

Étude récréative 2023

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis

Numéro du contrat : 5P004-230129

Valeur du contrat : 61 562,40 \$ (taxe inclus)

Date du contrat : 29 septembre 2023

Date de livraison : 12 janvier 2024

Numéro d'inscription : POR 053-23

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à information@pc.gc.ca

This report is also available in English

Étude récréative 2023

Rapport méthodologie

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis

Janvier 2024

Ce rapport présente les détails méthodologiques de *l'étude récréative 2023* menée par Advanis pour le compte de Parcs Canada. L'enquête en ligne, fondée sur des probabilités, a été administrée entre le 2 novembre et le 29 novembre 2023 à 1 518 membres du public canadien âgés de 18 ans ou plus qui ont tendance à visiter les parcs (p. ex., les parcs nationaux et provinciaux) lorsqu'ils voyagent pour le plaisir au Canada.

This report is also available in English under the title: *Recreation Study 2023*

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 ou à :

Parcs Canada
2e étage, (PC-02-E)
30 rue Victoria
Gatineau QC J8X 0B3

Numéro de catalogue :

R62-588/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre :

978-0-660-68256-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement - POR 053-23):

Numéro de catalogue : R62-588/2023E-PDF (rapport méthodologique, anglais)

Numéro international normalisé du livre : 978-0-660-68255-6 (anglais)

Sommaire

L'information et les appareils numériques sont des composantes importantes des voyages et modifient la manière dont les gens recherchent, planifient, voyagent et découvrent un lieu. Alors que la technologie continue de façonner le comportement des consommateurs, il est inévitable que les parcs étudient comment et où intégrer la technologie numérique dans les services aux visiteurs, en particulier les services d'accueil et d'orientation. Cette étude exploratoire visait à mieux comprendre comment les gens utilisent généralement et veulent (ou non) utiliser la technologie numérique pour guider et soutenir les aspects clés de l'accueil et de l'orientation des visiteurs dans les parcs et la justification de leurs points de vue, en particulier en ce qui concerne l'arrivée, les centres d'accueil et l'enregistrement dans les campings.

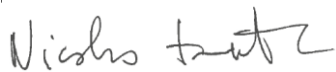
L'étude s'est appuyée sur un sondage en ligne basé sur les probabilités, mené auprès d'un échantillon national de Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus qui ont tendance à visiter des parcs lorsqu'ils voyagent pour leurs loisirs. Le sondage, qui prenait environ 12 minutes à remplir, s'est déroulé du 2 au 29 novembre 2023, selon une approche en plusieurs étapes et un recrutement aléatoire par téléphone et Internet. L'échantillon comprenait des visiteurs (et non la population générale) et les répartitions régionales étaient basées sur des données de tiers relatives à la participation aux sports et aux loisirs. Les données ont été pondérées selon les estimations de la population pour la région de résidence et l'âge des Canadiens qui ont visité des parcs nationaux ou provinciaux au cours de l'année écoulée.

Au total, 1 518 Canadiens ont répondu à l'enquête, soit un taux de réponse de 46,97 pour cent et une marge d'erreur de +/- 2,52 pour cent à l'échelle nationale (19 fois sur 20, avec un intervalle de confiance de 95 pour cent). Le coût total de l'étude s'est élevé à 61 562 \$ (taxes comprises).

Déclaration de neutralité politique et les coordonnées

Je certifie par la présente, en tant que haut représentant d'Advanis, que les produits livrables sont pleinement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada décrite 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.



Nicolas Toutant
Vice-Président, recherche et évaluation
Advanis
nicolas.toutant@advanis.ca