



Parcs  
Canada

Parks  
Canada

# Enquête de suivi de Parcs Canada 2022-23

Rapport méthodologiques

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

**Fournisseur :** Advanis Inc.

**N° du contrat :** 5P047-220011

**Valeur du contrat :** 66 553.28 \$ (taxe est incluse)

**Date du contrat :** 26 avril 2022

**Date de livraison :** 13 mars 2023

**N° d'inscription :** POR 002-22

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à [information@pc.gc.ca](mailto:information@pc.gc.ca)

*This report is also available in English*



## **Table de matières**

|   |   |
|---|---|
| 1. Contexte et objectifs.....                 | 3 |
| 2. Méthodologie .....                         | 3 |
| 2.1 Conception du sondage.....                | 3 |
| 2.2 Échantillonnage et administration .....   | 4 |
| 2.3 Pondération et nettoyage des données..... | 5 |
| 2.4 Contrôle de la qualité.....               | 6 |
| 3. Biais de non-réponse .....                 | 7 |
| Annexe : Questionnaires.....                  | 8 |

# Enquête de suivi de Parcs Canada 2022-23

## Rapport méthodologiques

### Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis

Mars 2023

Le présent rapport présente les détails méthodologiques de l'*Enquête de suivi de Parcs Canada 2022-2023* réalisé par Advanis pour le compte de l'Agence Parcs Canada. L'étude comprend quatre sondages probabilistes en ligne/par téléphone menés entre juin 2022 et mars 2023 auprès de membres du public canadien âgés de 18 ans ou plus.

This report is also available in English under the title: Parks Canada Tracking Study 2022-23

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Parcs Canada. Pour en savoir plus sur le rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada dont les coordonnées sont 1-888-773-8888 ou [information@pc.gc.ca](mailto:information@pc.gc.ca) ou à :

Parcs Canada  
2e étage, 30 rue Victoria  
Gatineau QC J8X 0B3

### Numéro de catalogue :

R62-557/2023F-PDF

### Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-47360-4

### Publications connexes (numéro d'inscription : POR 017-22) :

Numéro de catalogue : R62-557/2023E-PDF (Rapport méthodologiques, anglais)

Numéro international normalisé du livre : 978-0-660-47359-8 (anglais)

## Sommaire

Parcs Canada protège le patrimoine naturel et culturel du Canada pour le compte des Canadiens et en présente des exemples qui revêtent une importance nationale, et il en favorise chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

L'étude s'est appuyée sur l'échantillon populationnel aléatoire (EPA) propre à Advanis. Cet outil probabiliste a été appliqué à un échantillon national représentatif de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans et plus. Des questions sur les connaissances et la sensibilisation générale des Canadiens à l'égard de l'Agence Parcs Canada, le soutien à son mandat, les intentions de voyages d'agrément et les questions interfonctionnelles essentielles pour aider à éclairer les programmes et les services ont été posées en quatre vagues distinctes au cours de l'exercice 2022-2023. La vague de juin a eu lieu entre le 2 et le 30 juin 2022; celle de septembre entre le 1<sup>er</sup> et le 25 septembre 2022; celle de décembre entre le 5 et le 31 décembre 2022, et la dernière vague entre le 8 février et le 3 mars 2023.

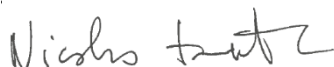
Au total, 8 523 personnes ont répondu aux sondages entre le 2 juin 2022 et le 3 mars 2023. Les données ont été pondérées en fonction de la région géographique, du sexe et de l'âge, à l'aide des données du Recensement de la population canadienne de 2021. Le coût total de l'étude s'est élevé à 66 553,28 \$, taxes comprises.

### Déclaration de neutralité politique

Je certifie par la présente, en tant que haut représentant de Advanis, que les produits livrables sont pleinement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas l'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou les cotes de performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature :



Nicolas Toutant  
Vice-Président, Recherche et évaluation  
Advanis  
ntoutant@advanis.net

# 1. Contexte et objectifs

Parcs Canada protège le patrimoine naturel et culturel du Canada pour le compte des Canadiens et en présente des exemples qui revêtent une importance nationale ; il en favorise chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Parcs Canada entreprend des études de suivi pour comprendre le succès à court terme de ses efforts proactifs sur la sensibilisation et la compréhension des Canadiens au sujet de l'Agence et de son travail, et pour mesurer les indicateurs de rendement de l'Agence. Les sondages de suivi, qui comprennent une série de questions standard, sont menés sur une base trimestrielle depuis septembre 2010, sauf en cas d'interruption (p. ex. lors des élections fédérales).

Le *Sondage de suivi de la notoriété de Parcs Canada 2022-2023* visait à recueillir les connaissances et la sensibilisation générale de la population canadienne adulte à l'égard de l'Agence Parcs Canada et des questions interfonctionnelles essentielles pour aider à éclairer les programmes et services, et à l'égard de l'efficacité de ses efforts en matière de communication.

## 2. Méthodologie

Cette étude a été menée en quatre vagues, en anglais et en français :

- Vague 1 : du 2 au 30 juin 2022
- Vague 2 : du 1<sup>er</sup> au 25 septembre 2022
- Vague 3 : du 5 au 31 décembre 2022
- Vague 4 : du 8 février au 3 mars 2023

Pour chaque vague, Parcs Canada a recueilli un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

### 2.1 Conception du sondage

Les questions de cette étude ont été conçues par Parcs Canada et fournies à Advanis. Le questionnaire contenait des questions sur les connaissances et la sensibilisation générale des Canadiens à l'égard de l'Agence Parcs Canada, le soutien de son mandat et les questions interfonctionnelles essentielles pour contribuer à éclairer les programmes. Les répondants de la première vague ont également dû répondre à une question sur l'influence de l'inflation (p. ex. le coût de l'essence) sur leurs projets de voyages d'agrément pour l'été. Les répondants des deuxième, troisième et quatrième vagues ont dû répondre à une question sur l'importance des aires naturelles protégées et sur l'importance de ces aires pour leur bien-être. Les autres questions étaient les mêmes pour les différentes vagues.

Les normes du gouvernement du Canada en matière d'essais préliminaires ont été respectées, et les essais préliminaires ont été effectués en anglais et en français. L'essai préliminaire a été réalisé le 2 juin 2022. Dans le cadre de celui-ci, nous avons recruté 196 personnes par téléphone en anglais et en français. Cela a permis de réaliser 43 sondages en ligne (26 en français et 17 en anglais). Aucune modification n'a été apportée au sondage à la suite de l'essai préliminaire.

Pour les répondants au sondage en ligne, la durée moyenne du sondage était de 5,4 minutes.

## 2.2 Échantillonnage et administration

Ce projet visait les Canadiens de toutes les provinces, âgés de 18 ans et plus. Le Nord a été exclu. L'échantillon pour chaque vague du sondage devait permettre d'analyser les résultats selon les critères suivants :

- Urbanité : Trois régions métropolitaines de recensement : Montréal, Toronto et Vancouver.
- Vie de famille : Ménages avec et sans enfants.
- Groupes d'âge : Jeunes adultes (18 à 34 ans) et adultes (35 ans et plus).
- Statut d'immigration : Né au Canada et né à l'extérieur du Canada.

Advanis a utilisé son propre échantillon aléatoire de la population générale en utilisant une méthodologie de RVI sur le Web et d'ETAO sur le Web pour communiquer avec les répondants potentiels. Il s'agit d'utiliser notre système exclusif de réponse vocale interactif (RVI) et notre centre d'appels d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur (ETAO) interne pour effectuer une composition aléatoire (CA) afin de recruter des répondants qui feront partie de l'échantillon aléatoire de la population générale. Cette méthode est basée sur la probabilité, c'est-à-dire que chaque recrue a une chance égale et connue d'être invitée à participer. Il est ainsi possible de calculer la marge d'erreur. Advanis a ensuite utilisé une approche en deux étapes : les personnes faisant partie de notre échantillon aléatoire de la population générale ont été recrutées par téléphone pour participer à un sondage en ligne sur Internet.

Au cours des ETAO, Advanis a demandé la permission de communiquer le lien du sondage aux téléphones cellulaires des répondants par message texte ou par courriel. Des rappels d'invitation ont été envoyés trois jours et six jours après l'invitation initiale. Les répondants pouvaient refuser de participer à tout moment en répondant "STOP" au message texte.

Tableau 1 : Sondages réalisés et cibles géographiques

| Province/Région       | Cible        | Terminé juin | Marge d'erreur | Terminé septembre | Marge d'erreur | Terminé décembre | Marge d'erreur | Terminé mars | Marge d'erreur |
|-----------------------|--------------|--------------|----------------|-------------------|----------------|------------------|----------------|--------------|----------------|
| Provinces atlantiques | 135          | 131          | 8,56 %         | 105               | 9,56 %         | 125              | 8,77 %         | 142          | 8,22 %         |
| Québec                | 462          | 593          | 4,02 %         | 511               | 4,34 %         | 512              | 4,33 %         | 530          | 4,26 %         |
| Ontario               | 774          | 724          | 3,64 %         | 754               | 3,57 %         | 705              | 3,69 %         | 780          | 3,51 %         |
| Prairies (Man./Sask.) | 129          | 124          | 8,80 %         | 139               | 8,31 %         | 178              | 7,35 %         | 148          | 8,06 %         |
| Alberta               | 222          | 241          | 6,31 %         | 246               | 6,25 %         | 283              | 5,83 %         | 224          | 6,55 %         |
| Colombie-Britannique  | 278          | 307          | 5,59 %         | 391               | 4,96 %         | 339              | 5,32 %         | 291          | 5,74 %         |
| <b>Total</b>          | <b>2 000</b> | <b>2 120</b> | <b>2,13 %</b>  | <b>2 146</b>      | <b>2,12 %</b>  | <b>2 142</b>     | <b>2,12 %</b>  | <b>2 115</b> | <b>2,13 %</b>  |

Au total, 19 332 Canadiens ont été invités à participer aux quatre vagues (4 834 en juin, 4 459 en septembre, 4 509 en décembre et 5 530 en février-mars). Au total, 2 120 sondages ont été réalisés au cours de la période de collecte de données de juin, ce qui donne un taux de réponse de 43,9 % et une marge d'erreur de +/-2,13 %, avec un intervalle de confiance de 95 %. Au total, 2 146 sondages ont été réalisés au cours de la période de collecte de données de septembre, ce qui donne un taux de réponse de 48,1 % et une marge d'erreur de +/-2,12 %, avec un intervalle de confiance de 95 %. Au total, 2 142 sondages ont été réalisés au cours de la période de collecte de données de décembre, ce qui donne un taux de réponse de 47,5 % et une marge d'erreur de +/-2,12 %, avec un intervalle de confiance de 95 %. Au total, 2 115 sondages ont été réalisés au cours de la période de collecte de données de février-mars, ce qui donne un taux de réponse de 38,2 % et une marge d'erreur de +/-2,13 %, avec un intervalle de confiance de 95 %.

Tableau 2. Invitations envoyées, sondage réalisés, taux de réponse et marge d'erreur

|                 | Juin      | Septembre | Décembre  | Mars      |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Invité          | 4 834     | 4 459     | 4 509     | 5 530     |
| Réalisé         | 2 120     | 2 146     | 2 142     | 2 115     |
| Taux de réponse | 43,9 %    | 48,1 %    | 47,5 %    | 38,2 %    |
| Marge d'erreur  | +/-2,13 % | +/-2,12 % | +/-2,12 % | +/-2,13 % |

La participation inclusive est une exigence de la recherche sur l'opinion publique menée par le gouvernement du Canada. Les sondages en ligne sont conçus, par exemple, pour s'adapter aux appareils mobiles, limiter les grands tableaux de questions graduées, prendre en charge les lecteurs d'écran et permettre l'utilisation des touches de tabulation pour parcourir les écrans. Des formats de recharge (p. ex. des entretiens) sont également disponibles sur demande. Les mesures mises en place par Advanis ont permis de répondre aux besoins des participants qui auraient pu rencontrer des difficultés, puisque personne n'a demandé de soutien supplémentaire.

### 2.3 Pondération et nettoyage des données

Les résultats du sondage ont été pondérés par trois variables – région, genre et âge. Les données ont été pondérées en fonction du Recensement de la population canadienne de 2021. Voici les six régions utilisées pour la pondération : Canada atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan (c.-à-d. les Prairies), Alberta et Colombie-Britannique. Le Nord a été exclu.

Toutes les variables démographiques et dérivées utilisées dans l'analyse ou la pondération ont été incluses dans l'ensemble de données. Les réponses aux questions ouvertes ont été codées en thèmes généraux. Les réponses textuelles codées et originales ont été conservées dans l'ensemble de données. Toutes les questions ont été croisées selon des catégories thématiques pour donner un aperçu des résultats. Les thèmes abordés étaient la région, l'âge (jeunes adultes/adultes de 35 ans et plus), la vie de famille (enfants à la maison), le statut d'immigration (né/non né au Canada), l'urbanité (Montréal, Toronto, Vancouver) et la sensibilisation. Les tableaux bannières finaux comprenaient des fréquences et des pourcentages pondérés et non pondérés (total).

Le nettoyage des données a entraîné le recodage des réponses aux questions 1 et 2 qui étaient liées aux indicateurs de sensibilisation. À la question 1, on a demandé aux répondants s'ils pouvaient nommer l'organisation ou le ministère qui gère les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada officiellement désignés. S'ils répondaient par l'affirmative, il leur était demandé de préciser de quelle organisation ou de quel ministère du gouvernement il s'agissait. Le logiciel de sondage a pu détecter les cas où le répondant a répondu « Parcs Canada » ou a utilisé une formulation similaire. Les réponses correctes ont été considérées comme une notoriété de Parcs Canada sans aide (notoriété spontanée). Les répondants dont la réponse était incorrecte, ou qui ne connaissaient pas l'organisation ou le ministère, ont été dirigés vers la question 2, qui demandait s'ils avaient déjà entendu parler de Parcs Canada. On a considéré que les répondants qui ont répondu par l'affirmative étaient au courant de l'existence de Parcs Canada avec de l'aide (notoriété assistée).

Certaines réponses textes ont dû être recodées après la collecte des données, car le logiciel de sondage ne pouvait pas tenir compte de toutes les erreurs typographiques possibles. Par exemple, si une réponse était « Parcs Canada » à la première question, mais contenait une erreur typographique non détectée par le logiciel, la réponse devait être recodée pour être correcte.

Une variable « notoriété totale » a également été créée à partir des réponses recodées aux questions 1 et 2 pour indiquer les personnes qui connaissaient ou ignoraient l'existence de Parcs Canada.



## 2.4 Contrôle de la qualité

Advanis emploie un certain nombre de mesures de contrôle de la qualité pour garantir le succès du projet tout au long de son cycle de vie. Ces mesures sont présentées en détail ci-dessous.

**Programmation du sondage :** Advanis utilise la technologie pour maximiser le contrôle de la qualité dans les programmes de sondage. Ayant mis au point un moteur de sondage exclusif, les professionnels d'Advanis sont capables de concevoir et de programmer un sondage dans un environnement de type navigateur, éliminant ainsi le besoin de recourir à un programmeur connaissant moins bien le sujet du sondage. Les étapes suivies pour garantir la qualité du sondage sont présentées ci-dessous.

- Le sondage a été soigneusement soumis à un essai préliminaire par les membres de l'équipe de projet d'Advanis, ainsi que par des personnes n'appartenant pas à l'équipe (car elles voient les choses avec un « regard neuf »).

**Méthodologie de l'ETAO:** Le script de recrutement pour l'ETAO a été programmé sur la plateforme d'ETAO exclusive d'Advanis sans problème imprévu. Advanis a pu mettre à profit son expérience pour la programmation du sondage et le processus de rappel afin d'atteindre des normes de qualité élevées. Pour assurer une collecte de données de la plus haute qualité, Advanis a mis en œuvre les mesures suivantes :

- Les intervieweurs ont été formés pour comprendre au mieux les objectifs de l'étude et pour qu'ils soient capables de prononcer et de comprendre la formulation du sondage.
- Des relevés d'appels détaillés ont été conservés dans le système automatisé de l'ETAO, et ils ont fait l'objet d'un suivi pour l'analyse de la productivité (c.-à-d. qu'ils ne sont pas sujets à l'erreur humaine).
- Les scripts de recrutement ont fait l'objet d'essais préliminaires pour assurer le meilleur flux possible.
- La durée moyenne d'emploi de nos intervieweurs est très élevée par rapport aux normes du secteur, ce qui donne une équipe d'intervieweurs plus expérimentés et mieux informés sur le public cible.
- L'équipe de l'assurance de la qualité d'Advanis a écouté les enregistrements réels de dix pour cent des sondages remplis et a comparé les réponses à celles saisies par l'intervieweur afin de s'assurer que les réponses étaient correctement enregistrées. Ce travail s'ajoute à la surveillance en direct effectuée par les superviseurs sur le terrain.
- Les superviseurs d'équipe procèdent régulièrement à des évaluations plus officielles de chaque intervieweur, en plus de la surveillance de chaque intervieweur au sein de leur équipe qui a lieu chaque soir.
- Afin de garantir la qualité des entretiens, nos enquêteurs sont formés à différentes techniques d'entretien. Outre une attitude professionnelle, nos enquêteurs doivent être convaincants, lire mot à mot, prendre des notes, confirmer systématiquement les informations données et écouter le répondant.

**Méthodologie du Web :** Tous les sondages d'Advanis sur le Web sont hébergés à l'interne par Advanis, et nous employons un ensemble rigoureux de mécanismes de contrôle de la collecte des données afin de garantir la plus haute qualité des données recueillies, et notamment :

- Les répondants disposent d'un code d'accès unique pour garantir que seul le participant peut répondre au sondage en ligne.
- Des vérifications logiques internes approfondies sont programmées directement dans le sondage pour garantir des réponses logiques.
- Les sondages sur le Web sont mis en œuvre à l'aide du logiciel exclusif d'Advanis (qui est conçu pour traiter des formats de sondages complexes).
- Advanis a procédé à une mise à l'essai interne détaillée et à un essai préliminaire externe pour s'assurer que l'instrument de sondage fonctionne comme prévu.
- Nous avons mis à l'essai le questionnaire dans plusieurs navigateurs et fourni un lien à Parcs Canada afin qu'il puisse effectuer des mises à l'essai internes.

**Traitement des données et production de rapports :** Pour toutes les données recueillies, Advanis élabore des règles permettant de vérifier la validité des données. Ces règles comprennent des éléments comme :

- Le temps nécessaire pour répondre au sondage
- La vérification des passages mot pour mot qui sont du charabia ou qui n'ont pas de sens
- Et, bien sûr, des contrôles rigoureux sont effectués pour s'assurer que les données sont exactes et exemptes d'erreurs selon la logique du questionnaire (instructions « passez à »).

Le personnel d'Advanis utilise le logiciel SPSS Statistics depuis plus de 20 ans et est très compétent à cet égard. Tous les nettoyages de données effectués dans le cadre de projets sont décrits dans des fichiers de syntaxe, et des fichiers de données intermédiaires sont enregistrés tout au long du processus. Ce procédé garantit que le fichier de données brutes original n'est jamais écrasé et que si une erreur est découverte dans notre code, nous pouvons rapidement et facilement refaire la syntaxe pour produire un nouveau fichier de données. Les personnes qui établissent le code incorporent des vérifications internes dans leur code (p. ex. des tableaux croisés) pour s'assurer que la syntaxe a eu l'effet souhaité. En outre, toute la syntaxe est examinée par un autre membre de l'équipe ou un spécialiste technique pour en vérifier l'exactitude.

### 3. Biais de non-réponse

Le biais de non-réponse se produit lorsque les non-répondants diffèrent de manière significative des répondants et que cette différence a des répercussions sur les renseignements recueillis. Il est difficile d'évaluer la présence d'un biais de non-réponse puisque les renseignements sur les raisons pour lesquelles les non-répondants n'ont pas participé ne sont généralement pas disponibles. Cela dit, une façon de mesurer les répercussions potentielles du biais de non-réponse est d'évaluer si l'échantillon est représentatif en comparant les caractéristiques des répondants et de voir si elles reflètent les caractéristiques connues de la population. Dans la mesure du possible, nous pouvons vérifier la répartition des répondants entre diverses données démographiques (par exemple, l'âge et le sexe) et catégories géographiques et comparer ces répartitions aux caractéristiques connues de la population. Si la variation est assez faible et que nous n'avons aucune raison de croire que d'autres facteurs influencent la volonté des répondants de participer, nous pouvons conclure que la probabilité que le biais de non-réponse ait des répercussions sur les renseignements recueillis dans l'étude est minime. C'est le cas de l'étude actuelle.

Plusieurs stratégies ont été employées pour augmenter les taux de réponse et réduire les répercussions du biais de non-réponse. Cela comprend :

- Le recrutement des répondants par téléphone, qui permet d'obtenir un taux de réponse plus élevé que les invitations par courrier électronique ;
- La diffusion d'un numéro de téléphone local (plutôt qu'un numéro gratuit) et du nom du commanditaire de l'étude (« GovCanada »), qui augmente le taux de décrochage (ce qui réduit le filtrage des appels);
- La fixation systématique de la date et de l'heure du prochain appel en fonction du résultat de l'appel en cours, ce qui garantit que chaque répondant est appelé méthodiquement tous les jours de la semaine et à toutes les heures de la journée. En particulier pour les répondants qui sont difficiles à joindre, cela maximise la probabilité qu'ils soient disponibles ;
- L'envoi d'un message texte aux recrues, qui assure une transition sans heurt entre l'enquête téléphonique et l'enquête en ligne, car la réception peut être confirmée en temps réel et encourage les répondants à remplir l'enquête dès la fin de l'appel ;
- Proposer l'enquête dans les deux langues officielles afin de maximiser la facilité à la remplir.

# Annexe : Questionnaires

## Questionnaire français

Merci de prendre le temps de vous exprimer sur des questions importantes pour tous les Canadiens. Votre contribution nous est précieuse. L'enquête vous prendra moins de 5 minutes à compléter. Si vous êtes interrompu pendant le sondage, vous pouvez cliquer sur le même lien pour reprendre là où vous étiez arrêté.

Cette enquête utilise la méthodologie de collecte de données MaVilleÉcoute (<http://www.mavilleecoute.ca>) d'Advanis (<https://www.advanis.net/fr>). Votre participation est volontaire. Vos informations personnelles sont traitées avec les plus hauts standards de confidentialité par Advanis. Les réponses au sondage seront regroupées avec les réponses des autres participants et vos renseignements personnels ne seront utilisés qu'aux fins énoncées dans le sondage. Nous n'utiliserons pas ces informations à d'autres fins que celles conformes aux exigences et directives des études de marché. Cette enquête est enregistrée auprès du Service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20220531-AD437. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

© 2023 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

### **1 À votre connaissance, pouvez-vous nommer l'organisation ou le ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés ?**

- 1 - Non (Aller à la question 2)
- 2 - Oui, veuillez préciser : (Aller à la question 2 si incorrect)

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

- 1 - Oui, j'en ai entendu parler
- 2 - Non, je n'en ai pas entendu parler

### **3 Au cours des 3 derniers mois, avez-vous entendu, lu ou vu quelque chose au sujet des parcs nationaux ou des lieux historiques du Canada ?**

- 1 - Oui
- 2 - Non
- 9 - Je ne sais pas

### **3a Où vous souvenez-vous précisément d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet des parcs nationaux ou des lieux historiques au cours des trois (3) derniers mois ? Sélectionnez jusqu'à 3 réponses. (Montrer si Q3 =**

- 1)
- 1 - Site Web de Parcs Canada
- 2 - Bulletin d'information de Parcs Canada (ex : infolettre par courriel)
- 3 - Article dans une revue ou un magazine
- 4 - Article dans le journal
- 5 - Publicité à la télévision
- 6 - Émission/documentaire à la télévision
- 7 - Nouvelles à la télévision
- 8 - Des amis ou de la famille/bouche à oreille

- 9 - Facebook
- 10 - YouTube
- 11 - Twitter
- 12 - Instagram
- 13 - Autres sites web
- 14 - Radio
- 15 - Autre

**4 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. Veuillez indiquer votre niveau d'appui envers ce mandat.**

- 1 - 5 Appuie totalement
- 2 - 4
- 3 - 3 Ni pour, ni contre
- 4 - 2
- 5 - 1 S'oppose totalement
- 9 - Je ne sais pas/pas certain

Nous aimerions maintenant vous poser quelques questions sur les voyages.

**5 Quels sont les mots qui décrivent le mieux ce que vous recherchez dans votre prochain voyage d'agrément/vos prochaines vacances ? Sélectionner jusqu'à 3 choix. (Ordre aléatoire)**

- 1 - Épique/grandiose (le plus grand de tous les temps)
- 2 - Extravagance/folie
- 3 - Aventure
- 4 - Nouvelles expériences
- 5 - Nouveaux lieux
- 6 - Nouvelles cultures
- 7 - Excitant
- 8 - Chargé en action
- 9 - Plus long que d'ordinaire
- 10 - Me faire plaisir/prendre soin de moi
- 11 - Point de la liste de choses à faire
- 12 - Spontanéité/sans horaire
- 13 - Près de la maison
- 14 - Abordable
- 15 - Détente/tranquille
- 16 - Lieux connus
- 17 - Expériences connues
- 18 - Personnes connues
- 19 - Soins personnels/pleine conscience
- 20 - Détoxification numérique
- 21 - Petit voyage
- 22 - Temps en famille
- 23 - Organisé (visites, guidé)
- 24 - Voyage en voiture
- 25 - Nature/plein air
- 26 - Patrimoine /généalogie
- 27 - Villes

- 28 - Plage/soleil
- 29 - Montagnes
- 30 - Aucune envie de voyager (Exclusif)

**6 Si les conditions le permettent, quelle est la probabilité que vous voyageriez pour des raisons de vacances ou de loisirs au cours des trois (3) prochains mois ?**

- 1 - Très probable
- 2 - Assez probable
- 3 - Pas probable

**6a Où feriez-vous des visites/voyageriez-vous pour les vacances/ loisirs au cours des (3) trois prochains mois ? Sélectionnez une seule réponse.** (Montrer si Q6 = 1,2)

- 1 - Local (c'est-à-dire dans un rayon de deux à trois heures de mon domicile)
- 2 - Ailleurs dans ma province
- 3 - Ailleurs au Canada
- 4 - Aux États-Unis
- 5 - Outre-mer

Vague 1

**6b Comment le coût de l'essence influencera-t-il vos projets de voyage d'agrément au cours des trois (3) prochains mois ? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.** (Montrer si Q6 = 1,2)

- 1 - Je revois ma destination de voyage
- 2 - Je revois ma façon de me rendre à ma destination
- 3 - Je réduis le nombre de mes déplacements
- 4 - Je modifie la durée de mon voyage
- 5 - Cela n'affecte pas mes projets de voyage (Exclusif)

Nous aimerions maintenant vous poser quelques questions sur la nature et le plein air.

**7 Dans quelle mesure connaissez-vous les aires marines protégées, plus précisément ce qu'elles sont et pourquoi elles sont créées ?**

- 1 - Connais très bien
- 2 - Connais un peu
- 3 - Seulement entendu parler d'elles
- 4 - Jamais entendu parler d'elles

**7a Les aires marines protégées sont des parties des eaux côtières ou des océans qui bénéficient d'une protection juridique et où les activités humaines (par exemple, la pêche) sont strictement réglementées. Elles sont gérées de manière à préserver la santé des écosystèmes. Le gouvernement fédéral s'est engagé à protéger 25 % de ses eaux marines d'ici 2025. Avant aujourd'hui, dans quelle mesure connaissiez-vous cet engagement ?**

(Montrer si Q7 = 1,2,3)

- 1 - Connais très bien
- 2 - Connais un peu
- 3 - Ne connais pas

Vague 2,3

**8 Lorsque vous pensez aux aires naturelles protégées (comme les parcs nationaux, les réserves de faune et les parcs provinciaux), dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants ? (Ordre aléatoire)**

- Y passer du temps contribue à mon bien-être mental (par exemple, réduit l'anxiété/le stress, m'aide à me vider l'esprit)

- Le fait d’y passer du temps m’aide à améliorer ma santé physique ou ma condition physique.
- Y passer du temps me permet de me sentir mieux dans l’ensemble.
- Avoir accès à ces aires naturelles protégées est important pour moi personnellement.
- Les aires naturelles protégées sont importantes pour notre qualité de vie globale au Canada.

- 5 - Tout à fait d’accord
- 4 - D’accord
- 3 - Ni d’accord ni désaccord
- 2 - En désaccord
- 1 - Fortement en désaccord
- 6 - Sans objet

Vague 4

**8 Lorsque vous pensez aux aires naturelles protégées (comme les parcs nationaux, les réserves de faune et les parcs provinciaux), dans quelle mesure êtes-vous d’accord ou non avec les énoncés suivants? (Ordre aléatoire)**

- Y passer du temps contribue à mon bien-être mental
- Le fait d’y passer du temps m’aide à améliorer ma santé physique ou ma condition physique.
- Y passer du temps me permet de me sentir mieux dans l’ensemble.
- Avoir accès à ces aires naturelles protégées et conservées est important pour moi personnellement.
- Les aires naturelles protégées sont importantes pour notre qualité de vie globale au Canada.

- 5 - Tout à fait d’accord
- 4 - D’accord
- 3 - Ni d’accord ni désaccord
- 2 - En désaccord
- 1 - Fortement en désaccord
- 6 - Sans objet

Finalement, nous avons quelques questions à vous poser à des fins statistiques. Vos réponses demeureront complètement confidentielles.

**Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?**

- 1 - Colombie-Britannique
- 2 - Alberta
- 3 - Saskatchewan
- 4 - Manitoba
- 5 - Ontario
- 6 - Québec
- 7 - Terre-Neuve-et-Labrador
- 8 - Nouvelle-Écosse
- 9 - Nouveau Brunswick
- 10 - Île-du-Prince-Édouard
- 11 - Nunavut
- 12 - Territoires du Nord-Ouest
- 13 - Yukon
- 8 - Préfère ne pas le dire

**À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus ?**

- 1 - Genre masculin
- 2 - Genre féminin

- 3 - Diverses identités de genre
- 8 - Préfère ne pas le dire

**À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?**

- 1 - 18 à 24
- 2 - 25 à 34
- 3 - 35 à 44
- 4 - 45 à 54
- 5 - 55 à 64
- 6 - 65 ans et plus
- 8 - Préfère ne pas le dire

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

- 1 - Secondaire 2 ou moins/8ième année ou moins
- 2 - Quelques années d'étude au secondaire
- 3 - Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- 4 - Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- 5 - Collège, CÉGEP ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- 6 - Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- 7 - Baccalauréat
- 8 - Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- 8 - Préfère ne pas le dire

**Des enfants de 18 ans et moins habitent-ils actuellement dans votre ménage ?**

- 1 - Oui
- 2 - Non
- 8 - Préfère ne pas le dire

**Laquelle des catégories suivantes vous décrit le mieux ?**

- 1 - Je suis né(e) au Canada
- 2 - Je suis né(e) à l'extérieur du Canada
- 8 - Préfère ne pas le dire

**Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver ? (Montrer si C.-B.)**

**Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto (GTA) ? (Montrer si ON)**

**Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal ? (Montrer si QC)**

- 1 - Oui
- 2 - Non
- 8 - Je préfère ne pas répondre

Nous vous avons posé toutes nos questions. Nous espérons que vous avez trouvé ce sondage intéressant et nous vous remercions sincèrement pour votre temps. Cette étude a été créée et financée par Parcs Canada et est enregistré en vertu de la Loi fédérale sur l'accès à l'information. Cette étude est menée par la firme de recherche sociale et marketing : (<https://www.advanis.net/fr>)  
En utilisant notre méthode de collecte de données : Ma Ville Écoute (<http://www.mavilleecoute.ca/>)

Si vous voulez voir les résultats d'autres études menées par Advanis par l'entremise de MaVilleÉcoute, veuillez visiter [mavilleecoute.ca/sondages](http://www.mavilleecoute.ca/sondages) (<http://www.mavilleecoute.ca/sondages.html>).

© 2023 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>). Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)



## Questionnaire anglais

Thank you for taking the time to have your say on issues important to all Canadians. Your input is valuable to us, and the survey will take approximately 5 minutes to complete. If you get interrupted while doing the survey, you can click on the same link to pick up right where you left off.

This survey uses Advanis' (<http://advanis.net>) TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your participation is voluntary. Your personal information is treated with the highest standards of confidentiality by Advanis. Survey answers will be grouped with other participant responses, and your personal information will only be used for the purposes stated in the survey. We will not use this information for any purposes other than those consistent with market research requirements and guidelines. This survey is registered with the Canadian Research Insights Council's (CRIC) Research Verification Service. The project verification number is: 20220531-AD437. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) to verify the legitimacy of this survey.

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

### **1 Off the top of your head, can you name the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites in Canada?**

- 1 - No (Go to 2)
- 2 - Yes, please specify: (Go to 2 if incorrect)

### **2 Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?**

- 1 - Yes, I have heard of it
- 2 - No, I have not heard of it

### **3 In the last 3 months, have you read, seen or heard something about national parks or national historic sites of Canada?**

- 1 - Yes
- 2 - No
- 9 - Do not know

### **3a Where specifically do you recall hearing, watching or reading about national parks or national historic sites in the last 3 months? Select up to 3. (Show if Q3 = 1)**

- 1 - Parks Canada website
- 2 - Parks Canada newsletter (e.g., e-newsletter)
- 3 - Magazine
- 4 - Newspaper
- 5 - TV commercial
- 6 - TV program/documentary
- 7 - TV news
- 8 - From friends or family /word of mouth
- 9 - Facebook
- 10 - YouTube
- 11 - Twitter
- 12 - Instagram
- 13 - Other websites
- 14 - Radio
- 15 - Other

**4 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. Please indicate how much you support or oppose this mandate.**

- 1 - 5 Completely support
- 2 - 4
- 3 - 3 Neither oppose nor support
- 4 - 2
- 5 - 1 Completely oppose
- 9 - Do not know/not sure

Now we would like to ask you some questions about travel.

**5 What words best describe what you are looking for in your next leisure trip/vacation? Select up to 3 choices. (Randomized)**

- 1 - Epic/big (greatest of all times)
- 2 - Extravagant /splurge
- 3 - Adventure
- 4 - New experiences
- 5 - New places
- 6 - New cultures
- 7 - Exciting
- 8 - Action packed
- 9 - Longer than normal
- 10 - Treat myself/pampering
- 11 - Bucket list item
- 12 - Spontaneous/no schedule
- 13 - Close to home
- 14 - Affordable
- 15 - Relaxing/peaceful
- 16 - Familiar places
- 17 - Familiar experiences
- 18 - Familiar people
- 19 - Self care/mindful
- 20 - Digital detox
- 21 - Short trip
- 22 - Family time
- 23 - Scheduled (tours, guided)
- 24 - Road trip
- 25 - Nature/outdoors
- 26 - Heritage /ancestry
- 27 - Cities
- 28 - Beach/sun
- 29 - Mountains
- 30 - No desire to travel (not randomized)

**6 If conditions permit, how likely are you to travel for vacation/leisure reasons over the next three (3) months?**

- 1 - Very likely
- 2 - Somewhat likely
- 3 - Not likely

**6a Where would you visit/travel for vacation/leisure in the next three (3) months? Select one only.** (Show if Q6 = 1,2)

- 1 - Local (i.e., within 2 to 3 hours of my home)
- 2 - Elsewhere in my province
- 3 - Elsewhere in Canada
- 4 - To the United States
- 5 - Overseas

Wave 1

**6b How is the cost of gasoline influencing your leisure travel plans over the next three (3) months? Select all that apply.** (Show if Q6 likely to travel)

- 1 - I am changing where I travel
- 2 - I am changing how I get to my destination
- 3 - I am reducing the number of trips I take
- 4 - I am changing how long my trip will be
- 5 - It is not affecting my travel plans (Exclusive)

Now we would like to ask you about nature/the outdoors...

**7 How familiar are you with marine protected areas, in particular what they are and why they are created?**

- 1 - Very familiar
- 2 - Somewhat familiar
- 3 - Only heard of the term
- 4 - Never heard of them

**7a Marine protected areas are parts of coastal waters or oceans that have legal protection and where human activities are regulated (e.g., fishing). They are managed to keep ecosystems healthy. The federal government is committed to protecting 25% of its marine waters by 2025. Before today, how familiar were you with this commitment?** (Show if Q7 = 1,2,3)

- 1 - Very familiar
- 2 - Somewhat familiar
- 3 - Not familiar

Wave 2,3

**8 When you think of protected natural areas (such as national parks, wildlife areas, and provincial parks), how much do you agree or disagree with the following statements?** (randomized)

- Spending time in them helps with my mental well-being (e.g., reduce anxiety/stress, helps clear my mind)
  - Spending time in them helps me improve my physical health or fitness
  - Spending time in them makes me feel better overall
  - Having access to protected natural areas is important to me personally
  - Protected natural areas are important for our overall quality of life in Canada
- 5 - Strongly agree
  - 4 - Agree
  - 3 - Neither agree or disagree
  - 2 - Disagree
  - 1 - Strongly disagree
  - 6 - Not applicable

Wave 4

**8 When you think of protected natural areas (such as national parks, wildlife areas, and provincial parks), how much do you agree or disagree with the following statements? (Randomized)**

Spending time in them helps with my mental well-being

Spending time in them helps me improve my physical health or fitness

Spending time in them makes me feel better overall

Having access to protected and conserved natural areas is important to me personally

Protected natural areas are important for our overall quality of life in Canada

5 - Strongly agree

4 - Agree

3 - Neither agree or disagree

2 - Disagree

1 - Strongly disagree

6 - Not applicable

Finally, we have a few questions for statistical purposes. Your answers will remain completely anonymous.

**In which province or territory do you live?**

1 - British Columbia

2 - Alberta

3 - Saskatchewan

4 - Manitoba

5 - Ontario

6 - Quebec

7 - Newfoundland and Labrador

8 - Nova Scotia

9 - New Brunswick

10 - Prince Edward Island

11 - Nunavut

12 - Northwest Territories

13 - Yukon

-8 - Prefer not to say

**With which gender category do you most identify?**

1 - Male gender

2 - Female gender

3 - Gender diverse

-8 - Prefer not to say

**In which of the following age categories do you belong?**

1 - 18 to 24

2 - 25 to 34

3 - 35 to 44

4 - 45 to 54

5 - 55 to 64

6 - 65 or older

-8 - Prefer not to say

**What is the highest level of education that you have completed?**

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

**Are there any children under the age of 18 currently living in your household?**

- 1 - Yes
- 2 - No
- 8 - Prefer not to say

**Which of the following best describes you?**

- 1 - I was born in Canada
- 2 - I was born outside Canada
- 8 - Prefer not to say

**Do you live in the Vancouver metropolitan area?** (Show if BC)

**Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?** (Show if ON)

**Do you live in the Montreal metropolitan area?** (Show if QC)

- 1 - Yes
- 2 - No
- 8 - I prefer not to answer

We have asked you all of our questions. We hope you've found this interesting, and we sincerely thank you for your time. This survey was conducted on behalf of Parks Canada, and is registered under the Federal Access to Information Act. The survey was hosted by market and social research firm: (<http://www.advanis.ca>) using our data collection method: (<http://tellcityhall.ca/>)

If you'd like to see results from other studies conducted by Advanis via TellCityHall, please visit [tellcityhall.ca/surveys](http://www.tellcityhall.ca/surveys) (<http://www.tellcityhall.ca/surveys.html>).

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)