

# Tisser des liens avec les Canadiens : recherche quantitative sur le développement international

## Rapport de méthodologie

Préparé pour :



Affaires mondiales  
Canada

Global Affairs  
Canada

Affaires mondiales Canada

Pour de plus amples renseignements sur le présent rapport, envoyer un  
courriel à : [POR-ROP@international.gc.ca](mailto:POR-ROP@international.gc.ca)

### Présenté par :

Nom du fournisseur :	Narrative Research
Adresse du fournisseur :	5001-7071 rue Bayers, Halifax, N.-É. B3L 2C2
Numéro de téléphone :	902 493-3820
Numéro de télécopieur :	902 493-3879
Numéro d'enregistrement de la ROP :	ROP 075-19
Numéro de contrat :	08873-190590/001/CY
Valeur du contrat :	47 459,15 \$
Date d'octroi du contrat :	27 janvier 2020
Date de livraison :	31 mars 2020

This report is also available in English

**Canada** 

## Table des matières

	<u>Page</u>
Droit d’auteur.....	1
Sommaire .....	2
Contexte .....	2
Objectifs de l’étude .....	2
Population cible.....	2
Utilisation de la recherche.....	2
Dépenses.....	3
Consentement.....	3
Déclaration de neutralité politique et coordonnées .....	3
Annexe A .....	4
Méthodologie de l’étude.....	4
Conception du questionnaire .....	4
Échantillonnage.....	4
Le processus du sondage.....	5
Analyse du biais de non-réponse.....	8

Annexe B : Questionnaire pour l’étude



## Droit d'auteur

*Communications avec les Canadiens et Canadiennes : recherche quantitative sur le développement international*

### Rapport de méthodologie

#### Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : Narrative Research Inc.

Mars 2020

Ce rapport présente les détails d'ordre méthodologique utilisés pour le sondage *Tisser des liens avec les Canadiens : recherche quantitative sur le développement international* mené par Narrative Research Inc. au nom d'Affaires mondiales Canada (AMC). Le sondage a été mené du 20 février au 13 mars 2020 auprès de 1 203 membres de la population canadienne âgés de 18 ans ou plus.

This report is also available in English under the title: *Connecting with Canadians: Quantitative Research on International Development*

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut obtenir une permission écrite au préalable d'Affaires mondiales Canada. Pour de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez écrire à Affaires mondiales Canada à l'adresse électronique : [POR-ROP@international.gc.ca](mailto:POR-ROP@international.gc.ca)

Édifice Lester B. Pearson, tour B3  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2  
Canada

**Numéro de catalogue** : FR5-175/2020F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-36066-9

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 075-19)** : Tisser des liens avec les Canadiens : recherche qualitative sur le développement international (numéro d'enregistrement : ROP 031-19)

**Numéro de catalogue (Rapport de méthodologie final, anglais)** : FR5-175/2020E-PDF

**ISBN** : 978-0-660-36066-9



© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par Affaires mondiales Canada, 2020

## Sommaire

### Contexte

L'énoncé des travaux du projet indique que les questions posées dans le cadre du sondage de 2018 sur les enjeux actuels du Bureau du Conseil privé ont révélé que seulement 2 % des Canadiens comprennent les objectifs de développement durable à l'horizon 2030.

### Objectifs de l'étude

Les objectifs de recherche du présent sondage étaient les suivants :

- *Établir une base de référence relativement à la compréhension des activités de développement international par les Canadiens;*
- *Comprendre le degré de sensibilisation des Canadiens par rapport au développement international;*
- *Mesurer chaque année le niveau de compréhension et de soutien manifesté par les Canadiens envers le rôle que le gouvernement du Canada, notamment Affaires mondiales Canada, joue dans le développement international.*

### Population cible

Tel que précisé dans l'énoncé des travaux (EDT), le groupe cible comprend les Canadiens adultes (membres du grand public) âgés de 18 ans et plus. Une enquête téléphonique a été réalisée auprès de 1 203 personnes.

### Utilisation de la recherche

Cette recherche soutiendra la réalisation des priorités du gouvernement et des ministères. L'objectif du ministère est de sensibiliser les Canadiens aux enjeux relatifs au développement international. Le besoin immédiat est de trouver les meilleurs moyens d'entrer en contact avec les Canadiens, car les messages actuels ne semblent pas fonctionner.

Cette recherche aura des avantages pour les Canadiens, qui pourront mieux comprendre comment et pourquoi le Canada aide les populations des pays en développement.



Les résultats de la recherche seront utilisés dans des messages de sensibilisation du public et des médias sociaux destinés au public canadien.

## Dépenses

Le sondage a entraîné des dépenses de 47 459,15 \$ (taxes incluses).

## Consentement

Narrative Research offre son consentement écrit permettant au bibliothécaire et archiviste du Canada d'afficher dans les deux langues officielles le présent rapport de méthodologie.

## Déclaration de neutralité politique et coordonnées

À titre de cadre supérieur de Narrative Research, j'atteste par la présente que les résultats de l'étude sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité décrites dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les résultats n'abordent pas les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis et les cotes de performance d'un parti politique ou de son chef.

Peter MacIntosh  
Directeur de la recherche et associé  
Corporate Research Associates  
[pmacintosh@narrativeresearch.ca](mailto:pmacintosh@narrativeresearch.ca)  
902 493-3832



## Annexe A

### Méthodologie de l'étude

Le sondage a été mené du 20 février au 13 mars 2020 auprès de 1 203 membres de la population canadienne âgés de 18 ans ou plus.

### Conception du questionnaire

Les questions posées dans le cadre de cette étude ont été fournies par Affaires mondiales Canada. Après avoir examiné les questions, Narrative Research a fourni des suggestions et les a préparées dans un format adapté à un sondage téléphonique.

Conformément aux normes du gouvernement du Canada, des sondages de prétests en anglais et en français ont été menés.

### Échantillonnage

Le sondage a été conçu pour être effectué auprès d'un échantillon aléatoire de 1200 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus. L'échantillon de numéros de téléphone fournis comprenait des listes de numéros générés par composition aléatoire (CA), ce qui a engendré un grand nombre de numéros de téléphone hors service (HS). Pour ce qui est des lignes terrestres, les numéros ont été tirés d'une liste de ménages choisis au hasard à partir de numéros de téléphone au Canada provenant d'une base de données mise à jour chaque trimestre. L'échantillon comprenait des numéros inscrits et non inscrits à l'annuaire.

Narrative Research a utilisé Échantillonneur Canada d'ASDE Inc., un logiciel standard utilisé désormais par de nombreuses entreprises au Canada, pour produire des échantillons de numéros de lignes fixes reflétant la population générale au Canada. Il a été prouvé que ce logiciel fournit un échantillon équivalent à celui produit par CA. Des numéros de téléphone portable générés au hasard ont également été utilisés.

L'échantillon a été stratifié par région afin d'assurer une représentation adéquate de toutes les régions, avec les objectifs suivants :

Région	Objectif – sondages remplis	Marge d'erreur (19 fois sur 20)
Canada atlantique	100	± 9,8 points de pourcentage
Québec	280	± 5,9 points de pourcentage
Ontario	450	± 4,6 points de pourcentage
Ouest/Nord du Canada	370	± 5,1 points de pourcentage
<b>Total</b>	<b>1 200</b>	<b>± 2,8 points de pourcentage</b>



Le plan relatif aux objectifs en matière de sondages remplis comportait des quotas globaux par groupe d'âge et par sexe, ainsi que par région. Les quotas de sexe étaient d'environ 50/50, tandis que les groupes d'âge étaient répartis comme suit : 18-34, 35-54, et 55 ans ou plus.

## Le processus du sondage

Comme indiqué, le sondage a été mené par téléphone. Le sondage a été programmé par Narrative Research en anglais et en français à l'aide d'un logiciel d'entrevue téléphonique assistée par ordinateur (ITAO). Les répondants avaient la possibilité de remplir le questionnaire dans la langue officielle de leur choix. Au besoin, les répondants pouvaient obtenir de l'aide auprès de membres du personnel bilingues, avec une supervision bilingue assurée en continu.

En ce qui concerne la formation, en plus de prendre part à un processus général de sélection et de formation, les superviseurs et les intervieweurs ont reçu une formation approfondie sur le projet en particulier, passé en revue le questionnaire et sa terminologie particulière, les acronymes utilisés et la prononciation des termes, et obtenu des informations générales sur les objectifs du projet.

Pour ce qui est de la supervision, comme pour tous les projets, il y avait un superviseur par 15 intervieweurs. Ce superviseur de groupe répond aux questions, gère le transfert des questions à l'attention des échelons supérieurs au besoin, s'assure que la technologie fonctionne correctement et surveille les intervieweurs « en aveugle ». En outre, un minimum de 10 % des entretiens (soit le double du pourcentage requis par les lignes directrices de l'industrie) font l'objet d'un examen, que ce soit en direct ou à l'aide d'un enregistrement.

L'enquête programmée a été soumise à des mises à l'essai rigoureuses afin de s'assurer que l'ordre des questions et les instructions de passer certaines questions étaient corrects. En plus de ce test, un prétest a été réalisé avec 10 sondages en anglais et 10 en français. L'objectif général du prétest était de veiller à ce que :

- *la formulation des questions ait été clairement comprise et ne présente aucune ambiguïté;*
- *l'ordre des questions soit approprié;*
- *les catégories de réponses nécessaires aient été incluses pour chaque question;*
- *ni les questions particulières ni le sondage dans son ensemble n'aient suscité de réaction négative ou de malaise chez les répondants.*

En plus des questions du sondage, les personnes interrogées lors du prétest ont été invitées à présenter leurs commentaires sur le questionnaire. Sur le plan des questions qui pourraient être difficiles à comprendre ou présenter un autre problème, les répondants n'ont soulevé aucun problème important.

Les données des prétests ont été soigneusement examinées afin de garantir leur exactitude et de relever les aspects qui devaient être modifiés. Un petit problème de programmation du téléphone a été relevé et corrigé après examen des données de prétest. Aucune donnée de sondage n'a été touchée par cette



situation. Un rapport de prétest a été préparé pour présenter les résultats. Le travail sur le terrain a fait l'objet d'une surveillance afin de veiller à ce que les quotas soient respectés et de déterminer s'il y avait des défis à l'aide de l'historique des appels et des renseignements sur les raisons de non-réponse.

L'enquête nécessitait en moyenne 14 minutes à remplir.

Un minimum de huit rappels pour les numéros de téléphone terrestre et de cinq rappels pour les numéros de téléphone portable a été mis en place. Les appels et les rappels ont été effectués à différents moments de la journée, c'est-à-dire de jour et de soir, mais pas au-delà de 21 h dans un fuseau horaire donné.

Narrative Research et son partenaire de collecte de données ont utilisé un certain nombre de techniques pour maintenir les taux de réponse aussi élevés que possible :

- *Formation de tous les intervieweurs sur les techniques d'entrevue téléphonique et séances d'information exhaustives sur le projet afin de garantir des activités de collecte de données professionnelles et rigoureuses;*
- *Supervision à 100 % de toutes les entrevues par des superviseurs chevronnés;*
- *Surveillance continue en ligne des entrevues en cours par les superviseurs (10 % des entrevues font l'objet d'un examen ou d'un rappel de vérification);*
- *Prétest de tout le matériel de sondage à l'étape de la conception par des membres de haut niveau du personnel de terrain pour s'assurer qu'il offre la meilleure expérience possible aux répondants;*
- *Constitution d'un échantillon à l'interne à l'aide de consultations entre membres du personnel de Narrative Research afin de veiller à ce que l'échantillon final du projet ou la liste de numéros aient été créés de manière uniforme;*
- *Règles d'appel visant à maintenir des taux de réponse élevés et à réduire au minimum les biais de non-réponse – notamment, un minimum de neuf tentatives de communication vers un numéro de téléphone avant de le classer comme non disponible (c'est-à-dire la tentative initiale, plus huit rappels), des appels à différents moments de la journée et l'organisation de rappels.*

Si un intervieweur ne parlait pas la langue officielle demandée par le répondant, l'appel était transféré à un autre intervieweur ou un rappel était organisé dans les 20 minutes suivantes (ou à un autre moment, à la demande du répondant). Les appels à destination de chaque région ont été effectués par des intervieweurs qui parlent la langue prédominante de cette région (par exemple, le français au Québec) afin de réduire au minimum le nombre de transferts nécessaires.

Les tableaux ci-dessous présentent des données sur les régions, le sexe et l'âge des répondants en fonction de la répartition réelle des Canadiens adultes selon le recensement de 2016 de Statistique Canada. De plus, les cibles générales des quotas relatifs à la région, le sexe et l'âge sont détaillées (tant en termes de *nombre* réel d'enquêtes réalisées que de *pourcentage* de toutes les enquêtes réalisées). Les tableaux aux pages ci-dessous

présentent les données relatives au *nombre* pondéré et non pondéré de sondages remplis pour chaque catégorie démographique pertinente, ainsi que le *pourcentage* du nombre total d’enquêtes réalisées représenté par chaque catégorie.

**Mise en tableau des données :** Les paramètres de conception de l’étude ont fait en sorte qu’il y avait 24 cellules différentes de pondération statistique qui se chevauchaient, les facteurs de pondération étant les suivants : région (4 : Atlantique, Québec, Ontario et Ouest/Nord); groupe d’âge (3 : de 18 à 34 ans, de 35 à 54 ans, et 55 ans ou plus); sexe (2 : homme et femme). Le total de 24 cellules de pondération statistique différentes qui se chevauchent est atteint quand l’on multiplie le nombre de catégories de région (4) x groupe d’âge (3) x sexe (2) = 24. Les données sur la population pour les 24 cellules de pondération statistique sont tirées du plus récent recensement canadien (2016) et peuvent être consultées ici :

<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/dt-td/Rp-fra.cfm?TABID=2&LANG=F&A=R&APATH=3&DETAIL=0&DIM=0&FL=A&FREE=0&GC=01&GL=-1&GID=1165052&GK=1&GRP=1&O=D&PID=109525&PRID=0&PTYPE=109445&S=0&SHOWALL=0&SUB=0&Temporal=2016&THEME=115&VID=0&VNAMEF=&VNAMEF=&D1=0&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0&D6=0>

Il convient de noter qu’un petit nombre de personnes n’ont pu être placées dans aucune des 24 cellules de pondération, car elles se sont identifiées comme ayant une autre identité de genre, ou ont préféré ne pas répondre à la question sur le sexe. Aux fins de la totalisation, ces personnes ont reçu un poids de 1,0.

Sondage téléphonique							
<i>(les pourcentages pourraient ne pas arriver à exactement 100 % en raison de l'arrondissement)</i>							
	Recensement 2016	Quota cible		Sondages terminés (non pondéré)		Sondages terminés (pondéré)	
		(n=)	(%)	(n=)	(%)	(n=)	(%)
<b>Région</b>							
Atlantique	6,8 %	100	8,3 %	113	9,4 %	83	6,9 %
Québec	23,4 %	280	23,3 %	273	22,7 %	279	23,2 %
Ontario	38,3 %	450	37,5 %	468	38,9 %	462	38,4 %
Ouest/Nord	31,5 %	370	30,8 %	349	29,0 %	378	31,4 %
<b>Sexe<sup>1</sup></b>							
Homme	48,6 %	583	48,6 %	600	49,9 %	570	47,4 %
Femme	51,4 %	617	51,4 %	573	47,6 %	603	50,1 %
<b>Âge</b>							
De 18 à 34 ans	27,4 %	327	27,3 %	262	21,8 %	334	27,8 %
De 35 à 54 ans	34,1 %	409	34,1 %	398	33,1 %	407	33,8 %
55 ans ou plus	38,6 %	464	38,7 %	543	45,1 %	463	38,5 %

<sup>1</sup> Deux répondants qui se sont identifiés comme ayant une autre identité de genre et 28 répondants qui ont préféré ne pas fournir leur sexe ne sont pas présentés dans le tableau, car ils ne correspondent à aucun objectif de quota.



**Participation/taux de réponse** : Les taux ci-dessous ont été calculés à l’aide de la formule recommandée par la Direction de la recherche sur l’opinion publique du gouvernement du Canada :

Résultats – sondages remplis	
<b>A. Total des numéros composés</b>	<b>139 990</b>
<b>Total des numéros invalides</b>	<b>67 111</b>
Numéro abandonné/hors service	66 407
Télécopieur/modem	293
Numéro d’entreprise	411
<b>B. Total des numéros non résolus (U)</b>	<b>53 205</b>
Occupé	2 683
Répondeur	14 503
Pas de réponse	33 923
Rappel prévu	2 096
<b>C. Utiles sans réponse (UR)</b>	<b>17 930</b>
Refus du ménage	1 721
Refus du répondant	15 580
Maladie, incapable	0
Répondant qualifié n’est pas disponible	0
Problème de langue	531
Désistement du répondant qualifié	98
<b>D. Utiles avec réponse (R)</b>	<b>1 744</b>
Quota atteint	190
Disqualification	351
Entrevues achevées	1 203
<b>Participation/taux de réponse : <math>[R \div (U + IS + R)] = [1\,744 / (53\,205 + 17\,930 + 1\,744)]</math></b>	<b>2 %</b>

## Analyse du biais de non-réponse

Aucun sondage n’est immunisé aux biais et aux erreurs. Quand un sondage est mené auprès d’un échantillon de la population, on compte deux catégories globales de biais ou d’erreurs possibles : les erreurs d’échantillonnage, qui sont quantifiables, et les erreurs non dues à l’échantillonnage, qui ne le sont pas. Les erreurs d’échantillonnage s’attribuent au fait que les enquêtes ne sont menées qu’auprès d’un sous-ensemble de la population. Ainsi, il est possible que les résultats tirés de ce groupe de répondants ne soient pas représentatifs de l’ensemble de la population.

Par comparaison, les erreurs non dues à l’échantillonnage englobent plusieurs types différents d’erreurs, par exemple au niveau de la couverture, des mesures et du traitement, et en cas de non-réponse.



Pour l'enquête téléphonique actuelle, les marges d'erreur réelles obtenues reflètent l'erreur d'échantillonnage et sont présentées dans le tableau ci-dessous :

<i>Région</i>	<i>Objectif – sondages remplis</i>	<i>Marge d'erreur (19 fois sur 20)</i>
Canada atlantique	113	± 9,2 points de pourcentage
Québec	273	± 5,9 points de pourcentage
Ontario	468	± 4,5 points de pourcentage
Ouest/Nord du Canada	349	± 5,2 points de pourcentage
<b>Total</b>	<b>1 203</b>	<b>± 2,8 points de pourcentage</b>

Pour ce qui est des erreurs non dues à l'échantillonnage, plusieurs mesures ont été prises afin de réduire le biais. Le sondage a fait appel à la technologie de programmation des sondages pour veiller au bon enchaînement des questions ainsi que pour réduire les erreurs d'entrée et de captures des données. Les instruments du sondage en français et en anglais ont fait l'objet d'un test auprès d'un petit nombre de répondants, ce qui a permis de s'assurer que ceux-ci le comprenaient bien et que les données étaient adéquatement recueillies. Les intervieweurs ont également été formés et supervisés.

Pour ce qui est de la couverture, l'enquête téléphonique a été menée auprès d'un échantillon aléatoire tiré d'une base de sondage solide comportant des numéros de ligne terrestre et de téléphone portable. Des quotas ont été établis pour les groupes démographiques traditionnellement considérés comme essentiels dans les travaux de recherche qualitative, en utilisant des catégories par sexe, par âge et par région/province. L'ensemble de données final a fait l'objet d'une pondération statistique de manière à le faire correspondre étroitement à la véritable répartition des membres de ces catégories au sein de la population, en fonction des résultats du recensement de 2016 de Statistique Canada. Les pondérations statistiques attribuées étaient relativement faibles, étant donné que les données recueillies correspondaient déjà étroitement à la répartition réelle des Canadiens adultes selon ces dimensions démographiques.