travaillez fait-elle du commerce international?

Oui .....	1
Non .....	2
Je ne sais pas/Pas de réponse .....	99

## QAGE

Auquel des groupes d'âge suivants appartenez-vous?

18 à 34 ans .....	1
35 à 49 ans .....	2
50 à 64 ans .....	3
65 ans ou plus .....	4
Préfère ne pas répondre .....	99

## QINC

Quel est le revenu annuel de votre ménage de toutes sources avant impôts?

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

## Q27 [1,4]

Vous considérez-vous comme l'un des suivants?

Choisir tout ce qui s'applique	
Une personne ayant un handicap .....	1
Un membre d'une minorité visible .....	2
Une personne autochtone .....	3
Un(e) membre de la communauté LGBTQ2 .....	4
Aucune de ces réponses .....	5 X
Je ne sais pas / Préfère ne pas répondre .....	99 X

## QBORN

Dans quel pays êtes-vous né(e)?

Canada .....	1
Extérieur du Canada, veuillez préciser : .....	77
Je refuse de répondre .....	98
Je ne sais pas .....	99

## THNK

Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage.

Visitez [ekos.com](http://ekos.com)