



Enquête de suivi sur la notoriété de Parcs Canada  
2017-2018

Rapport de recherche

Rapport Final

Rapport de recherche quantitative

Préparé pour : Agence Parcs Canada

Numéro de ROP : 004-17

Numéro de contrat : 5P0004-170084/001/CY

Date d'octroi du contrat : 18 mai 2017

Date de livraison : 29 mars 2018

Valeur du contrat : 129 770,56 \$

*This report is also available in English upon request*

# Rapport de recherche quantitative

## Préparé pour l'Agence Parcs Canada

30, rue Victoria, Gatineau (Québec) J8X 0B3  
information@pc.gc.ca  
1-888-773-8888  
This report is also available in English upon request

### **Avis de confidentialité**

Tout document ou renseignement fourni par Parcs Canada et toute donnée recueillie par le groupe Earncliffe Strategy seront traités comme renseignements confidentiels par Earncliffe Strategy et entreposés de manière sécuritaire dans les locaux du groupe Earncliffe Strategy (conformément aux normes de l'industrie et aux lois en vigueur).

#### OTTAWA

46 Elgin Street, Suite 200  
Ottawa (Ontario) K1P 5K6  
Numéro gratuit : 1 (844) 564-4455  
Téléphone : (613) 563-4455

#### VANCOUVER

1040 West Georgia St. Suite 1750  
Vancouver (Colombie-Britannique) V6E 4H1  
Téléphone : (604) 678-2900

#### TORONTO

330 Bay Street, Suite 505  
Toronto (Ontario) M5H 2S8  
Téléphone : (416) 214 6425

#### SASKATOON

224 4th Avenue South, Suite 502  
Saskatoon, SK S7K 5M5  
Téléphone : (306) 664 1994

## TABLE DES MATIÈRES

<i>RÉSUMÉ EXÉCUTIF</i> .....	<i>1</i>
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i> .....	<i>5</i>
<i>INTRODUCTION</i> .....	<i>8</i>
<i>RÉSULTATS DÉTAILLÉS</i> .....	<i>9</i>
<i>CONCLUSIONS</i> .....	<i>22</i>
<i>ANNEXE A : COMPTE-RENDU DE LA MÉTHODE D'ENQUÊTE</i> .....	<i>23</i>
<i>ANNEXE B : QUESTIONNAIRES</i> .....	<i>288</i>

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Ce rapport présente les résultats et les conclusions qui découlent de l'Enquête de suivi de la notoriété de l'Agence Parcs Canada en 2017-2018 menée par Earncliffe Strategy Group (Earncliffe) pour le compte de l'Agence Parcs Canada.

Les entrevues ont été menées à l'aide d'un omnibus téléphonique de Nielsen en juin 2017 (n=2 167 entre le 1<sup>er</sup> et le 13 juin 2017), en septembre 2017 (n=2 173, entre le 7 et le 18 septembre 2017), en décembre 2017 (n=2 146, entre le 7 et le 18 décembre 2017) et en mars 2018 (n=2 163, entre le 1<sup>er</sup> et le 12 mars 2018). Les répondants ont été interrogés dans la langue de leur choix, soit en anglais ou en français.

La marge d'erreur pour chaque vague d'étude était de  $\pm 2,1$  %, 19 fois sur 20, et la marge d'erreur résultante pour l'ensemble de la période de suivi était de  $\pm 1,1$  %, 19 fois sur 20.

L'étude a été conçue pour cibler un échantillon représentatif de 2 000 adultes canadiens (âgés de 18 ans et plus) par enquête et des échantillons supplémentaires (au besoin) afin que chaque vague comprenne 250 adultes provenant de trois RMR – Montréal, Toronto et Vancouver.

Pour Parcs Canada, l'Enquête de suivi de la notoriété sert à mesurer et à suivre la notoriété de l'Agence sur une base continue, et à comprendre les points de vue des Canadiens à son égard de même que l'appui qu'ils lui accordent.

Ce compte rendu sommaire présente les grandes lignes des conclusions tirées des sondages menés en 2017-2018.

### Notoriété de Parcs Canada

La notoriété publique de Parcs Canada et du nom de son Agence est restée forte durant la période de suivi de 2017-2018.

- **La notoriété spontanée a chuté de 25 % à 23 %.** Règle générale, environ le quart des Canadiens peuvent reconnaître, sans assistance, que Parcs Canada est l'organisme qui administre les parcs nationaux et les lieux historiques officiellement désignés ainsi.
- **La notoriété totale (assistée et spontanée) est demeurée très élevée et relativement stable, avec une légère hausse de 82 % à 83 % – de même qu'un taux ultime de notoriété tout au long des trimestres de septembre et de décembre 2017 atteignant 85 %.** Il y a aussi eu une remontée de la notoriété assistée de 57 % à 60 %.
- **La notoriété était plus forte dans les provinces de l'Atlantique ainsi que dans l'Ouest, et plus basse au Québec.** Cette tendance s'est reflétée dans les régions métropolitaines de recensement (RMR) observées – la notoriété était plus basse à Montréal qu'à Vancouver.

## Rappel des messages récents

Parcs Canada vise à promouvoir son travail auprès des Canadiens par l'entremise de divers canaux. Les principales conclusions précisant comment les Canadiens apprennent à connaître l'Agence sont présentées ci-dessous :

- **Les publicités télévisées et la diffusion de programmes ou de documentaires demeurent les sources d'information les plus populaires sur Parcs Canada. Toutefois, cette popularité diminue alors que les publicités recueillent une moyenne de 29 % à partir de juin 2017, pour fléchir à 23 % en mars 2018 pendant que les moyennes pour les programmes baissent de 23 % à 20 %. On assiste aussi à une diminution pour les médias sociaux, qui passent de 17 % à 11 % durant la période examinée.**
- **Il y a un déclin du pourcentage de Canadiens qui ont affirmé, lorsqu'interrogés, avoir entendu, lu, ou vu quoi que ce soit sur Parcs Canada. En juin 2017, 56 % ont rapporté avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de Parcs Canada. Dans la période jusqu'au mois de mars 2018, le rappel assisté est tombé à 36 %.**
- **Les Canadiens se sont souvenus d'une vaste gamme de sujets liés à Parcs Canada. Pour les sujets liés à la gratuité d'accès aux parcs nationaux dans le cadre des célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada, on a observé, à juste titre, une baisse de 40 % à 13 % alors qu'au pays les commémorations du 150<sup>e</sup> anniversaire prenaient fin en décembre. Les voyages et le tourisme sont restés stables, en hausse de 8 % à 11 % dans les deux derniers trimestres.**

## Appui à Parcs Canada

- **Les Canadiens sont de fervents défenseurs du mandat de Parcs Canada – le nombre de personnes qui l'appuient ou l'appuient complètement continue de fluctuer entre 83 % et 80 %. L'opposition est restée faible (entre 2 % et 3 %) durant la période de l'enquête en 2017-2018.**

## Thèmes particuliers

### *Parcs Canada : lieux de visite prévus*

#### Été 2017

- **En juin 2017, nettement plus de la moitié des Canadiens (67 %) ont indiqué qu'il était très probable ou assez probable qu'ils visitent un parc national, un lieu historique national ou une voie navigable, une augmentation par rapport à la vague précédente (56 % en mars 2017).**
- Parmi ceux qui ont affirmé qu'une visite à un parc national, un lieu historique national ou une voie navigable était probable, le lieu le plus fréquemment cité était le Parc national de Banff (11 %).

#### Automne 2017

- **À l'automne 2017, une moyenne de 40 % des répondants ont affirmé vouloir visiter un parc national, une voie navigable, ou un lieu historique national.** Dans les régions de l'Atlantique, l'intérêt était nettement moins prononcé que dans le reste du pays; 29 % ont indiqué qu'une visite d'un parc national,

d'un lieu historique ou d'une voie navigable était très probable ou assez probable, tandis que dans les régions restantes, ils étaient 42 % à choisir ces mêmes réponses à l'automne 2017.

#### *Célébrations du 150e anniversaire du Canada*

- **À l'échelle nationale, le pourcentage de Canadiens à envisager leur participation aux célébrations du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada dans leur collectivité était très probable ou probable à 70 %, et à 45 % pour celles à l'extérieur de leur collectivité.** Le pourcentage de Canadiens à affirmer qu'ils regarderaient les festivités à la télévision s'élevait à 53 %.

#### *Connaissance du terme biodiversité*

- **Près de la moitié des Canadiens (41 %) ont jugé leur connaissance du terme *biodiversité* comme étant très élevée ou élevée.** Elle était légèrement plus élevée pour la tranche d'âge de 18 à 34 ans que pour celle des 35 ans et plus, avec une moyenne de 46 % comparativement à 39 % pour le second groupe.

#### *Attitudes à l'égard de Parcs Canada*

- **Presque unanimement, 93 % des Canadiens considèrent Parcs Canada comme un legs important établi par les Canadiens pour les générations actuelles et futures;** 90 % affirment aussi que les parcs nationaux sont une source de fierté pour les Canadiens.
- **Parmi les initiatives de Parcs Canada en matière de conservation, celle qui était la plus connue est la protection des espèces en péril dans les parcs nationaux. Son pourcentage est passé de 58 % en décembre 2017 à 52 % en mars 2018.** Le suivi de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux vient ensuite, avec 52 %, une proportion qui a aussi chuté en mars 2018 pour se situer à 43 %.

#### *Intérêt envers les activités liées à la conservation et la science*

- **46 % des participants ont affirmé qu'ils étaient soit très intéressés ou plutôt intéressés à en connaître davantage au sujet des activités de Parcs Canada ayant trait à la conservation et à la science.** Montréal représente un sommet avec 51 % à avoir expressément démontré leur intérêt.

Société responsable de la recherche : Earncliffe Strategy Group Inc. (Earncliffe)

Numéro de contrat : 5P0004-170084/001/CY

Date d'octroi du contrat : 18 mai 2017

Valeur du contrat : 129 770,56 \$ (TVH comprise)

#### Énoncé de neutralité politique

Par la présente, j'atteste, en ma qualité de représentant pour la société Earncliffe, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, telles que définies dans la politique de communication du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus

particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature 

Date : 29 mars 2018

Doug Anderson  
Partenaire, Earnscliffe

## EXECUTIVE SUMMARY

This report presents the results and findings from the 2017-2018 Awareness Tracking Study conducted by Earncliffe Strategy Group (Earncliffe) on behalf of Parks Canada Agency.

Telephone interviews were conducted as part of Nielsen's telephone omnibus in June 2017 (n=2,167, between June 1<sup>st</sup> and 13<sup>th</sup>, 2017), September 2017 (n=2,173, between September 7<sup>th</sup> and 18<sup>th</sup>, 2017), December 2017 (n=2,146, between December 7<sup>th</sup> and 18<sup>th</sup>, 2017), and March 2018 (n=2,163, between March 1<sup>st</sup> to 12<sup>th</sup>, 2018). Interviews were conducted in the respondent's choice of English or French.

The margin of error for each study wave was  $\pm 2.1\%$ , 19 times out of 20, and the resultant margin of error for the combined tracking period was  $\pm 1.1\%$ , 19 times out of 20.

The study was designed to target a nationally representative sample of 2,000 adult Canadians (aged 18 and over) per study and oversamples (where necessary) to obtain 250 adults each wave from three CMAs – Montreal, Toronto, and Vancouver.

Parks Canada employs the Awareness Tracking Survey to measure and track on an on-going basis awareness of Parks Canada, as well as to understand Canadians' opinions and support of the Agency.

This executive summary outlines the major findings from the 2017-2018 surveys.

### Awareness of Parks Canada

Public awareness of Parks Canada and its agency name remained strong over the 2017-2018 tracking period.

- **Unaided awareness has fallen from 25% to 23%.** As a constant, roughly a quarter of Canadians can identify Parks Canada as the agency that operates officially designated national parks and historic sites without prompting.
- **Total awareness (aided plus unaided) remained very high and relatively stable, rising slightly from 82% to 83% - An ultimate rate of awareness throughout the middle quarters of September 2017 and December 2017 reaching 85%.** Aided awareness also rose from 57% to 60%.
- **Awareness was higher in the Atlantic Provinces and in the West, and lower in Quebec.** This trend was mirrored in the Census Metropolitan Areas (CMAs) studied – awareness was lower in Montreal than in Vancouver.

### Recall of Recent Messaging

Parks Canada aims to promote its work with Canadians through a variety of channels. Key findings for how Canadians learn about the Agency are presented below:

- **Television commercials and programing/documentaries remains the most popular source of information**



about Parks Canada, however that amount is dwindling, starting in June 2017 with an average of 29% and finishing March 2018 with an average of 23% for commercials, and dropping from 23% to 20% for programs. Social media has also fell, from 17% to 11% over the tracking period.

- **The percentage of Canadians who, when asked, had heard, read, or watched something about Parks Canada declined. In June 2017, 56% reported having heard, read or seen something about Parks Canada. By March 2018, aided recall had fallen to 36%.**
- **Canadians remembered a broad range of topics relating to Parks Canada. Understandably, topics concerning free admission as part of Canada's 150 celebrations have fell from 40% to 13% as the sesquicentennial celebrations across the country wrapped up in December. Travel and Tourism remains stable rising from 8% to 11% in the final 2 quarters.**

### Support of Parks Canada

- **Canadians are strong supporters of Parks Canada's mandate – it continues to fluctuate between 83% and 80% of people who completely support or support it.** Opposition remained low (between 2% and 3%) over the 2017-2018 period studied.

### Specifics Themes

#### *Parks Canada Places Planned to Visit*

##### Summer 2017

- **Well over half of Canadians (67%) in June 2017 reported that they were very likely or somewhat likely to visit a national park, national historic site, or waterway, an increase from the previous wave (56% in March 2017).**
- Among those who were likely to visit a national park, national historic site or waterway, the most frequently mentioned single location was Banff National Park (11%).

##### Fall 2017

- **An average of 40% of people were interested in visiting a national park, national historic site, and/or national waterway in fall 2017.** Atlantic regions showed significantly less interest than the rest of Canada with 29% saying very likely or somewhat likely, the average of the remaining regions was at 42% stating very likely or somewhat likely to visit a notional park/historic site/waterway in fall 2017.

#### *Canada's 150<sup>th</sup> Birthday Celebration*

- **Nationally, 70% of Canadians reported very likely or likely to participate in Canada 150 celebrations in their community, and 45% outside their community.** 53% of Canadians said they would watch the event on television.

### *Knowledge of the term Biodiversity*

- **Almost half of Canadians (41%) rated their knowledge of the term Biodiversity as very high or high.** Ages 18-34 rated themselves significantly higher than 35+ with an average of 46% as opposed to 39% from the later.

### *Attitudes Toward Parks Canada*

- **An almost overwhelming 93% of Canadians regarded Parks Canada as an important legacy established by Canadians for current and future generations;** 90% also stating that National Parks are a source of pride as Canadians.
- **The highest level of awareness concerning Parks Canada Conservation Initiatives was efforts to protect species at risk in national parks, this number went from 58% in December 2017 to 52% in March 2018.** Followed by 52% being aware of the tracking of the health of plants and animals in national parks, which also lowered in March 2018 to 43%.

### *Interest in Science and Conservation Activities*

- **46% of participants stated they were either very interested or somewhat interested in learning more about what science and conservation activities Parks Canada does.** A high of 51% in Montreal specifically showed interest.

Research Firm: Earnscliffe Strategy Group Inc.  
Contract Number: 5P0004-170084/001/CY  
Contract Award Date: May 18, 2017  
Contract Value: \$129,770.56 (including HST)

### Political Neutrality Statement

I hereby certify as a Representative of Earnscliffe Strategy Group that the final deliverables fully comply with the Government of Canada political neutrality requirements outlined in the Policy on Communications and Federal Identity and Procedures for Planning and Contracting Public Opinion Research. Specifically, the deliverables do not include information on electoral voting intentions, political party preferences, standings with the electorate or ratings of the performance of a political party or its leaders.

Signed: 

Date: March 29, 2018

Doug Anderson  
Principal, Earnscliffe

## INTRODUCTION

Le groupe Earncliffe Strategy (Earncliffe) est heureux de présenter à l'Agence Parcs Canada (APC) ce rapport qui met en lumière les résultats de l'enquête de suivi de la notoriété pour 2017-2018.

L'APC est l'Agence fédérale du gouvernement du Canada chargée de protéger des exemples représentatifs du patrimoine national et culturel du Canada et de promouvoir les parcs nationaux, les lieux historiques nationaux et les aires marines de conservation du Canada auprès des Canadiens qui peuvent découvrir ces lieux et en profiter de façon à les laisser intacts pour les générations d'aujourd'hui et de demain. Les parcs nationaux, lieux historiques nationaux et aires marines de conservation du Canada attirent plus de 20 millions de visiteurs canadiens et internationaux chaque année.

L'APC se sert de l'enquête de suivi de la notoriété pour mesurer et assurer un suivi continu de la notoriété de Parcs Canada, ainsi que pour comprendre les points de vue et l'appui des Canadiens à l'égard de l'Agence.

Pour atteindre cet objectif, Earncliffe a réalisé des entrevues téléphoniques dans le cadre d'un sondage omnibus de Nielsen en juin 2017 (n=2 167, du 1<sup>er</sup> au 13 juin 2017), en septembre 2017 (n=2 173, du 7 au 18 septembre 2017), en décembre 2017 (n=2 146, du 7 au 18 décembre 2017) et en mars 2018 (n=2 163, du 1<sup>er</sup> au 12 mars 2018). Les répondants avaient le choix de répondre en français ou en anglais, selon leur préférence. La marge d'erreur pour chacune des périodes de sondage est de  $\pm 2,1\%$ , 19 fois sur 20, et la marge d'erreur combinée de l'ensemble de la période de suivi est de  $\pm 1,1\%$ , 19 fois sur 20.

Le rapport présente d'abord un résumé exécutif décrivant les principaux résultats de la recherche. Ce résumé exécutif est suivi d'une analyse détaillée des résultats. On trouve enfin, en annexe au rapport, la méthodologie détaillée du projet (annexe A) et les questionnaires en anglais et en français (annexe B).

Le coût total de la recherche s'élève à 129 770,56 \$ (TVH incluse).

# RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Le présent rapport est divisé en quatre sections. La section A présente les résultats liés à la connaissance de l'APC, notamment le nom de l'Agence. La mémorisation des messages diffusés au sujet de Parcs Canada, des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux est décrite dans la section B. La section C examine l'appui général des Canadiens à l'égard du mandat de Parcs Canada. Enfin, la section D décrit d'autres thèmes spécifiques, notamment les célébrations de Canada 150, l'intention de visiter les lieux de Parcs Canada en été et à l'automne 2017, et plus particulièrement les parcs nationaux, l'attitude à l'égard de Parcs Canada, la connaissance du terme « biodiversité », l'intérêt pour les activités scientifiques et de conservation réalisées par l'Agence. Lorsque cela était pertinent, une comparaison a été réalisée selon les vagues d'enquête, les régions et les régions métropolitaines de recensement (RMR) désignées.

## A — Notoriété de Parcs Canada

La première section de ce rapport est axée sur la connaissance qu'ont les Canadiens de Parcs Canada, y compris du nom de l'Agence. Les résultats nationaux et régionaux sont examinés en détail dans ce chapitre.

### Notoriété de Parcs Canada

Les résultats du **Tableau A1** indiquent que la moyenne nationale de notoriété spontanée de Parcs Canada était de 23 % au mois de mars. Ce résultat représente une légère baisse et correspond à la tendance que nous avons mesurée au cours de l'année.

Tableau A1 — Notoriété spontanée du nom de l'Agence — Résultats nationaux

Pourcentage de personnes ayant répondu « Parcs Canada »					
	Moyenne du suivi 2017-2018 : (n = 2 162)	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Parcs Canada	24 %	25 %	24 %	24 %	23 %

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?\*

Base : l'ensemble des répondants.

En comparant les résultats de l'ensemble des régions, il appert que la notoriété spontanée est supérieure à la moyenne nationale dans les provinces de l'Atlantique, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Les tendances annuelles indiquent également que la notoriété est en général inférieure à la moyenne nationale au Québec (voir le **Tableau A2**).

\*Les numéros de questions ne sont pas inclus, car ils varient selon la vague d'enquête.

Tableau A2 — Notoriété spontanée de Parcs Canada — Résultats régionaux

Pourcentage indiquant « Parcs Canada »				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>National</b>	<b>25 %</b>	<b>24 %</b>	<b>24 %</b>	<b>23 %</b>
Atlantique	30 %	34 %	30 %	32 %
Québec	18 %	17 %	20 %	21 %
Ontario	25 %	23 %	22 %	20 %
Manitoba/Saskatchewan	25 %	33 %	21 %	22 %
Alberta	31 %	22 %	31 %	28 %
Colombie-Britannique	29 %	28 %	28 %	26 %

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

Base : l'ensemble des répondants.

Par rapport au début de l'année, la notoriété spontanée de Parcs Canada a légèrement baissé à Toronto et Vancouver, mais reste inchangée à Montréal. La notoriété spontanée de Parcs Canada demeure plus élevée à Vancouver et plus faible à Montréal et Toronto, comparée à la moyenne nationale.

Tableau A3 — Notoriété spontanée de Parcs Canada — Résultats par RMR

Pourcentage indiquant « Parcs Canada »				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>National</b>	<b>25 %</b>	<b>24 %</b>	<b>24 %</b>	<b>23 %</b>
Toronto	24 %	23 %	19 %	22 %
Montréal	16 %	18 %	19 %	16 %
Vancouver	29 %	27 %	28 %	27 %

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

Base : l'ensemble des répondants.

Afin d'obtenir le portrait de la notoriété totale de Parcs Canada, on a demandé aux répondants qui n'avaient pas correctement identifié l'Agence lors de la première question sans indice, s'ils avaient déjà entendu parler de Parcs Canada. Pour calculer la notoriété totale, on a additionné la notoriété spontanée (question 1) et la notoriété assistée (question 2).

Les résultats du **Tableau A4** montrent que la notoriété générale a légèrement évolué pendant la période de suivi 2017-2018, bien que la notoriété totale relevée en mars 2018 soit identique à celle relevée en juin 2017. Pour chaque vague d'enquête, entre 23 % et 25 % des Canadiens répondaient spontanément Parcs Canada, tandis qu'environ six répondants sur dix connaissaient la réponse lorsqu'on leur posait la question incitative (entre 57 % et 61 %). Au total, 84 % des Canadiens connaissaient Parcs Canada au cours de la période de suivi, le plus haut score de 85 % ayant été relevé deux fois pendant les vagues de septembre 2017 et de décembre 2017.

Tableau A4 — Notoriété totale de Parcs Canada — Résultats nationaux

Pourcentage de répondants connaissant Parcs Canada de manière spontanée ou assistée				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Notoriété nationale spontanée de l'APC	25 %	24 %	24 %	23 %
Notoriété nationale assistée de l'APC	57 %	61 %	61 %	60 %
<b>Notoriété totale</b>	<b>82 %</b>	<b>85 %</b>	<b>85 %</b>	<b>83 %</b>

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?

Base : l'ensemble des répondants.

La notoriété de Parcs Canada, spontanée ou assistée est plus importante chez les habitants des provinces de l'Atlantique et de l'Ouest canadien. Le taux de notoriété en Ontario était semblable à la tendance nationale, mais était plus faible au Québec au cours de la période de suivi (voir le **Tableau A5**). Chaque région a connu des fluctuations au cours de l'année et les trimestres ayant enregistré un pic n'étaient pas les mêmes selon les régions.

Tableau A5 — Notoriété totale de Parcs Canada — Résultats par région

Pourcentage de personnes ayant répondu « Parcs Canada »				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>National</b>	<b>82 %</b>	<b>85 %</b>	<b>85 %</b>	<b>83 %</b>
Atlantique	94 %	91 %	90 %	92 %
Québec	74 %	78 %	78 %	75 %
Ontario	81 %	84 %	84 %	82 %
Manitoba/Saskatchewan	86 %	94 %	82 %	86 %
Alberta	88 %	88 %	95 %	88 %
Colombie-Britannique	86 %	88 %	86 %	89 %

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?

Base : l'ensemble des répondants.

À l'image des résultats du taux de notoriété spontanée, Vancouver demeure en tête des RMR, affichant le taux de notoriété totale de Parcs Canada le plus important. Toutefois, le taux de notoriété à Toronto a grimpé depuis le début de l'année (voir le **Tableau A6**). Le taux de notoriété totale de Parcs Canada a fluctué à Montréal, et malgré un pic en septembre 2017, il a terminé l'année à un niveau inférieur par rapport au début de l'année.

Tableau A6 — Notoriété totale de Parcs Canada — Résultats par RMR

Pourcentage de personnes ayant répondu « Parcs Canada »				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>National</b>	<b>82 %</b>	<b>85 %</b>	<b>85 %</b>	<b>83 %</b>
Toronto	77 %	82 %	78 %	81 %
Montréal	70 %	74 %	72 %	69 %
Vancouver	83 %	87 %	83 %	88 %

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?

Base : l'ensemble des répondants.

## B – Messages récents

### Mémorisation de messages récents

La mémorisation de messages récents au sujet de Parcs Canada, des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux a considérablement augmenté et atteint un niveau sans précédent depuis le début du suivi au mois de février 2012. Une tendance saisonnière se dégage : les niveaux de notoriété les plus élevés sont généralement en septembre et en juin, tandis que la notoriété est la plus faible en mars. La mémorisation des publicités à propos de Parcs Canada et des parcs nationaux en juin et en septembre constitue la plus forte progression (voir le **Tableau B1**).

Tableau B1 — Mémorisation assistée des messages récents — Résultats nationaux

Pourcentage de personnes ayant répondu oui					
	Moyenne du suivi 2017-2018 (n = 2 162)	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Parcs Canada	47 %	56 %	55 %	42 %	36 %
Parcs nationaux du Canada	48 %	54 %	55 %	44 %	40 %
Lieux historiques nationaux du Canada	40 %	45 %	45 %	38 %	33 %

Au cours des trois derniers mois, avez-vous entendu, lu, ou vu quoi que ce soit en lien avec ce qui suit?

Base : l'ensemble des répondants.

Plus de la moitié des Canadiens (53 %) rapportent avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de Parcs Canada, des lieux historiques nationaux ou des parcs nationaux au cours des trois mois précédents. À l'instar de l'an dernier, les habitants de l'Alberta sont les plus susceptibles de se rappeler quelque chose en lien avec l'une de ces trois désignations, désormais rattrapés par les Canadiens de la région de l'Atlantique qui enregistrent le même score (66 %). Comme cela a été le cas l'an dernier, toutes les autres régions sont proches de la moyenne nationale (voir le **Tableau B2**).

Tableau B2 — Mémorisation assistée des messages récents — Résultats par région

	Parcs Canada				Parcs nationaux du Canada				Lieux historiques nationaux du Canada				Au moins l'un des trois
	Juin-17	Sept-17	Déc-17	Mar-18	Juin-17	Sept-17	Déc-17	Mar-18	Juin-17	Sept-17	Déc-17	Mar-18	Mar-18
<b>Total</b>	<b>56 %</b>	<b>55 %</b>	<b>42 %</b>	<b>36 %</b>	<b>54 %</b>	<b>55 %</b>	<b>44 %</b>	<b>40 %</b>	<b>45 %</b>	<b>45 %</b>	<b>38 %</b>	<b>33 %</b>	<b>53 %</b>
Atlantique	65 %	68 %	49 %	46 %	61 %	64 %	49 %	44 %	63 %	61 %	47 %	51 %	66 %
Québec	47 %	51 %	39 %	32 %	52 %	54 %	41 %	40 %	43 %	44 %	40 %	32 %	51 %
Ontario	56 %	52 %	41 %	35 %	54 %	51 %	44 %	38 %	42 %	42 %	37 %	28 %	49 %
Manitoba/ Saskatchewan	59 %	63 %	35 %	35 %	60 %	60 %	37 %	35 %	48 %	48 %	36 %	33 %	48 %
Alberta	62 %	66 %	54 %	47 %	52 %	66 %	49 %	54 %	47 %	49 %	41 %	36 %	66 %
Colombie-Britannique	58 %	54 %	33 %	34 %	52 %	51 %	45 %	36 %	44 %	39 %	33 %	33 %	51 %

#### Sources d'information

Les résultats suivants sont indubitablement liés aux changements opérés par l'APC en matière de publicité. Parmi la part croissante de Canadiens qui rapportent avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de l'APC au cours des trois mois précédents, la proportion totale des répondants ayant mentionné avoir vu une publicité télévisée au sujet de l'APC, d'un parc ou d'un lieu est restée relativement stable la majeure partie de l'année, mais a chuté en mars 2018, pour finir à 23 %.

Les données du **Tableau B3** montrent également que la mémorisation grâce aux médias sociaux a baissé par rapport au pic de 17 % en juin 2017 pour atteindre 11 % en décembre 2017 et en mars 2018, mais cela représente néanmoins un chiffre nettement supérieur aux 5 % relevés en juin 2016, ce qui suggère que les médias sociaux jouent un rôle plus important dans la communication de la marque Parcs Canada. La mémorisation grâce à la plupart des autres plateformes, notamment les journaux, les magazines et la radio a suivi une tendance culminante en septembre 2017 et a terminé l'année à un niveau bas.



Tableau B3 — Sources d'information — Résultats nationaux

Pourcentage de personnes ayant répondu oui					
	Moyenne du suivi 2017-2018 (n = 1 366)	Juin 2017 (n = 1 522)	Septembre 2017 (n = 1 519)	Décembre 2017 (n = 1 261)	Mars 2018 (n = 1 162)
Publicité télévisée	27 %	29 %	28 %	28 %	23 %
Émission/documentaire à la télévision	22 %	23 %	27 %	18 %	20 %
Autre site Internet	17 %	21 %	18 %	13 %	14 %
Médias sociaux (Facebook, YouTube, MySpace, Twitter)	14 %	17 %	15 %	11 %	11 %
Article de journal	16 %	18 %	21 %	15 %	10 %
Dans les parcs nationaux/lieux historiques	6 %	4 %	8 %	5 %	6 %
Site Web de Parcs Canada	5 %	4 %	5 %	5 %	6 %
Radio	11 %	15 %	15 %	9 %	6 %
Bouche-à-oreille/amis/famille	6 %	8 %	6 %	5 %	5 %
Article dans une revue ou un magazine	5 %	7 %	6 %	4 %	4 %
Brochure/dépliant (non reçu(e) par la poste)	4 %	4 %	5 %	3 %	3 %
Publipostage direct/dépliant promotionnel	4 %	7 %	3 %	2 %	3 %
Dans les musées/autres parcs/lieux	2 %	1 %	3 %	2 %	2 %
Affichages de rue (Skywalk de Toronto, Parlement)	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %
Guides de voyage/touristiques	1 %	1 %	2 %	-	2 %

*Où vous souvenez-vous précisément d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de Parcs Canada, des parcs nationaux ou des lieux historiques nationaux?*

*Base : les répondants qui se souvenaient d'avoir entendu, vu ou lu quelque chose à ce sujet dans les trois derniers mois.*

Pendant la majeure partie de l'année, l'entrée gratuite dans les parcs à l'occasion du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada était, de loin, le message le plus fréquemment mémorisé, mais cette mémorisation a baissé de manière constante d'un trimestre à l'autre, revenant au niveau mesuré en décembre 2016 (voir le **Tableau B4**).

Tableau B4 — Renseignements sur Parcs Canada

	Jun 2017 (n = 1 522)	Septembre 2017 (n = 1 519)	Décembre 2017 (n = 1 519)	Mars 2018 (n = 1 162)
<b>Résultats nets : Rayonnement et visites</b>	<b>58 %</b>	<b>56 %</b>	<b>40 %</b>	<b>37 %</b>
Entrée gratuite dans le cadre du 150 <sup>e</sup> anniversaire du Canada	40 %	35 %	20 %	13 %
Promotion de voyage/touristique	8 %	10 %	8 %	11 %
Célébrations de l'anniversaire du Canada	14 %	9 %	8 %	6 %
Laissez-passer de parc	2 %	2 %	2 %	3 %
<b>Nouveaux aménagements ou aménagements améliorés dans les parcs</b>	<b>2 %</b>	-	-	-
<b>Résultats nets : Création et conservation</b>	<b>10 %</b>	<b>8 %</b>	<b>9 %</b>	<b>10 %</b>
Protection de l'environnement (en général)	5 %	3 %	4 %	6 %
Protection des espèces sauvage (réintroduction d'espèces, abattages)	4 %	3 %	3 %	3 %
Ouverture de nouveaux parcs ou lieux historiques	-	-	2 %	2 %
<b>Résultats nets : autres mentions</b>	<b>26 %</b>	<b>33 %</b>	<b>25 %</b>	<b>28 %</b>
Attraités des parcs/information sur les parcs	8 %	9 %	7 %	11 %
Catastrophe (incendies, avalanches, crues)	-	8 %	3 %	=
Histoire/lieux historiques/histoire du Canada (non spécifié)	4 %	-	2 %	4 %
Renseignements sur la nature/les espèces sauvages	3 %	6 %	4 %	3 %
NSP/NRP	18 %	17 %	29 %	27 %

Q7. Pouvez-vous me citer des sujets ou des thèmes relatifs aux parcs nationaux ou aux lieux historiques nationaux à propos desquels vous vous souvenez d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose?

Base : les répondants qui se souvenaient d'avoir entendu, vu ou lu quelque chose.

## C – Opinions et appui à l'égard de Parcs Canada

### Appui à l'égard du mandat de Parcs Canada

La proportion de participants à appuyer complètement le mandat de Parcs Canada a légèrement varié au cours de la période de suivi, atteignant un point culminant en septembre 2017 à 69 %, et chutant à 64 % à la fin de la période de suivi en mars 2018. L'appui s'est également transformé en réponse neutre. L'opposition au mandat de Parcs Canada n'a pas enregistré de changement notable et reste considérablement faible (voir le **Tableau C1**)

Tableau C1 – Appui à l'égard du mandat de Parcs Canada – Résultats nationaux

	Moyenne du suivi 2017-2018 (n = 2 162)	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Appuie totalement	67 %	68 %	69 %	65 %	64 %
Appuie	14 %	13 %	14 %	14 %	16 %
Ni pour, ni contre	16 %	14 %	14 %	18 %	16 %
S'oppose/S'oppose totalement	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %

*Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou futures. Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie que vous vous opposez totalement, 3 signifie que vous n'êtes ni pour ni contre et 5 signifie que vous appuyez totalement, veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.*

*Base : l'ensemble des répondants.*

L'appui à l'égard du mandat de Parcs Canada a légèrement fluctué au cours de l'année, mais reste assez élevé dans toutes les régions et les RMR (voir le **Tableau C2**).

Tableau C2 – Appui à l'égard du mandat de Parcs Canada – Résultats par région et RMR

Pourcentage des deux premiers choix (Appuie totalement ou Appuie)				
	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Total	82 %	83 %	79 %	80 %
Atlantique	80 %	84 %	77 %	78 %
Québec	80 %	79 %	76 %	79 %
Ontario	82 %	84 %	80 %	81 %
Manitoba/Saskatchewan	77 %	73 %	73 %	70 %
Alberta	79 %	88 %	78 %	76 %
Colombie-Britannique	88 %	85 %	83 %	87 %
Toronto	81 %	84 %	73 %	79 %
Montréal	81 %	83 %	81 %	81 %
Vancouver	90 %	85 %	89 %	91 %

*Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou futures. Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie que vous vous opposez totalement, 3 signifie que vous n'êtes ni pour ni contre et 5 signifie que vous appuyez totalement, veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.*

*Base : l'ensemble des répondants.*

## D – Thèmes spécifiques

### Les célébrations de Canada 150

En juin 2017, au total, 70 % des Canadiens ont déclaré avoir l'intention de participer à un événement ou une activité de Canada 150 pendant l'été dans leur communauté locale et quasiment la même proportion (67 %) a

déclaré vouloir profiter de la gratuité de l'entrée des parcs nationaux, des lieux historiques nationaux et des voies navigables nationales. (voir le **Tableau D1**).

Tableau D1 – Probabilité de participation aux célébrations de Canada 150 en été 2017

	Juin 2017 (n = 2 167)
Je vais participer à un événement, une activité ou une initiative dans ma communauté locale	70 %
Je vais visiter un parc national, un lieu historique national et/ou une voie navigable nationale, dont l'accès sera gratuit cette année	67 %
Je vais participer à un événement, une activité ou une initiative à l'extérieur de ma communauté locale	46 %
Je vais regarder ces événements à la télévision	53 %

*Dans quelle mesure est-il probable que vous participiez aux activités suivantes cet été, dans le cadre du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada? Pour chacune d'entre elles, indiquez s'il est très probable, plutôt probable, ni probable ni improbable, plutôt improbable ou très improbable que vous y participiez.*

*Base : l'ensemble des répondants (n=2 167).*

#### **Lieux de Parcs Canada dont la visite est prévue**

On a demandé aux répondants susceptibles de visiter des lieux de Parcs Canada où ils comptaient se rendre; pour 38 % d'entre eux, leur réponse avait un lien avec Parcs Canada. Pour 11 % d'entre eux, Banff était l'endroit le plus populaire. Les lieux les plus populaires suivants, à savoir les parcs nationaux de Jasper et de la Mauricie, ont été mentionnés par 3 % des participants (voir le **Tableau D2**).

Tableau D2 – Lieux de Parcs Canada dont la visite est prévue

Pourcentage planifiant une visite aux lieux de Parcs Canada	
	Juin 2017 (n = 1 377)
Un lieu géré par Parcs Canada	38 %
Parc national Banff	11 %
Parc national Jasper	3 %
Parc national de la Mauricie	3 %
Canal-Rideau	2 %
Parc national des Lacs-Waterton	2 %
Parc national Fundy	2 %
Voie navigable Trent-Severn	1 %
Parc national de la Péninsule-Bruce	1 %
Lieu historique national de la Citadelle-d'Halifax	1 %
Parc national de la Pointe-Pelée	1 %
Parc national de l'Île-du-Prince-Édouard	1 %
Parc national du Mont-Riding	1 %
Fort-Langley	1 %
Parc national du Gros-Morne	1 %
Parc national Forillon	1 %
Lieu historique national de la Forteresse-de-Louisbourg	1 %
Parc national Pacific Rim	1 %
Autre/Non spécifié	32 %
Aucune	4 %
Je ne sais pas/aucune réponse	26 %

*Quel parc national, lieu historique national ou voie navigable nationale comptez-vous visiter cet été?*

*Base : les répondants ayant l'intention de visiter un parc national, un lieu historique national ou une voie navigable nationale cette année (n=1 377).*

En septembre 2017, 41 % des répondants ont déclaré avoir l'intention de visiter un parc et/ou un lieu de Parcs Canada à l'automne. À l'échelle régionale, les habitants du Québec et du Manitoba/de la Saskatchewan étaient les plus susceptibles de s'y rendre. Parmi les RMR, les habitants de la région de Montréal étaient les plus susceptibles de s'y rendre (voir le **Tableau D3**).

Tableau D3 – Visite des lieux de Parcs Canada à l’automne 2017– Résultats par région et RMR

Pourcentage des deux premiers choix	
	Septembre 2017 (n = 2 173)
<b>Total</b>	<b>41 %</b>
Atlantique	29 %
Québec	48 %
Ontario	40 %
Manitoba/Saskatchewan	48 %
Alberta	36 %
Colombie-Britannique	38 %
Montréal	46 %
Toronto	32 %
Vancouver	39 %

Q28. Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national, un lieu historique national ou une voie navigable nationale de Parcs Canada cet automne?

Base : l’ensemble des répondants.

### Connaissance du terme « biodiversité »

Alors que seulement 15 % des Canadiens estiment leur connaissance du terme « biodiversité » comme étant très élevée en septembre 2017, 41 % de tous les répondants l’estiment comme étant très élevée ou élevée. La connaissance de ce terme était plus élevée que le taux national dans les trois RMR et toutes les régions, à l’exception du Québec et du Manitoba/de la Saskatchewan (voir le **Tableau D4**).

Tableau D4 — Connaissance du terme « biodiversité » — Résultats par région et par RMR

Pourcentage des deux premiers choix	
	Septembre 2017 (n = 2 173)
<b>Total</b>	<b>41 %</b>
Atlantique	40 %
Québec	39 %
Ontario	42 %
Manitoba/Saskatchewan	35 %
Alberta	42 %
Colombie-Britannique	47 %
Montréal	42 %
Toronto	45 %
Vancouver	49 %

Comment évaluez-vous votre niveau de connaissance du terme « biodiversité »?

Base : l’ensemble des répondants.

### Attitude à l’égard de Parcs Canada

En décembre 2017, les Canadiens ont déclaré croire fermement que les parcs nationaux constituent une part importante de l’héritage de notre pays, et sont tout à fait d’accord avec le fait que les parcs sont une source de

fierté pour eux. Plus de la moitié d'entre eux sont également tout à fait d'accord avec le fait que Parcs Canada encourage les Canadiens à avoir à cœur la protection des parcs. Les Canadiens étaient moins nombreux à être tout à fait d'accord avec le fait que Parcs Canada incite les jeunes à participer aux activités de conservation, bien que le taux d'accord global était supérieur à 70 % (voir le **Tableau D5**).

Tableau D5 — Attitude à l'égard de Parcs Canada

% des deux meilleurs choix	
	Décembre 2017 (n = 2 146)
Les parcs nationaux sont un héritage important légué par les Canadien(ne)s pour les générations actuelles et futures	93 %
Les parcs nationaux sont une source de fierté pour moi en tant que Canadien(ne)	90 %
Parcs Canada encourage les Canadien(ne)s à avoir à cœur la protection des parcs nationaux	89 %
Parcs Canada incite les jeunes à participer aux activités de conservation dans leurs parcs nationaux	73 %

*Veillez indiquer la mesure dans laquelle vous êtes d'accord avec les énoncés suivants. Êtes-vous tout à fait en désaccord, plutôt en désaccord, ni en désaccord ni d'accord, plutôt d'accord ou tout à fait d'accord avec le fait que :*  
*Base : l'ensemble des répondants (n=2 146).*

### Notoriété des initiatives de conservation

Les vagues d'enquête de décembre 2017 et de mars 2018 ont montré des niveaux de notoriété encourageants des initiatives de conservation de Parcs Canada. Au moins la moitié des Canadiens connaissent les efforts de protection des espèces en péril dans les parcs nationaux, faisant de cette initiative la plus largement connue. Au mois de mars 2018, entre 33 % et 43 % des Canadiens connaissaient chacune des sept autres initiatives de conservation objet de l'enquête (voir le **Tableau D6**).

Tableau D6 – Notoriété des initiatives de conservation

% des deux meilleurs choix		
	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
Mesures visant à protéger les espèces en péril dans les parcs nationaux	58 %	52 %
Suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux	52 %	43 %
Recours à des feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers	43 %	41 %
Recherches scientifiques sur l'environnement dans les parcs nationaux	44 %	37 %
Participation du public à des activités de conservation, comme le dénombrement des oiseaux	39 %	34 %
Mesures visant à créer de nouvelles aires marines et terrestres protégées	40 %	34 %
Surveillance et atténuation des répercussions du changement climatique dans les parcs nationaux	40 %	33 %
Collaboration avec les peuples autochtones pour protéger et gérer les parcs nationaux	36 %	33 %

*La conservation des parcs nationaux et des aires marines nationales de conservation requiert de nombreuses activités de conservation pour faire en sorte de préserver la santé de ces endroits. Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie très faible et 5 signifie très élevé, indiquez votre niveau de connaissance des activités suivantes qui ont lieu dans ces endroits.*

*Base : l'ensemble des répondants.*

#### Notoriété des initiatives de conservation

Élément encore plus encourageant, la vague de mars 2018 montre que près de la moitié des Canadiens déclarent souhaiter en apprendre davantage sur les activités scientifiques et de conservation réalisées par Parcs Canada (voir le **Tableau D7**).

Tableau D7 – Intérêt exprimé à l'égard des initiatives scientifiques et de conservation

Pourcentage des deux premiers choix	
	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>Total</b>	<b>46 %</b>
Atlantique	44 %
Québec	49 %
Ontario	47 %
Manitoba/Saskatchewan	40 %
Alberta	41 %
Colombie-Britannique	50 %
Montréal	51 %
Toronto	45 %
Vancouver	49 %

*Quel serait votre intérêt à en apprendre davantage sur ces activités scientifiques et de conservation réalisées par Parcs Canada?*

*Base : l'ensemble des répondants.*



## CONCLUSIONS

- **Les efforts de sensibilisation de Parcs Canada lui ont permis de maintenir sa présence et la notoriété de son agence auprès du public.** Dans la dernière vague d'enquête (mars 2018), la notoriété était de 83 %, soit une légère baisse par rapport aux 85 % des trimestres de septembre et de décembre 2017, mais une augmentation par rapport au taux initial de 82 % en juin 2017.
- **Bien qu'ils fassent partie du suivi de 2017-2018, les Canadiens ont suivi la même tendance que celle mesurée l'année précédente, s'avérant bien plus susceptibles d'avoir entendu, lu, ou vu quoi que ce soit en lien avec Parcs Canada que depuis le début du suivi en 2012.** Après un point culminant en début d'année, même dans la dernière vague d'enquête, 53 % des Canadiens pouvaient se souvenir d'avoir vu au moins une chose en lien avec Parcs Canada, les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada.
  - La télévision est toujours la source principale d'information, et le pourcentage de Canadiens déclarant avoir vu quelque chose sur Parcs Canada sur les médias sociaux a baissé; ce chiffre est toutefois significativement supérieur aux 5 % mesurés en juin 2016.
- Selon une tendance déjà observée au cours de la période de suivi 2016-2017, **on remarque des variations régionales prononcées en matière de notoriété et de mémorisation de messages de Parcs Canada.** Les Canadiens des provinces de l'Ouest et de la région de l'Atlantique ont tendance à visiter davantage Parcs Canada que ceux des autres régions, tandis que les Québécois ont tendance à être moins enclins à le faire.
- **Les Canadiens sont toujours aussi nombreux à appuyer le mandat de Parcs Canada.** À l'échelle nationale, la vaste majorité des Canadiens appuient le mandat de Parcs Canada, et l'Agence a très peu de détracteurs. Pendant les premiers trimestres du suivi, l'intensité de l'appui a été stable, bien que ce soutien se soit quelque peu affaibli à la fin de l'année.
- **Les Canadiens ont largement exprimé leur intérêt à participer aux célébrations de Canada 150 au cours de l'été 2017, en profitant notamment de l'entrée gratuite dans les parcs nationaux, les lieux historiques et les lieux patrimoniaux.** À l'échelle régionale, les Québécois étaient les moins prédisposés à participer, bien que les proportions dans cette région restent tout de même assez élevées.
  - Parmi les répondants ayant l'intention de participer, la participation à un événement dans une communauté ou la visite d'un parc national, en profitant de l'entrée gratuite, étaient les événements les plus populaires.
- **Près de la moitié des Canadiens connaissent les initiatives de conservation de Parcs Canada et quasiment la même proportion de répondants a rapporté souhaiter en apprendre davantage sur les activités scientifiques et de conservation réalisées par l'Agence.**

## ANNEXE A : COMPTE-RENDU DE LA MÉTHODE D'ENQUÊTE

### Méthode d'enquête

Nielsen a réalisé des entrevues téléphoniques dans le cadre d'un sondage omnibus en juin 2017 (n=2 167, du 1<sup>er</sup> au 13 juin 2017), en septembre 2017 (n=2 173, du 7 au 18 septembre 2017), en décembre 2017 (n=2 146, du 7 au 18 décembre 2017) et en mars 2018 (n=2 163, du 1<sup>er</sup> au 12 mars 2018). L'étude a été conçue de manière à cibler un échantillon représentatif de 2 000 Canadiens et Canadiennes adultes (âgés de 18 ans et plus) par étude, ainsi que des suréchantillons (le cas échéant), afin d'obtenir un total de 250 adultes par vague d'enquête pour chacune des RMR : Montréal, Toronto et Vancouver.

Les détails relatifs à la méthode sont décrits ci-dessous.

### Conception du questionnaire

L'étude était axée sur huit questions principales. À l'occasion, certaines questions n'étaient pas incluses dans chacune des vagues; cependant, le questionnaire final conservait une mesure cohérente des indicateurs de rendement clés pour garantir que les résultats étaient comparables aux résultats précédents.

### Plan d'échantillonnage

L'étude a été conçue de manière à cibler un échantillon représentatif de 2 000 Canadiens et Canadiennes adultes (âgés de 18 ans et plus) par étude, ainsi que des suréchantillons (le cas échéant), afin d'obtenir un total de 250 adultes par vague d'enquête pour chacune des RMR : Montréal, Toronto et Vancouver.

L'échantillon principal et le suréchantillon ont tous deux été stratifiés selon le genre des répondants dans chacune des régions, de manière à ce que l'analyse des sous-groupes soit significative et que les facteurs de pondération respectent des normes de recherche acceptables. De plus, on a défini des quotas pour joindre les Canadiens par téléphone résidentiel et par téléphone cellulaire; la proportion retenue était de 75 % d'entrevues par téléphone résidentiel et 25 % d'entrevues par téléphone cellulaire.

L'échantillon final comprenait 8 649 répondants, distribués de façon relativement uniforme entre les quatre vagues d'enquête. L'échantillon final est décrit dans les tableaux ci-dessous :

Étude	Échantillon général	Marge d'erreur de l'échantillonnage
Juin 2017	2 167	±2,1 %
Septembre 2017	2 173	±2,1 %
Décembre 2017	2 146	±2,1 %
Mars 2018	2 163	±2,1 %

Province/ RMR	Juin 2017 (n = 2 167)		Septembre 2017 (n = 2 173)		Décembre 2017 (n = 2 146)		Mars 2018 (n = 2 163)	
	Échantillon général	Marge d'erreur de l'échantil- lonnage	Échantillon général	Marge d'erreur de l'échantil- lonnage	Échantillon général	Marge d'erreur de l'échantil- lonnage	Échantillon général	Marge d'erreur de l'échantil- lonnage
Atlantique	206	± 6,8 %	206	± 6,8 %	201	± 6,9 %	206	± 6,8 %
Québec	507	± 4,4 %	497	± 4,4 %	491	± 4,4 %	501	± 4,4 %
RMR de Montréal	646	± 3,9 %	647	± 3,9 %	643	± 3,9 %	654	± 3,8 %
Ontario	207	± 6,8 %	208	± 6,8 %	207	± 6,8 %	203	± 6,9 %
RMR de Toronto	217	± 6,6 %	224	± 6,6 %	223	± 6,6 %	221	± 6,6 %
Manitoba/ Saskatchewan	384	± 5,0 %	391	± 5,0 %	381	± 5,0 %	378	± 5,0 %
Alberta	262	± 6,0 %	252	± 6,2 %	251	± 6,2 %	261	± 6,1 %
Colombie- Britannique	280	± 5,9 %	277	± 5,9 %	251	± 6,2 %	289	± 5,8 %
RMR de Vancouver	250	± 6,2 %	258	± 6,1 %	259	± 6,1 %	252	± 6,2 %

L'échantillon a été élaboré à l'aide de l'outil SurveySampler, qui garantit que toutes les inscriptions résidentielles du Canada ont la chance d'être choisies pour être incluses dans l'étude. Dans les ménages choisis, les répondants âgés de 18 ans et plus ont été sélectionnés.

### Répartition de l'échantillon

Un échantillon de 8 649 répondants sur l'ensemble de la population canadienne devrait fournir des résultats précis à plus ou moins 1,1 % dans 95 échantillons sur 100. Une ventilation complète de la marge d'erreur est présentée dans les tableaux d'échantillons ci-dessus.

### Échantillonnage et taux de réponse

Un total de 960 107 ménages canadiens ont été appelés pour cette étude. De ce nombre, 9 293 répondants étaient admissibles à l'étude et ont répondu au questionnaire en entier (adultes âgés de 18 ans et plus). Le taux de réponse global de l'étude de 2017-2018 était de 1,7 %. Les rapports ci-dessous, qui portent sur l'échantillonnage et le taux de réponse, répondent aux directives de l'ARIM, définies pour établir une cohérence dans la production de rapports pour l'ensemble du secteur des études de marché.

Calcul empirique pour la collecte de données	Juin 2017 (n = 2 167)	Septembre 2017 (n = 2 173)	Décembre 2017 (n = 2 146)	Mars 2018 (n = 2 163)
<b>Nombre total de numéros composés</b>	<b>349 107</b>	<b>318 394</b>	<b>151 798</b>	<b>140 808</b>
HP, télécopieur/modem, entreprise/non résidentiel	154 162	131 405	63 625	58 521
<b>Non résolus (NR)</b>	<b>144 317</b>	<b>133 970</b>	<b>62 576</b>	<b>59 031</b>
Occupé, aucune réponse, répondeur	144 317	133 970	62 576	59 031
<b>Dans le champ — non-répondants (NRP)</b>	<b>48 330</b>	<b>50 694</b>	<b>23 354</b>	<b>20 829</b>
Problème de langue	1 091	1 085	842	657
Répondant malade ou incapacité	361	294	299	305
Répondant choisi non disponible	23 660	26 876	3 594	3 753
Refus du ménage	8 009	8 569	10 891	10 500
Refus du répondant	14 728	13 404	7 247	5 098
Interruption de communication par le répondant admissible	481	466	481	516
<b>Dans le champ — répondants (R)</b>	<b>2 298</b>	<b>2 325</b>	<b>2 243</b>	<b>2 427</b>
Inadmissible	131	152	73	93
Quota atteint	0	0	24	171
Entrevues terminées	2 167	2 173	2 146	2 163
<b>Taux de réponse = R/(NR+NRP+R)</b>	<b>1,18 %</b>	<b>1,2 %</b>	<b>2,54 %</b>	<b>2,95 %</b>

## Administration du sondage

Le sondage téléphonique a été réalisé auprès de 8 649 répondants, en français ou en anglais, à l'aide d'une technologie d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO), à partir des locaux de Nielsen à Ottawa et Montréal. Toutes les entrevues ont été effectuées par des intervieweurs parfaitement formés et supervisés, et un minimum de 10 % des entrevues terminées a été surveillé de manière indépendante et validé en temps réel.

Nielsen a informé tous les participants du sondage du but général de la recherche, a mentionné l'identité du fournisseur de recherche, a indiqué aux répondants que leur participation au sondage était volontaire, et que tous les renseignements fournis resteraient confidentiels. En outre, le sondage a été inscrit auprès du Système national d'enregistrement des sondages.

Nielsen a utilisé le programme d'ITAO « Horizon », de Confrimit, pour recueillir les données. Ce logiciel a permis un contrôle complet de la saisie des données, y compris les omissions, les intervalles valables et la détection logique des erreurs. Le système « Horizon » a importé les échantillons directement à partir de bases de données — il n'a pas été nécessaire de saisir les renseignements de nouveau, et cela a permis d'éviter les erreurs de saisie. En outre, le système a automatisé toutes les tâches de planification et de rappel, ce qui nous a permis de nous assurer que chaque rendez-vous était planifié de manière à respecter les limites de temps du projet et à garantir qu'un intervieweur était libre pour chacun des rappels.

## Analyse des données

Une fois la collecte des données terminée, Nielsen a nettoyé, codé et pondéré les données. Les données ont alors été mises en tableaux en fonction du plan d'analyse fournie par l'APC. Nos processus d'analyse des données sont décrits ci-dessous :

**Nettoyage des données** : Les analystes de Nielsen possèdent une vaste expérience en nettoyage des fichiers de données, en exécution de routines statistiques, en production de résultats sous forme de tableaux et en pondération de données visant à fournir une représentation précise de la population dans son ensemble.

Les étapes fondamentales du nettoyage des fichiers de données sont les suivantes :

- S'assurer que toutes les questions codées sont munies de codes mis à jour et que les réponses multiples n'ont pas de codes dédoublés;
- Créer de toutes nouvelles variables dans la foulée de la programmation;
- Confirmer que toutes les variables pertinentes sont incluses dans le fichier de données;
- Réaliser une vérification de fréquence finale (pour les valeurs hors limite) et création de codes reprogrammés, y compris ceux des valeurs aberrantes;
- Vérifier que les noms de variables et les numéros de questions correspondent à la version définitive du questionnaire;
- Créer et vérifier les nouvelles variables créées (par rapport aux variables sources), comme décrit dans le plan d'analyse, et vérifier l'orthographe de toutes les variables.

En plus de ces règles génériques, des exigences propres au projet sont également prises en considération. Il convient également de mentionner que le logiciel d'ITAO contrôle l'enchaînement des questions et la saisie de données, par conséquent, les données sont généralement plutôt exactes dès leur sortie.

**Processus de codage** : Le service du codage crée une liste de codes numériques des réponses les plus courantes à partir des réponses fréquentes obtenues lors du sondage. Pour ce qui est des questions ouvertes qui n'appartiennent pas à des catégories pré-codées, notre codeur en chef, en étroite collaboration avec l'équipe de consultants, classe les listes de réponses à des variables ouvertes en catégories. Nous faisons appel à un seul codeur pour maximiser l'uniformité de cette tâche. Les fréquences approximatives obtenues grâce à ce travail sont utilisées pour créer une liste de codes. Une fois l'approbation finale reçue, la liste de codes est annotée pour y indiquer des exemples précis, afin de garantir un codage exact.

La liste de codes annotée est alors fournie à notre équipe de codage, qui joint directement les codes au fichier de codage électronique. Ce travail peut aussi être réalisé en deux temps, par deux codeurs différents. Le codeur en chef résout les incohérences, et s'assure ainsi que les réponses ouvertes seront rapportées de manière cohérente et exacte. En général, Nielsen a pour objectif de conserver moins de 10 % des réponses restantes dans une catégorie représentée par un code « Autre/préciser »; nous créons des codes pour toute mention qui totalise 1 % ou plus de l'ensemble des réponses. Le fichier de données ainsi produit est exporté vers la routine de calcul statistique dans le but de quantifier les réponses en vue de l'analyse statistique. Les listes de codes créées sont soumises au client pour approbation; nous utilisons ensuite nos listes internes d'assurance-qualité pour vérifier que tous les codes approuvés ont été codés correctement.

Aux fins de ce projet, l'équipe de codage a reçu des listes des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux administrés par Parcs Canada. Le schéma de codage final a été conçu pour différencier ces endroits les uns des autres et les distinguer d'autres mentions. L'équipe de codage a également consulté le schéma de codage de l'étude de suivi de l'APC pour s'assurer que le tout était cohérent, le cas échéant.

**Pondération** : À la suite de la collecte et de l'épuration des données, Nielsen a pondéré les données par région, âge et genre pour refléter les proportions réelles que l'on retrouve au sein de la population. Cette pondération nous a permis de nous assurer que les résultats de la recherche pouvaient être extrapolés pour l'ensemble de la population avec exactitude. Nielsen calcule les facteurs de pondération à l'aide d'un processus qui s'appuie sur des normes méthodologiques établies et une expérience exhaustive en matière de pondération d'échantillons pour des centaines de projets (notamment un grand nombre de projets pour le gouvernement du Canada).

Ce processus consiste à calculer le nombre réel d'individus de chaque segment de la population, et la proportion exacte de l'échantillon qui correspondrait à chacun de ces segments si le sondage avait été réalisé strictement de façon aléatoire. De ce nombre, on divise le sous-échantillon correspondant au segment, afin d'obtenir un facteur de pondération qui permettra alors de « pondérer » les données pour ce segment. Bien qu'il y ait plusieurs façons d'accomplir cette tâche, ce processus est le plus simple et le plus efficace.

**Analyse des données** : Nielsen a préparé une analyse comprenant les principaux regroupements décrits dans le plan d'analyse fourni par l'APC. Une fois que les données du sondage ont été recueillies et épurées, Nielsen a créé une série de tableaux de données présentant des résultats pour toutes les questions du sondage, à la fois de manière globale et réparties dans des « bannières » sélectionnées. Cette façon de faire a permis de comparer les résultats des divers sous-groupes d'intérêt; l'évaluation de la signification statistique a été démontrée entre toutes les bannières de tableaux de données. Le plan d'analyse comprenait des regroupements pour les principaux segments, notamment l'âge, le genre, la région et la communauté. D'autres regroupements ont été ajoutés pour le statut d'immigrant et l'origine, la connaissance de Parcs Canada et d'autres segments clés définis dans le plan d'analyse de l'APC.

## ANNEXE B : QUESTIONNAIRES

### Questionnaire principal

Q1. To the best of your knowledge, what is the name of the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

*À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui exploite officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?  
[NE LISEZ PAS LES CHOIX DE RÉPONSES – CODEZ UNE SEULE RÉPONSE.]*

- 01 – Parks Canada
- 02 – Canada Parks
- 03 – Canadian National Parks
- 04 – Parks department
- 05 – Federal government/Government of Canada
- 06 – Provincial government
- 07 – Environment Canada
- 08 – Didn't know there were national parks
- 09 – Didn't know there were national historic sites
- 98 – Other (SPECIFY \_\_\_\_\_)
- 99 – Don't know/No answer

- 01 – Parcs Canada*
- 02 – Canada Parcs*
- 03 – Parcs nationaux canadiens*
- 04 – Service des parcs*
- 05 – Gouvernement fédéral/Gouvernement du Canada*
- 06 – Gouvernement provincial*
- 07 – Environnement Canada*
- 08 – Ne savait pas qu'il y avait des parcs nationaux*
- 09 – Ne savait pas qu'il y avait des lieux historiques nationaux*
- 98 – Autre (PRÉCISEZ : \_\_\_\_\_)*
- 99 – Ne sait pas/Pas de réponse*

[SI Q5 = 01 (PARCS CANADA), PASSER À Q6]

Q2. Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?

*Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?*

- 01 – Yes, had heard of
- 02 – No, had not heard of

99 – Don't know/No answer

01 – *Oui, en a entendu parler*

02 – *Non, n'en a pas entendu parler*

99 – *Ne sait pas/pas de réponse*

Q3. In the past three months, have you heard, read, or watched anything about the following?

*Au cours des trois derniers mois, avez-vous entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de ce qui suit?*

[Garder 7a en premier; lire en rotation 7b et 7c – répéter l'échelle si besoin]

a. Parks Canada [ALWAYS FIRST]

b. National Parks of Canada

c. National Historic Sites of Canada

01 – Yes

02 – No

99 – Don't know/No answer

*a. Parcs Canada [ALWAYS FIRST]*

*b. Parcs nationaux du Canada*

*c. Lieux historiques nationaux du Canada*

01 – *Oui*

02 – *Non*

99 – *Ne sait pas/pas de réponse*

[SI OUI À L'UNE DES PROPOSITIONS DE Q7, POSER Q8 / SI Q7 = 02 (Non) OU 99 (NE SAIS PAS/AUCUNE RÉPONSE), PASSER À Q8]

Q4. Where specifically do you recall hearing, watching or reading something about Parks Canada, National Parks or National Historic Sites? [DO NOT READ – CODE ALL THAT APPLY]

*Où vous souvenez-vous précisément d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de Parcs Canada, des parcs nationaux ou des lieux historiques nationaux?*

*[NE LISEZ PAS LES CHOIX DE RÉPONSES - CODER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]*

\*\*\*\* POUR CETTE QUESTION, NOUS RECHERCHONS DES RÉPONSES LIÉES AUX MÉDIAS

\*\*\*\* APPROFONDIR LORSQU'IL EST FAIT MENTION D'UN MAGAZINE, D'UN JOURNAL, DE LA TÉLÉVISION, RENSEIGNEMENTS PAR LA POSTE (OÙ, À PROPOS DE QUOI?)

01 – Parks Canada website ([www.pc.gc.ca](http://www.pc.gc.ca), [www.pccamping.ca](http://www.pccamping.ca))

02 – Parks Canada newsletter

03 – Magazine article (PROBE FOR SPECIFICS)



- 04 – Newspaper article (PROBE FOR SPECIFICS)
- 05 – TV program/documentary (PROBE FOR SPECIFICS)
- 06 – Movie theatres or cinemas
- 07 – From friends/family members
- 08 – Events/concerts
- 09 – Trade Shows
- 10 – Street displays/vignettes (Skywalk Toronto, Parliament Hill, etc.)
- 11 – Mailing information/direct mail/door to door advertising (PROBE FOR SPECIFICS)
- 12 – Social media (Facebook, Youtube, Myspace, Twitter)
- 13 – Other websites
- 14 – Radio
- 15 – At museums
- 16 – Brochures/pamphlets
- 17 – Travel/tourism guides
- 98 – Other (SPECIFY \_\_\_\_\_)
- 99 – Don't know/No answer

- 01 – Site Web de Parcs Canada ([www.pc.gc.ca](http://www.pc.gc.ca), [www.pccamping.ca](http://www.pccamping.ca))
- 02 – Bulletin d'information de Parcs Canada
- 03 – Article dans une revue ou un magazine (SONDEZ POUR UNE RÉPONSE PRÉCISE)
- 04 – Article dans le journal (SONDEZ POUR UNE RÉPONSE PRÉCISE)
- 05 – Émission/documentaire à la télévision (SONDEZ POUR UNE RÉPONSE PRÉCISE)
- 06 – Au cinéma
- 07 – Des amis ou des membres de la famille
- 08 – Événements / concerts
- 09 – Expositions / foires commerciales

- 10 – **Panneaux/Vignettes dans la rue (skywalk de Toronto, colline parlementaire, etc.)**
- 11 – Information par la poste/publipostage/publicité porte à porte (SONDEZ POUR UNE RÉPONSE PRÉCISE)
- 12 – Médias sociaux (Facebook, Youtube, Myspace, Twitter)
- 13 – Autres sites Web
- 14 – Radio
- 15 – Aux musées
- 16 – Brochures/dépliants
- 17 – Guides de voyage/touristiques
- 98 – Autre (PRÉCISER \_\_\_\_\_)
- 99 – Ne sait pas/pas de réponse

Q5. Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks, historic sites and marine conservation areas, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations.

On a 5 point scale, where one means completely oppose, 3 means neither support nor oppose and 5 means completely support, please tell me how much you oppose or support this mandate. [CODE ONE RESPONSE]

*Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou des générations futures.*

*Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie que vous vous opposez totalement, 3 signifie que vous n'êtes ni pour ni contre et 5 signifie que vous appuyez totalement, veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez. [NOTER UNE RÉPONSE]*

01 – Completely oppose  
02 –  
03 – Neither support nor oppose  
04 –  
05 – Completely support  
VOLUNTEERED  
99 – DK/NA

*01 – S'oppose totalement  
02 –  
03 – Ni pour, ni contre  
04 –  
05 – Appuie totalement  
NON SUGGÉRÉ  
99 – Ne sait pas*

**QUESTIONS LIÉES AU PROFIL DU RÉPONDANT POSÉES DANS L'ENQUÊTE OMNIBUS DE SUIVI DE LA NOTORIÉTÉ PRÉCÉDENTE POUR RÉFÉRENCE :**

**Qa-Gender / *Genre***

**Qb-Postal Codes-origin / *Codes postaux-provenance***

**Qc-Education / *Éducation***

**Qd-Age / *Âge***

**Qe-Marital Status / *Statut civique***

**Qf-Household / *Ménage***

**Qg-Children living in household (<18) / *Enfants vivant dans le ménage (<18)***

**Qh-Employment Status / *Statut d'emploi***

**Qi-Do you have access to the internet at work, at home, at both or neither? / Avez-vous accès à Internet au travail, à la maison, aux deux endroits ou ni l'un ni l'autre?**

**Qj-What was your total household income for 2015? / Quel était votre total revenu du ménage en 2014?**

**Qk-Language / Langue**

**Ql – Which of the following best describes you? [CODE ONLY ONE] / Quel énoncé vous décrit le mieux? [CODER UNE RÉPONSE]**

01-I am a Canadian Citizen, born in Canada

02-I immigrated to Canada

Not suggested

98-Don't Know

99-Refused

*01-Je suis un(e) citoyen(ne) canadien(ne) né(e) au Canada*

*02-J'ai immigré au Canada*

*Non suggéré*

*98-Ne sais pas*

*99-Refus*

*La question Ql est une question fermée requise concernant le statut d'immigrant dans les questions liées au profil du répondant aux fins des communications de Parcs Canada. Toutefois, les catégories suivantes peuvent changer en fonction des besoins et analyses.*

## Questions supplémentaires

Juin 2017

**Q7. How likely are you to take part in the following activities this summer as part of Canada's 150th birthday? For each, please indicate if you are very likely, somewhat likely, neither likely nor unlikely, somewhat unlikely, or very unlikely to take part.**

[CODE ONE RESPONSE] [NO RANDOM ROTATION]

- a) I will attend or participate in an event, activity or initiative in my local community  
[within 40 km of respondent's home]
- b) I will attend or participate in an event, activity or initiative outside my local community  
[more than 40 km distance away from home]
- c) I will visit a Parks Canada national park, national historic site and/or national waterway, which will have free admission this year

d) I will watch these events on television

01 – Very unlikely	01 – Très improbable
02 – Somewhat unlikely	02 – Plutôt improbable
03 – Neither likely nor unlikely	03 – Ni probable ni improbable
04 – Somewhat likely	04 – Plutôt probable
05 – Very likely	05 – Très probable
VOLUNTEERED	VOLONTAIRE
99 – DK/NA	99 – NSP/SO

*Dans quelle mesure est-il probable que vous participiez aux items suivants reliés au 150<sup>ième</sup> anniversaire du Canada cet été? Pour chacun, veuillez indiquer si c'est très probable, plutôt probable, ni probable ni improbable, plutôt improbable, très improbable que vous y participiez. [NOTER UNE RÉPONSE] [AUCUNE ROTATION ALÉATOIRE]*

- a) *Je vais participer à un événement, une activité ou une initiative dans ma communauté locale [dans un rayon de 40 km du domicile du répondant]*
- b) *Je vais participer à un événement, une activité ou une initiative à l'extérieur de ma communauté locale [dans un rayon de plus de 40 km du domicile]*
- c) *Je vais visiter un parc national, un lieu historique national et/ou une voie navigable nationale, dont l'entrée sera gratuite cette année*
- d) *Je vais regarder ces événements à la télévision*

[SI 04 ou 05 (très probable ou plutôt probable) à 'c', POSER Q8]

**Q8 : What national park, national historic site or national waterway are you planning to visit this summer?**  
[DO NOT READ – CODE FIRST RESPONSE ONLY]

*Quel parc national, lieu historique national ou voie navigable nationale prévoyez-vous visiter cet été?*  
[NE PAS LIRE – CODER la première réponse]

Code individual PCA places	Coder les lieux individuels de Parcs Canada
150 – Other / non PCA places	150 – Autre / autres lieux
199 – Do not know/ not sure	199 - Ne sait pas/pas de réponse

(Voir l'annexe pour la liste des lieux gérés par Parcs Canada)

## Septembre 2017

**Q7. How likely are you to visit a Parks Canada national park, national historic site and/or national waterway this Fall?**

01 – Very unlikely  
02 – Somewhat unlikely  
03 – Neither likely nor unlikely  
04 – Somewhat likely  
05 – Very likely  
VOLUNTEERED  
99 – DK/NA

*Dans quelle mesure est-il probable que vous visitiez un parc national, un lieu historique national et/ou une voie navigable nationale cet automne?*

01 – Très improbable  
02 – Plutôt improbable  
03 – Ni probable ni improbable  
04 – Plutôt probable  
05 – Très probable  
VOLONTAIRE  
99 – NSP/SO

**Q8 :** The term *biodiversity* is commonly used to describe the variety of life on earth. For example, it refers to the numbers and variety of plants and animals living on land or in fresh water. On a 5 point scale, where one means very low and 5 means very high, how would you rate your level of knowledge of the term *biodiversity*?

01 – Very low  
02 –  
03 –  
04 –  
05 – Very high  
VOLUNTEERED  
99 – DK/NA

*Le terme biodiversité est généralement utilisé pour décrire la variété de la vie sur terre. Par exemple, ce terme fait référence aux nombres et à la variété de plantes et d'animaux vivant sur la terre ou dans l'eau. Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie très bas et 5 signifie très élevé, comment évalueriez-vous votre niveau de connaissance du terme biodiversité?*

01 – Très bas  
02 –  
03 –  
04 –  
05 – Très élevé  
VOLONTAIRE  
99 – NSP/SO

Décembre 2017

**Q7. Please indicate your level of agreement with the following statements. Do you strongly disagree, somewhat disagree, neither disagree nor agree, somewhat agree or strongly agree that:**

- 1) National Parks are a source of pride for me as a Canadian**
- 2) Parks Canada encourages Canadians to care about the protection of national parks**
- 3) Parks Canada inspires youth to participate in conservation activities in their national parks**
- 4) National parks are an important legacy established by Canadians for current and future generations**

*Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants. Êtes-vous fortement en désaccord, plutôt en désaccord, ni en désaccord/ni d'accord, plutôt d'accord ou fortement d'accord que :*

- 1) Les parcs nationaux sont une source de fierté pour moi, en tant que Canadien(ne)*
- 2) Parcs Canada encourage les Canadiens(nes) à avoir à cœur la protection des parcs nationaux*
- 3) Parcs Canada inspire les jeunes à participer aux activités de conservation dans leurs parcs nationaux*
- 4) Les parcs nationaux sont un héritage important légué par les Canadiens(nes) pour les générations actuelles et futures*

01 – Strongly disagree	01 – Fortement en désaccord
02 – Somewhat disagree	02 – Plutôt en désaccord
03 – Neither disagree nor agree	03 – Ni en désaccord/ni d'accord
04 – Somewhat agree	04 – Plutôt d'accord
05 – Strongly agree	05 – Fortement d'accord
VOLUNTEERED	NON SUGGÉRÉ
99 – DK/NA	99 – Ne sais pas/Pas de réponse

**Q8 : Conservation of Canada's national parks and national marine conservation areas involves a number of activities to ensure these places remain healthy.**

**On a 5 point scale, where 1 means very low and 5 means very high, how would you rate your level of awareness of the following activities that occur in these places?**

[READ AND ROTATE]

- a. Efforts to protect species at risk in national parks**
- b. Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks**
- c. Long term tracking of the health of plants and animals in national parks (such as tagging turtles, monitoring salmon, butterflies or birds)**
- d. Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats**
- e. Actions to create new protected water and land areas**
- f. Monitoring and limiting the impacts of climate change in national parks**
- g. Scientific research on environment in national parks**

**h. Public engagement in conservation activities, such as bird counts**

*La conservation des parcs nationaux et des aires marines nationales de conservation requiert de nombreuses activités de conservation pour faire en sorte de préserver la santé de ces endroits.*

*Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie très faible et 5 signifie très élevé, veuillez indiquer votre niveau de connaissance des activités suivantes qui ont lieu dans ces endroits.*

[LIRE EN ROTATION]

- a. Efforts pour protéger les espèces en péril dans les parcs nationaux*
- b. Collaboration avec les peuples autochtones pour protéger et gérer les parcs nationaux*
- c. Suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux (comme le marquage de tortues, la surveillance des saumons, des papillons ou des oiseaux)*
- d. Recours à des feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers*
- e. Mesures pour créer de nouvelles aires terrestres et marines protégées*
- f. Surveillance et limitation des impacts du changement climatique dans les parcs nationaux*
- g. Recherche scientifique sur l'environnement dans les parcs nationaux*
- h. Participation du public dans des activités de conservation, comme le dénombrement des oiseaux*

01 – Very low	01 – Très faible
02 –	02 –
03 –	03 –
04 –	04 –
05 – Very high	05 – Très élevé
VOLUNTEERED	NON SUGGÉRÉ
99 – DK/NA	99 – Ne sais pas/Pas de réponse

Mars 2018

**Q7. Conservation of Canada's national parks and national marine conservation areas involves a number of activities to ensure these places remain healthy.**

**On a 5 point scale, where 1 means very low and 5 means very high, how would you rate your level of awareness of the following activities that occur in these places?**

[READ AND ROTATE]

- i. Efforts to protect species at risk in national parks**
- j. Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks**
- k. Long term tracking of the health of plants and animals in national parks (such as tagging turtles, monitoring salmon, butterflies or birds)**
- l. Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats**
- m. Actions to create new protected water and land areas**
- n. Monitoring and limiting the impacts of climate change in national parks**
- o. Scientific research on environment in national parks**

**p. Public engagement in conservation activities, such as bird counts**

*La conservation des parcs nationaux et des aires marines nationales de conservation requiert de nombreuses activités de conservation pour faire en sorte de préserver la santé de ces endroits.*

*Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie très faible et 5 signifie très élevé, veuillez indiquer votre niveau de connaissance des activités suivantes qui ont lieu dans ces endroits.*

[LIRE EN ROTATION]

- i. Efforts pour protéger les espèces en péril dans les parcs nationaux*
- j. Collaboration avec les peuples autochtones pour protéger et gérer les parcs nationaux*
- k. Suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux (comme le marquage de tortues, la surveillance des saumons, des papillons ou des oiseaux)*
- l. Recours à des feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers*
- m. Mesures pour créer de nouvelles aires terrestres et marines protégées*
- n. Surveillance et limitation des impacts du changement climatique dans les parcs nationaux*
- o. Recherche scientifique sur l'environnement dans les parcs nationaux*
- p. Participation du public dans des activités de conservation, comme le dénombrement des oiseaux*

01 – Very low	01 – Très faible
02 –	02 –
03 –	03 –
04 –	04 –
05 – Very high	05 – Très élevé
VOLUNTEERED	NON SUGGÉRÉ
99 – DK/NA	99 – Ne sais pas/Pas de réponse

**Q8 : On a 5 point scale, where 1 means not at all interested and 5 very interested, how interested are you in learning more about these science and conservation activities Parks Canada does? Would you be...**

*Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie « pas du tout intéressé » et 5 signifie « très intéressé », quel serait votre intérêt à en apprendre plus sur ces activités scientifiques et de conservation que Parcs Canada réalise? Vous seriez...*

01 – Not at all interested	01 – Pas du tout intéressé
02 –	02 –
03 –	03 –
04 –	04 –
05 – Very interested	05 – Très intéressé
VOLUNTEERED	NON SUGGÉRÉ
99 – DK/NA	99 – Ne sais pas/Pas de réponse



## Annexe – Liste des lieux gérés par Parcs Canada

Prov	Place (Eng)	Place (FR)
AB	Banff	Banff
AB	Banff Park Museum	Musée-du-Parc-Banff
AB	Bar U Ranch	Ranch-Bar-U
AB	Cave and Basin	Cave and Basin
AB	Elk Island	Elk Island
AB	Jasper	Jasper
AB	Rocky Mountain House	Rocky-Mountain-House
AB	Waterton Lakes	Lacs-Waterton
BC	Chilkoot Trail	Piste-Chilkoot
BC	Fort Langley	Fort-Langley
BC	Fort Rodd Hill/Fisgard Lighthouse	Fort Rodd Hill / Phare-de-Fisgard
BC	Fort St. James	Fort-St. James
BC	Gulf of Georgia Cannery	Gulf of Georgia Cannery
BC	Gwaii Haanas Reserve	Réserve Gwaii Haanas
BC	Kootenay	Kootenay
BC	Mount Rev-Glacier	Mont-Revelstoke et Glaciers
BC	Nan Sdins	Nan Sdins
BC	Pacific Rim Reserve	Réserve Pacific Rim
BC	Rogers Pass	Col-Rogers
BC	Yoho	Yoho
MB	Lower Fort Garry	Lower Fort Garry
MB	Prince of Wales Fort	Fort-Prince-de-Galles
MB	Riding Mountain	Mont-Riding
MB	Riel House	Maison-Riel
MB	St. Andrew's Rectory	Presbytère-St. Andrews
MB	The Forks	La Fourche
MB	Wapusk	Wapusk
MB	York Factory	York Factory
NB	Carleton Martello Tower	Tour-Martello-de-Carleton
NB	Fort Beauséjour /Cumberland	Fort Beauséjour-Fort Cumberland
NB	Fundy	Fundy
NB	Kouchibouguac	Kouchibouguac
NB	Monument-Lefebvre	Monument-Lefebvre
NB	St. Andrews Blockhouse	Blockhaus-de-St. Andrews
NL	Cape Spear	Cap-Spear
NL	Castle Hill	Castle Hill
NL	Gros Morne	Gros-Morne
NL	Hawthorne Cottage	Cottage-Hawthorne
NL	L'Anse aux Meadows	L'Anse aux Meadows
NL	Port au Choix	Port au Choix
NL	Red Bay	Red Bay

NL	Ryan Premises	établissement-Ryan
NL	Signal Hill	Signal Hill
NL	Terra Nova	Terra-Nova
NS	Alexander Graham Bell	Alexander-Graham-Gell
NS	Canso-Grassy Island Fort	Îles Canso / fort-de-l'Île-Grassy
NS	Cape Breton Highlands	Hautes-Terres-du-Cap-Breton
NS	Fort Anne	Fort-Anne
NS	Fort Edward	Fort-Edward
NS	Fortress of Louisbourg	Forteresse-de-Louisbourg
NS	Grand-Pré	Grand-Pré
NS	Halifax Citadel	Citadelle-d'Halifax
NS	Kejimkujik	Kejimkujik
NS	Marconi	Marconi
NS	Port-Royal	Port-Royal
NS	Prince of Wales Tower	Tour-Prince-de-Galles
NS	St. Peters Canal	Canal-de-St.-Peter's
NS	York Redoubt	Redoute-York
NT	Aulavik	Aulavik
NT	Nahanni Reserve	Réserve Nahanni
NT	Tuktut Nogait	Tuktut Nogait
NT	Wood Buffalo	Wood Buffalo
NU	Auyuittuq	Auyuittuq
NU	Sirmilik	Sirmilik
NU	Quttinirpaaq	Quttinirpaaq
ON	Battle of the Windmill	Bataille-du-Moulin-à-Vent
ON	Bellevue House	Villa-Bellevue
ON	Bethune Memorial House	Maison-Commemorative Bethune
ON	Bruce Peninsula	Péninsule-Bruce
ON	Fathom Five Marine Park	Parc marin national Fathom Five
ON	Fort George	Fort-George
ON	Fort Malden	Fort-Malden
ON	Fort St. Joseph	Fort-St. Joseph
ON	Fort Wellington	Fort-Wellington
ON	Georgian Bay Islands	Îles-de-la-Baie-Georgienne
ON	HMCS Haida	NCSM Haida
ON	Laurier House	Maison-Laurier
ON	Point Pelee	Pointe-Pelée
ON	Pukaskwa	Pukaskwa
ON	Queenston Heights	Hauteurs-de-Queenston
ON	Rideau Canal	Canal-Rideau
ON	Sault Ste. Marie Canal	Canal-de-Sault Ste.Marie
ON	Thousand Islands	Mille-Îsles
ON	Trent-Severn Waterway	Voie-Navigable-Trent-Severn
ON	Woodside	Woodside

PE	Green Gables House	Maison Green Gables
PE	Port-la-Joye – Fort Amherst	Port-la-Joye-Fort-Amherst
PE	Prince Edward Island	Île-du-Prince-Édouard
PE	Province House	Province House
QC	Artillery Park	Parc-de-l'Artillerie
QC	Battle of the Châteauguay	Bataille-de-la-Chateâuguay
QC	Battle of the Restigouche	Bataille-de-la-Ristigouche
QC	Carillon Canal	Canal-de-Carillon
QC	Cartier-Brébeuf	Cartier-Brébeuf
QC	Chambly Canal	Canal-de-Chambly
QC	Coteau-du-Lac	Couteau-du-Lac
QC	Forges du Saint-Maurice	Forges-du-Saint-Maurice
QC	Forillon	Forillon
QC	Fort Chambly	Fort-Chambly
QC	Fort Lennox	Fort-Lennox
QC	Fort Témiscamingue	Fort-Témiscamingue
QC	Fortifications of Québec	Fortifications-de-Québec
QC	Grosse Île & Irish Memorial	Grosse-Île-et-le-Mémorial-des-Irlandais
QC	La Mauricie	La Mauricie
QC	Lachine Canal	Canal-de-Lachine
QC	Lévis Forts	Forts-de-Lévis
QC	Louis S. St. Laurent	Louis-S.-St.-Laurent
QC	Manoir Papineau	Manoir-Papineau
QC	Mingan Archipelago Reserve	Réserve de l'Archipel-de-Mingan
QC	Pointe-au-Père Lighthouse	Phare-de-Pointe-au-Père
QC	Saguenay Marine Park	Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent
QC	Saint-Ours Canal	Canal-de-Saint-Ours
QC	Sir George-Étienne Cartier	Sir-Geroge-Étienne-Cartier
QC	Sir Wilfrid Laurier	Sir-Wilfrid-Laurier
QC	St-Anne-de-Bellevue Canal	Canal-de-Sainte-Anne-de-Bellevue
QC	The Fur Trade at Lachine	Commerce-de-la-Fourrure-à-Lachine
SK	Batoche	Batoche
SK	Fort Battleford	Fort-Battleford
SK	Fort Walsh	Fort-Walsh
SK	Grasslands	Prairies
SK	Motherwell Homestead	Homestead-Motherwell
SK	Prince Albert	Prince Albert
YK	Ivvavik	Ivvavik
YK	Klondike NHSs	Lieux historiques nationaux du Klondike
YK	Kluane National Park	Kluane
YK	S.S. Klondike	S.S. Klondike

