

# Communications avec les Canadiens et Canadiennes : Recherche quantitative sur le développement international

## Rapport de méthodologie

Préparé pour :



Affaires mondiales    Global Affairs  
Canada                      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 Bayers Road, Halifax NS B3L 2C2

**Numéro de téléphone :** 902.493.3820

**Numéro de télécopieur :** 902.493.3879

**Numéro d'enregistrement de la ROP :** POR 105-21

**Numéro de contrat :** 08C91-210103/001/CY

**Valeur du contrat :** 49 986,68 \$

**Date d'octroi du contrat :** le 19 janvier 2022

**Date de livraison :** le 31 mars 2022

This report is also available in English

**Canada** 

## Table of Contents

Sommaire .....	3
Contexte .....	3
Objectifs de l'étude .....	3
Population cible .....	3
Utilisation de la recherche.....	4
Dépenses .....	4
Consentement .....	4
Déclaration de neutralité politique .....	4
Méthodologie de l'étude .....	6
Conception du questionnaire .....	6
Échantillonnage .....	6
Le processus du sondage .....	7
Analyse du biais de non-réponse .....	11
Annexe A : Questionnaire .....	13

# **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 2022

Ce rapport présente les détails d'ordre méthodologique utilisés pour le sondage **Communications avec les Canadiens et Canadiennes : Recherche quantitative sur le développement international, mené** par Narrative Research Inc. au nom d'Affaires mondiales Canada (AMC). Le sondage a été mené entre le 9 février et le 9 mars 2022, auprès de 1 200 membres du grand public canadien 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)

**Numéro de catalogue** : 978-0-660-42387-6

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : FR5-175/2022F-PDF

**Numéro de catalogue (Rapport de méthodologie final, anglais)** : 978-0-660-42383-8

**ISBN** : FR5-175/2022E-PDF

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par Affaires mondiales Canada, 2022

# Sommaire

## Contexte

La recherche de référence et la recherche annuelle recueillies en février 2020 et février/mars 2021 par la société d'études de marché Narrative Research au nom d'Affaires mondiales Canada (AMC) a révélé que « même si la majorité de la population canadienne n'est pas au courant des efforts de développement [canadiens à l'échelle internationale], la sensibilisation face à ce sujet a augmenté de manière modeste. La population canadienne est fière des activités de développement international du Canada et croit également qu'elles sont importantes. Toutefois, la perception du public est que le gouvernement du Canada est peu efficace quand vient le temps de transmettre de l'information au sujet du développement international et qu'il y a un manque de confiance dans l'information transmise par le gouvernement du Canada. Enfin, la recherche a révélé que le public canadien préfère la télévision, les journaux imprimés et l'Internet comme sources d'information sur le développement, plus que les médias sociaux. »

En février et mars 2022, Narrative Research a mené un nouveau sondage pour évaluer la compréhension et la sensibilisation actuelles de la population canadienne aux activités de développement international du Canada.

## Objectifs de l'étude

Les objectifs de recherche du sondage de 2022 étaient les suivants :

- Répertorier le niveau actuel de compréhension de la population canadienne adulte concernant les activités de développement international
- Comprendre le degré de sensibilisation de la population canadienne par rapport au développement international
- Mesurer chaque année le niveau de compréhension et de soutien manifesté par le public canadien envers le rôle que joue le gouvernement du Canada, notamment Affaires mondiales Canada, dans le développement international

## Population cible

Le groupe cible comprend les Canadiens et Canadiennes adultes (membres du grand public) âgés de 18 ans et plus. Une enquête téléphonique a été réalisée auprès de 1 200 personnes du 9 février au 9 mars 2022. Un échantillon de 1 200 répondants engendre une marge d'erreur globale de  $\pm 2,8$  points de pourcentage, 19 fois sur 20. Comme il s'agit d'un échantillonnage probabiliste réalisé par l'entremise d'une collecte

de données aléatoire, les résultats du sondage peuvent être projetés sur l'ensemble de la population adulte canadienne.

## **Utilisation de la recherche**

Cette recherche soutiendra les priorités gouvernementales et ministérielles. L'objectif du ministère est de sensibiliser davantage la population canadienne aux enjeux relatifs au développement international. Le besoin immédiat est de trouver les meilleures façons de communiquer avec le public canadien, car l'énoncé des travaux indique qu'AMC continue d'ajuster la forme de ses messages et les canaux qu'elle utilise. Cette recherche aura des avantages pour le public canadien, qui pourra 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 49 986,68 \$ (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**

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal de Narrative Research, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications*. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Peter MacIntosh  
Chercheur principal et associé  
Narrative Research  
[pmacintosh@narrativeresearch.ca](mailto:pmacintosh@narrativeresearch.ca)

902-493-3832

## Méthodologie de l'étude

Le sondage a été mené entre le 9 février et le 9 mars 2022, auprès de 1 200 membres du grand public canadien âgés de 18 ans ou plus.

### Conception du questionnaire

Affaires mondiales Canada a fourni les questions du sondage qui ont été utilisées dans l'étude. Après avoir examiné les questions, Narrative Research a fourni des suggestions et les a adaptées à un format approprié 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 1 200 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus. Sur les 1 200 sondages recueillis, 434 l'auraient été à partir de téléphones fixes, tandis que les 766 autres l'auraient été à partir de téléphones cellulaires. L'échantillon de numéros a été généré à l'aide de la composition aléatoire (CA), engendrant ainsi un grand nombre de numéros hors service. 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 le logiciel d'échantillonnage « Échantillonneur d'ASDE », qui est devenu un logiciel standard utilisé par de nombreuses entreprises au Canada, pour générer des échantillons de numéros de lignes fixes au sein du grand public canadien. 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	109	± 9,4 points de pourcentage
Québec	277	± 5,9 points de pourcentage
Ontario	472	± 4,5 points de pourcentage

Ouest/nord du Canada	342	± 5,3 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 répondre au 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 et adaptée à ce 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 1 superviseur pour 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 14 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

Outre répondre aux questions du sondage, on a demandé aux personnes interrogées lors du prétest de commenter le questionnaire. Ils n'ont noté aucune question très difficile à comprendre ou qui présente quelque autre problème important. On a soigneusement étudié les données des prétests afin de garantir leur exactitude et de relever les aspects qui devaient être modifiés. Il a été déterminé que la programmation téléphonique fonctionnait comme prévu et qu'aucune modification substantielle ne devait être apportée. Aucune donnée de sondage n'a été touchée par cette procédure. Un rapport de prétest a été préparé pour présenter les résultats. Le travail sur le terrain a fait l'objet d'une surveillance du respect des quotas et de l'apparition de problèmes que révélerait l'historique des appels et des renseignements sur les raisons de non-réponse.

Il fallait en moyenne 15 minutes pour répondre au sondage.

On a fixé à un minimum de cinq les rappels à chaque numéro de ligne fixe et de cellulaire. Les appels et les rappels étaient échelonnés tout au long de la journée, le jour et le soir, jusqu'à une heure limite 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 cadres de terrain pour s'assurer que celui-ci 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 soient 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 cinq

tentatives de communication vers un numéro de téléphone avant de le classer comme non disponible (c'est-à-dire une tentative initiale, plus quatre 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 du sondage se trouvant dans les pages suivantes répertorient les régions, le sexe et l'âge des répondants en fonction de la répartition réelle des adultes canadiens selon le recensement de 2016 de Statistique Canada.

En outre, les cibles générales des quotas relatifs à la région, le sexe, et l'âge sont détaillées (tant pour le nombre réel d'enquêtes réalisées que pour le pourcentage de toutes les enquêtes réalisées). Les tableaux 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 30 cellules différentes de pondération statistique qui se chevauchaient, les facteurs de pondération étant les suivants :

- a région (5) : Atlantique, Québec, Ontario, Prairies et C-B/Territoires
- b groupe d'âge (3) : de 18 à 34 ans, de 35 à 54 ans, et 55 ans ou plus
- c sexe (2) : homme et femme

Le total de 30 cellules de pondération statistique différentes qui se chevauchent est atteint quand l'on multiplie le nombre de catégories de région (5) x groupe d'âge (3) x sexe (2) = 30 cellules de pondération statistique. Les données de population pour les 30 cellules de pondération statistique ont été obtenues à partir du Recensement du Canada de 2016 (le recensement pour lequel les données étaient les plus récemment disponibles).

Il est important de noter que les régions utilisées aux fins des quotas de la collecte de données, diffèrent dans certains cas des régions utilisées aux fins de la pondération des tabulations. Cette approche plus « granulaire » a été utilisée afin de maximiser la représentativité régionale des données compilées.

Il convient aussi de noter qu'un petit nombre de personnes n'ont pu être placées dans aucune des 30 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.

<b>Sondage téléphonique</b>							
<b>(les pourcentages pourraient ne pas arriver à exactement 100 % puisque les chiffres ont été arrondis)</b>							
	Recensement 2016	Quota cible		Sondages terminés (non pondéré)		Sondages terminés (pondéré)	
		(n=)	(%)	(n=)	(%)	(n=)	(%)
<b>Région</b>							
Atlantique	6,8 %	109	9,1 %	114	9,5 %	84	7,0 %
Québec	23,4 %	277	23,1 %	270	22,5 %	277	23,1 %
Ontario	38,3 %	472	39,3 %	464	38,7 %	459	38,3 %
Ouest/nord	31,5 %	342	28,5 %	352	29,3 %	380	31,7 %
<b>Sexe<sup>1</sup></b>							
Homme	48,6 %	632	52,7 %	632	52,7 %	567	47,3 %
Femme	51,4 %	536	44,7 %	536	44,7 %	601	50,1 %
<b>Âge</b>							
De 18 à 34 ans	27,4 %	284	23,7 %	279	23,3 %	331	27,6 %
De 35 à 54 ans	34,1 %	372	31,0 %	372	31,0 %	411	34,3 %
55 ans ou plus	38,6 %	551	45,9 %	549	45,8 %	458	38,2 %

1 Un total de 32 répondants qui se sont identifiés comme personne de diverses identités de genre ou qui ont préféré ne pas indiquer leur sexe, car ils ne correspondent à aucun objectif de quota.

### **Participation/taux de réponse**

Le taux indiqué dans le tableau suivant a été fixé à partir des principaux éléments de la formule recommandée par la direction de la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada.

<b>Résultats – sondages remplis</b>	
<b>A. Total des numéros composés</b>	<b>175 794</b>
<b>Total des numéros invalides</b>	<b>72 409</b>
Numéro abandonné/hors service	69 536
Appels « silencieux »	2 393
Télécopieur/modem	257
Numéro d'entreprise	223
<b>B. Total des numéros non résolus (U)</b>	<b>80 703</b>
Occupé	6 530
Répondeur	32 080
Pas de réponse	41 021
Rappel prévu	1 072
<b>C. Unités sans réponse (UR)</b>	<b>21 117</b>
Refus du ménage	955
Refus du répondant	19 344
Maladie, incapacité	106
Répondant qualifié n'est pas disponible	0
Problème de langue	552
Désistement du répondant qualifié	160
<b>D. Utiles avec réponse (R)</b>	<b>1 565</b>
Quota atteint	170
Disqualification	195
Entrevues achevées	1 200
<b>Participation/taux de réponse : <math>[R \div (U + IS + R)] = [1\ 565 \div (80\ 703 + 21\ 117 + 1\ 565)]</math></b>	<b>1.5%</b>

## Analyse du biais de non-réponse

Aucun sondage n'est immunisé contre les biais et les 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 sont pas quantifiables. L'erreur d'échantillonnage survient lorsque les entrevues ne sont menées qu'avec un sous-

ensemble de la population. Il est donc possible que les résultats obtenus auprès de ce groupe de répondants ne reflètent pas 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 la présente enquête téléphonique, les marges d'erreur réelles obtenues reflètent l'erreur d'échantillonnage et sont présentées dans le tableau ci-dessous :

Région	Objectif – sondages remplis	Marge d'erreur (19 fois sur 20)
Canada atlantique	114	± 9,2 points de pourcentage
Québec	270	± 6,0 points de pourcentage
Ontario	464	± 4,5 points de pourcentage
Ouest/nord du Canada	352	± 5,2 points de pourcentage
<b>Total</b>	<b>1 200</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 comprenaient bien les questions 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 téléphone fixe et de téléphone portable. Des quotas ont été fixés pour les groupes démographiques traditionnellement considérés comme essentiels dans les travaux de recherche quantitative, par sexe, par âge et par région/province. L'ensemble définitif de données 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 adultes canadiens selon ces dimensions démographiques.

# Annexe A : Questionnaire

## Affaires mondiales Canada

### Sondage 2022 sur les attitudes des Canadiens à l'égard du développement

#### Questionnaire sur l'opinion publique

#### Section A : Introduction

Bonjour / Hello, je m'appelle \_\_\_\_\_ et je travaille pour Narrative Research. Notre entreprise mène aujourd'hui un sondage au nom du gouvernement du Canada concernant l'aide au développement international. Le sondage ne devrait pas prendre plus de 15 minutes de votre temps et vous y répondez à titre volontaire et vos réponses resteront entièrement confidentielles. Soyez assuré que toutes les opinions demeureront anonymes et ne vous seront pas attribuées personnellement. Veuillez nous informer si vous souffrez d'un handicap qui vous empêche de répondre au sondage d'aujourd'hui par téléphone et nous serons heureux de prendre les mesures nécessaires pour vous proposer une autre méthode de sondage. Voulez-vous que je continue en français ou en anglais? (**AU BESOIN** : Thank you. Someone will call you back shortly to complete the survey in English.)

**AU BESOIN** : La participation à ce sondage est volontaire et votre décision d'y participer ou non n'aura aucune incidence sur votre relation avec le gouvernement du Canada. Cet appel peut être écouté ou enregistré aux fins de contrôle de la qualité seulement. Les renseignements qu'il contient seront traités conformément aux exigences de la Loi sur la protection des renseignements personnels.

**AU BESOIN** : Si vous avez des questions au sujet de ce sondage ou si vous souhaitez vérifier la légitimité de cette recherche, veuillez communiquer avec Public Opinion Research/Recherche sur l'opinion publique (LCBE) à l'adresse suivante [POR-ROP@international.gc.ca](mailto:POR-ROP@international.gc.ca).

A1. Puis-je parler à un membre du ménage qui est âgé de 18 ans ou plus? Serait-ce vous? [**SI LA PERSONNE N'EST PAS DISPONIBLE, PRENEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LA RAPPELER**] [**ENTREZ UN SEUL CODE**]

- 1 Oui **CONTINUEZ**
- 2 Non **DEMANDEZ À PARLER À UNE PERSONNE QUI RÉPOND AU CRITÈRE**
- 3 Refus **REMERCIEZ ET METTEZ FIN À L'APPEL**

A2. **[RÉPÉTEZ L'INTRODUCTION SI VOUS PARLEZ À UNE NOUVELLE PERSONNE]** Votre participation au sondage est volontaire, mais elle serait d'une grande utilité. Seriez-vous disponible pour prendre part à ce sondage? Nous pouvons le faire dès maintenant ou à un moment plus propice pour vous. **[ENTREZ UN SEUL CODE]**

- 1 Oui, maintenant **CONTINUEZ**
- 2 Oui, mais à un autre moment **PRÉCISEZ LA DATE/L'HEURE**
- 3 Refus **REMERCIEZ ET METTEZ FIN À L'APPEL**

A3. Est-ce que je vous ai appelé sur votre téléphone cellulaire? **[ENTREZ UN SEUL CODE]**

- 1 Oui **CONTINUEZ**
- 2 Non **PASSEZ À LA QUESTION A5**

A4. **[POSEZ LA QUESTION A4 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION A3 EST « OUI »]** Êtes-vous dans un environnement qui vous permet de continuer aisément à répondre à ce sondage? **[ENTREZ UN SEUL CODE]**

- 1 Oui **CONTINUEZ**
- 2 Non **REMETTEZ À PLUS TARD**

A5. Travaillez-vous dans l'un des domaines suivants? **[LISEZ LES RÉPONSES EN ORDRE – ENTREZ UN SEUL CODE POUR CHAQUE RÉPONSE]**

- a Le gouvernement du Canada
- b La publicité
- c La recherche commerciale
- d Les médias

- 1 Oui **REMERCIEZ ET METTEZ FIN À L'APPEL**
- 2 Non **CONTINUEZ**

A6. Êtes-vous...? **[LISEZ LES QUATRE RÉPONSES EN ORDRE – ENTREZ UN SEUL CODE]**  
**[ASSUREZ-VOUS QUE L'OBJECTIF DE REPRÉSENTATION ÉQUILIBRÉE DES GENRES EST ATTEINT]**

- 1 Homme
- 2 Femme

- 3 Genre diversifié ou
- 4 Préfère ne pas répondre

A7. En quelle année êtes-vous né(e)? **[ASSUREZ-VOUS QUE LES CIBLES RELATIVES À L'ÂGE SONT ATTEINTES] [DOIT ÊTRE EN 2003 OU AVANT]**

---

98 ENTREZ LES QUATRE CHIFFRES DE L'ANNÉE

9999 Refuse de répondre

A7a. **[NE POSER QUE SI LA RÉPONSE À LA Q.A7 EST « REFUSÉ »]** Seriez-vous prêt à me dire à laquelle des catégories d'âge suivantes vous appartenez? Avez-vous... **[LIRE LES RÉPONSES DANS L'ORDRE]**

- 1 de 18 à 24 ans
- 2 de 25 à 34 ans
- 3 de 35 à 44 ans
- 4 de 45 à 54 ans
- 5 de 55 à 64 ans ou
- 6 65 ans ou plus?

RÉPONSE DONNÉE SPONTANÉMENT

- 7 Préfère ne pas répondre      **REMERCIER, METTRE FIN ET ENREGISTRER**

A8. Dans quelle province ou quel territoire vivez-vous? **[NE LISEZ PAS LES RÉPONSES – ENTREZ UN SEUL CODE]**

- 8 Colombie-Britannique
- 9 Alberta
- 10 Saskatchewan
- 11 Manitoba
- 12 Ontario
- 13 Québec
- 14 Nouveau-Brunswick
- 15 Nouvelle-Écosse
- 16 Île-du-Prince-Édouard
- 17 Terre-Neuve-et-Labrador
- 18 Yukon
- 19 Territoires du Nord-Ouest
- 20 Nunavut



## **Section B : Conscience et connaissance au sujet du développement international**

B1. S'il y a lieu, qu'est-ce que vous avez lu, entendu ou vu récemment au sujet des efforts du Canada en développement international? (**APPROFONDIR : Y a-t-il autre chose?**) [**ENREGISTREZ LA RÉPONSE**]

ENREGISTREZ LA RÉPONSE : \_\_\_\_\_

97 Rien

98 Ne sais pas/refuse de répondre

B3. Diriez-vous que vous avez des [LISEZ LES RÉPONSES EN ORDRE] connaissances en développement international? [**ENTREZ UN SEUL CODE**]

1 Très bonnes

2 Bonnes

3 Faibles ou

4 Très faibles

SPONTANÉMENT

8 Ne sais pas/refuse de répondre

B4. À votre connaissance, dans quels pays, s'il y a lieu, le Canada offre-t-il de l'aide internationale? APPROFONDIR : Y en a-t-il d'autres? [**NE LISEZ PAS LES RÉPONSES – ACCEPTEZ TOUT CE QUI S'APPLIQUE**]

1 Afghanistan

2 Bangladesh

3 Congo

4 Éthiopie

5 Ghana

6 Haïti

7 Inde

8 Indonésie

9 Iraq

10 Jordanie

11 Kenya

12 Liban

- 13 Mali
- 14 Mozambique
- 15 Myanmar
- 16 Niger
- 17 Nigéria
- 18 Pakistan
- 19 Sénégal
- 20 Soudan du Sud
- 21 Syrie
- 22 Tanzanie
- 23 Ouganda
- 24 Ukraine
- 25 Vietnam
- 26 Yémen
- 98 Ne sais pas/n'est pas au courant de quels pays il s'agit
- 97 Refuse de répondre /pas de réponse
- 99 Autre (PRÉCISEZ : \_\_\_\_\_)

### **Section C : Soutien à l'aide internationale**

C1. Comme vous le savez peut-être, depuis de nombreuses années, le Canada offre son soutien au développement de divers pays partout dans le monde. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait contre » et 10 signifie « tout à fait pour », dans quelle mesure êtes-vous en faveur des efforts de développement qu'accomplit le Canada dans d'autres pays? **[NE LISEZ PAS LES RÉPONSES - POSEZ UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE – ENTREZ UN SEUL CODE]**

- 01 Tout à fait contre
- 10 Tout à fait pour
- 98 Ne sais pas/refuse de répondre

C3. Maintenant, j'ai une question sur l'importance du développement international pendant la pandémie de COVID-19/coronavirus. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous pensez que le développement international est devenu « beaucoup moins important », 10 signifie que vous pensez que le développement international est devenu « beaucoup plus important », et une note de 5 ou 6 signifie que son importance n'a pas beaucoup changé, à votre avis, dans quelle mesure, l'importance du développement

international a-t-elle changé pendant la pandémie? **[NE PAS LIRE LES RÉPONSES – APPROFONDIR POUR ÉVITER D’ACCEPTER UN INTERVALLE COMME RÉPONSE]**

- 01 Beaucoup moins important
- 10 Beaucoup plus important
- 98 Ne sais pas/refuse de répondre

C4. Lorsque vous pensez à l’aide que le Canada apporte aux populations des pays en développement, que ressentez-vous? APPROFONDIR : Autre chose? **[Question Ouverte]**  
**[ENREGISTREZ LA RÉPONSE]**

ENREGISTREZ LA RÉPONSE: \_\_\_\_\_

- 98 Ne sais pas/refuse de répondre

C5. Veuillez m’indiquer dans quelle mesure les efforts de développement international suivants que le Canada accomplit à l’étranger sont importants. Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant « pas du tout important » et 10 étant « extrêmement important », selon vous, à quel point est-ce important pour le Canada...?: **[LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE – RÉPÉTEZ L’ÉCHELLE AU BESOIN] [POSEZ UNE QUESTION POUR ÉVITER D’ACCEPTER UNE FOURCHETTE – ENTREZ UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]**

- a De défendre les droits de la personne.
- b D’aider les pays en développement à composer avec les changements climatiques.
- c De promouvoir l’égalité des genres dans les pays en développement.
- d D’aider les femmes qui dirigent des entreprises dans des pays en développement.
- e De contribuer à améliorer la santé des mères et des nouveau-nés dans les pays en
- f développement.
- g D’aider des migrants qui ont fui leurs foyers en raison de la guerre, de la violence ou de la famine.
- h D’offrir à des enfants, en particulier aux filles qui vivent dans des pays en développement, un accès à des services d’éducation.
- i De vacciner des gens contre des maladies dans des pays en développement.
- j De réagir face aux catastrophes naturelles dans des pays en développement.

- 01 Pas du tout important

10 Extrêmement important

SPONTANÉMENT

98 Ne sais pas/refuse de répondre

C6. Comment qualifieriez-vous les résultats obtenus par le Canada relativement aux efforts suivants d'aide au développement international qu'il réalise à l'étranger? Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant « vraiment faibles » et 10 étant « excellents », comment qualifieriez-vous les résultats obtenus par le Canada en ce qui concerne le fait ...? **[LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE – RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN] [POSEZ UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE – ENTREZ UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]**

- a De défendre les droits de la personne.
- b D'aider les pays en développement à composer avec les changements climatiques.
- c De promouvoir l'égalité des genres dans les pays en développement.
- d D'aider les femmes qui dirigent des entreprises dans des pays en développement.
- e De contribuer à améliorer la santé des mères et des nouveau-nés dans les pays en développement.
- f D'aider des migrants qui ont fui leurs foyers en raison de la guerre, de la violence ou de la famine.
- g D'offrir à des enfants, en particulier aux filles qui vivent dans des pays en développement, un accès à des services d'éducation.
- h De vacciner des gens contre des maladies dans des pays en développement.
- i De réagir face aux catastrophes naturelles dans des pays en développement.

01 Vraiment faibles

10 Excellents

SPONTANÉMENT

98 Ne sais pas/refuse de répondre

## **Section D : Communications**

D1. Sur une échelle de 1 à 10, 1 étant « très mauvais » et 10 étant « très bons », comment qualifieriez-vous les résultats obtenus par le gouvernement du Canada relativement au fait de communiquer aux Canadiens de l'information au sujet du développement international? **[POSEZ UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE – ENTREZ UN SEUL CODE]**

01 Très mauvais

10 Très bons

SPONTANÉMENT

98 Ne sais pas/refuse de répondre

D2. Dans quelle mesure l'information publiée par le gouvernement du Canada sur les sujets suivants vous inspire-t-elle confiance? À l'aide d'une échelle de 1 à 10, 1 étant « ne m'inspire aucune confiance » et 10 étant « m'inspire une grande confiance ». À quel point l'information du gouvernement du Canada sur les sujets suivants vous inspire-t-elle confiance? **[LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE – RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN] [POSEZ UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE – ENTREZ UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]**

- a Information sur l'éducation dans les pays en développement
- b Information sur les voyages
- c Information sur la promotion de l'égalité des genres dans les pays en développement
- d Information sur l'aide aux entrepreneurs dans les pays en développement
- e Information sur la santé des mères et des nouveau-nés dans les pays en développement.
- f Information sur les organismes de bienfaisance

01 Ne m'inspire aucune confiance

10 M'inspire une grande confiance

SPONTANÉMENT

98 Ne sais pas/refuse de répondre

D3. De quelle manière préférez-vous obtenir de l'information au sujet du développement international? APPROFONDISSEZ : Y a-t-il d'autres manières? **[NE LISEZ PAS LES RÉPONSES – CONSIGNEZ LA PREMIÈRE MENTION, PUIS LES AUTRES]**

- 1 Facebook
- 2 Instagram
- 3 Twitter
- 4 Journaux
- 5 Télévision
- 6 Internet

- 7 Radio
- 8 Organismes de bienfaisance
- 9 Autre (précisez : \_\_\_\_\_)
- 96 Ne souhaite pas recevoir de l'information au sujet du développement international
- 97 Aucune préférence
- 98 Refuse de répondre/pas de réponse

D4. Quelles sources consultez-vous sur Internet pour obtenir des informations sur le développement international? APPROFONDIR : En avez-vous d'autres? **[ENREGISTREZ LA RÉPONSE]**

ENREGISTREZ LA RÉPONSE: \_\_\_\_\_

- 98 Ne sais pas/refuse de répondre

## **Section F : Profil du répondant**

Pour terminer, j'aimerais vous poser quelques questions sur vous et votre ménage aux fins de statistique seulement. Soyez assuré que vos réponses demeureront confidentielles.

F1. Quel niveau de scolarité le plus élevé avez-vous terminé? **[NE LISEZ PAS LA LISTE; ACCEPTÉZ UNE SEULE RÉPONSE]**

- 1 8e année ou moins
- 2 Études secondaires non terminées
- 3 Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- 4 Apprentissage enregistré ou diplôme ou certificat d'une école de métiers
- 5 Collège, CÉGEP ou certificat ou diplôme non universitaire
- 6 Certificat universitaire ou diplôme inférieur au baccalauréat
- 7 Baccalauréat
- 8 Grade universitaire supérieur au baccalauréat
- 98 Préfère ne pas répondre/refuse de répondre

F2. Quel est votre pays de naissance? **[ACCEPTÉZ UNE SEULE RÉPONSE]**

- 1 Canada
- 99 Autre (PRÉCISEZ : \_\_\_\_\_)

RÉPONSE SPONTANÉE

98 Préfère ne pas répondre/refuse de répondre

F3. Avez-vous la citoyenneté canadienne? **[ACCEPTEZ UNE SEULE RÉPONSE – NE LISEZ PAS LES RÉPONSES]**

- 1 Oui
- 2 Non
- 8 Ne sais pas/refuse de répondre

F4. Veuillez indiquer laquelle des catégories suivantes représente le mieux le revenu total de votre ménage en 2021 avant les impôts. Arrêtez-moi lorsque je lirai la catégorie appropriée. Serait-ce...? **[LISEZ LA LISTE – ARRÊTEZ LORSQUE LE RÉPONDANT CONFIRME LA CATÉGORIE; ACCEPTEZ UNE SEULE RÉPONSE]**

- 1 Moins de 20 000 \$
- 2 De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$
- 3 De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$
- 4 De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$
- 5 De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$
- 6 De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$ ou serait-ce
- 7 120 000 \$ et plus

RÉPONSE SPONTANÉE

8 Ne sais pas/refuse de répondre

F5. Vous identifiez-vous comme étant membre d'une minorité visible? **[ACCEPTEZ UNE SEULE RÉPONSE – NE LISEZ PAS LES RÉPONSES]**

- 1 Oui
- 2 Non
- 7 Préfère ne pas répondre

F6. Pourriez-vous me fournir les trois premiers caractères de votre code postal?  
**[ENTREZ LES TROIS CARACTÈRES DU CODE POSTAL]**

ENTREZ LES TROIS CARACTÈRES: \_\_\_\_\_

997 Ne sais pas/refuse de répondre

F7. Habitez-vous en ville, en banlieue ou en milieu rural? **[ACCEPTÉZ UNE SEULE RÉPONSE – NE LISEZ PAS LES RÉPONSES]**

- 1 En ville
- 2 En banlieue
- 3 En milieu rural
- 8 Ne sais pas/refuse de répondre

F8. Et pour terminer, quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison? **[NE PAS LIRE LES RÉPONSES – ACCEPTER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]**

- 1 Anglais
- 2 Français
- 3 Autre [précisez : \_\_\_\_\_]
- 7 Préfère ne pas répondre

Cela conclut le sondage. Ce sondage a été mené au nom d'Affaires mondiales Canada. Au cours des prochains mois, le rapport sera accessible à Bibliothèque et Archives Canada. Merci beaucoup d'avoir pris le temps de participer, nous vous en sommes très reconnaissants.