



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Collecte continue de données qualitatives sur les opinions des Canadiens – avril 2020

Sommaire

Rédigé pour le compte du Bureau du Conseil privé

Fournisseur : The Strategic Counsel

Numéro de contrat : 35035-182346/001/CY

Valeur du contrat : 808 684,50 \$

Date d'octroi du contrat : 27 juin 2019

Date de livraison : 21 mai 2020

Numéro d'enregistrement : POR-005-19

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière d'écrire à por-rop@pco-bcp.ca

This report is also available in English.

Canada 

Résumé

Introduction

Le Secrétariat des communications et des consultations du Bureau du Conseil privé (BCP) a confié à The Strategic Counsel (TSC) le mandat de mener des cycles de recherche par groupe de discussion auprès de membres du public un peu partout au pays, portant sur des enjeux, des événements et des initiatives stratégiques de premier plan liés au gouvernement du Canada.

L'objectif général de ce programme de recherche qualitative se décline en trois volets : analyser les dimensions et les facteurs d'influence de l'opinion publique sur les plus importants enjeux auxquels le pays est confronté; évaluer les perceptions et les attentes relatives aux mesures et aux priorités du gouvernement fédéral; orienter l'élaboration des communications du gouvernement du Canada pour qu'elles continuent de s'harmoniser avec les points de vue des Canadiennes et des Canadiens et leurs besoins en matière d'information, tout en demeurant claires et faciles à comprendre.

La recherche vise à aider le Secrétariat des communications et des consultations du BCP à remplir son mandat, qui consiste à soutenir le bureau du premier ministre dans la coordination des communications du gouvernement. Plus particulièrement, la recherche permettra de s'assurer que le BCP reste au fait des tendances émergentes et de l'opinion des Canadiens sur les enjeux de macro-niveau qui intéressent le gouvernement.

Le présent rapport dévoile les conclusions qui ressortent de douze groupes de discussion en ligne organisés entre le 1^{er} et le 29 avril 2020 dans de nombreuses localités du pays, au Canada atlantique, au Québec, en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique. Les détails concernant les lieux, le recrutement et la composition des groupes figurent ci-dessous.

En ce qui concerne les objectifs propres à ce cycle de groupes de discussion, la recherche a porté sur la COVID-19 alors que la pandémie et ses effets prenaient de l'ampleur partout au pays. Elle a permis d'analyser en profondeur une foule de sujets connexes, tels que l'incidence de la pandémie sur la vie personnelle des Canadiens, la façon dont ils composent avec l'isolement et le confinement, leurs perceptions concernant la réponse du gouvernement fédéral à ce jour, leurs points de vue sur les répercussions économiques du virus et la réouverture envisagée des commerces. La plupart des groupes se sont également prêtés à l'évaluation d'une série de concepts ou de messages publicitaires visant à communiquer avec le public au sujet de la COVID-19.

Il convient de souligner que les résultats de la présente étude doivent être interprétés avec prudence, les conclusions d'une recherche qualitative étant de nature directionnelle et ne pouvant être attribuées à l'ensemble de la population à l'étude avec un quelconque degré de certitude.

Méthodologie

Aperçu des groupes

Public cible

- Résidents canadiens de 18 ans et plus.

Approche détaillée

- Douze groupes de discussion dans diverses régions du Canada.
- Emplacement des groupes : petites municipalités du Québec (1^{er} avril); région du Grand Toronto – parents (2 avril); basses-terres continentales, Colombie-Britannique – nouveaux arrivants (7 avril); Montréal – jeunes (8 avril); petites municipalités du Québec (9 avril); Sud-Ouest de l'Ontario – personnes au chômage ou mises à pied à cause de la COVID-19 (14 avril); basses-terres continentales, Colombie-Britannique (15 avril); Québec rural – aînés (16 avril); Edmonton (21 avril); Montréal (23 avril); Québec rural (27 avril); Canada atlantique rural (29 avril).
- Les discussions de groupe du Québec se sont déroulées en français, alors que toutes les autres ont eu lieu en anglais.
- Pour ce cycle, tous les groupes se sont réunis en ligne.
- En tout, huit participants ont été recrutés pour chaque groupe, afin de pouvoir compter sur la présence d'au moins six à huit personnes.
- Chaque participant a perçu des honoraires de 90 \$ pour son temps.

- Dans l'ensemble des lieux, 87 personnes ont participé aux discussions. Les détails sur le nombre de participants par groupe sont donnés ci-dessous.

Emplacement et composition des groupes

| LIEU | GROUPE | LANGUE | DATE | HEURE (HNE) | COMPOSITION DU GROUPE | NOMBRE DE PARTICIPANTS |
|-------------------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|--|------------------------|
| Petites municipalités du Québec | 1 | Français | 1 ^{er} avril | 17 h-19 h | Population générale | 7 |
| RGT - 905 | 2 | Anglais | 2 avril | 16 h-18 h | Parents | 8 |
| Basses-terres continentales, C.-B. | 3 | Anglais | 7 avril | 20 h-22 h | Nouveaux arrivants | 6 |
| Montréal, QC | 4 | Français | 8 avril | 18 h-20 h | Jeunes | 8 |
| Petites municipalités du Québec | 5 | Français | 9 avril | 17 h-19 h | Population générale | 7 |
| Sud-Ouest de l'Ontario | 6 | Anglais | 14 avril | 15 h-17 h | Personnes sans emploi à cause de la COVID-19 | 6 |
| Basses-terres continentales, C.-B. | 7 | Anglais | 15 avril | 20 h-22 h | Population générale | 8 |
| Québec rural | 8 | Français | 16 avril | 16 h-18 h | Aînés (55 ans +) | 6 |
| Edmonton, Alb. | 9 | Anglais | 21 avril | 19 h 30-21 h 30 | Population générale | 8 |
| Montréal, QC | 10 | Français | 23 avril | 18 h-20 h | Population générale | 7 |
| Québec rural | 11 | Français | 27 avril | 17 h-19 h | Population générale | 8 |
| Atlantique rural | 12 | Anglais | 29 avril | 16 h-18 h | Population générale | 8 |
| Nombre total de participants | | | | | | 87 |

Principales constatations

Les groupes de discussion d'avril 2020 ont eu lieu alors que toutes les régions canadiennes avaient la directive de continuer à appliquer les mesures d'éloignement physique (ou distanciation sociale) et d'auto-isollement. Douze groupes de discussion ont été tenus durant le mois. Organisés chaque semaine à compter du 1^{er} avril et jusqu'au 29 avril, ils étaient composés de groupes démographiques (c.-à-d. de parents, de jeunes, d'immigrants ou de travailleurs au chômage ou mis à pied en raison de la COVID-19, etc.) ou d'un échantillon représentatif de la population générale. Puisque les discussions

se déroulaient en ligne plutôt qu'en personne, les participants de certains groupes étaient issus de régions précises ou de différents types de collectivités, notamment de régions rurales, de petites municipalités et de grands centres urbains. Quelques groupes ont été tenus dans des centres particuliers, comme la région du Grand Toronto (RGT), Edmonton et Montréal et d'autres à une échelle plus régionale (c.-à-d., Sud-Ouest de l'Ontario, Québec rural et Canada atlantique rural, etc.).

La COVID-19 dans l'actualité (tous les lieux)

Dans tous les groupes de discussion, indépendamment du lieu ou de la composition, on a demandé aux participants ce qu'ils avaient entendu récemment à propos de la COVID-19. Les participants étaient nombreux à suivre de près les points de presse quotidiens des chefs politiques de leur province et à l'échelon fédéral et ceux que donnaient les responsables de la santé publique.

Ils se tournaient vers toutes sortes de sources pour s'informer sur la COVID-19, notamment les médias traditionnels, tels que la télévision, la radio, les journaux imprimés ainsi que les médias sociaux, même si bon nombre d'entre eux étaient conscients de la désinformation propre à ce type de médias. La famille, les amis, les collègues, les professionnels de la santé, les publications et revues spécialisées de même que les employeurs figurent parmi les autres sources consultées. Quant aux participants qui ont de la famille à l'étranger, l'information de là-bas constitue une autre source, qui leur donne une perspective internationale de la question et influence particulièrement leur opinion sur la façon dont le Canada s'en tire par rapport aux autres pays.

Les participants ont entendu parler de choses très variées, tournant autour de plusieurs thèmes précis qui reflétaient autant la nature de l'information diffusée que l'évolution des intérêts et du besoin d'information des participants, maintenant qu'ils en savaient davantage sur le virus. Beaucoup de participants s'intéressaient surtout aux statistiques et aux données, dont le nombre de cas dans leur province, au Canada et dans le monde ainsi qu'à l'information sur la propagation du virus et les personnes qui sont les plus ou moins à risque de le contracter. D'autres avaient bien assimilé les messages à propos des symptômes et des moyens de prévenir la propagation du virus, y compris les communications sur l'éloignement physique, l'auto-isolement et le lavage des mains. Dans la seconde moitié du mois, en particulier, les participants ont commencé à dire qu'ils avaient entendu parler de plans de réouverture et d'assouplissement des restrictions dans certaines provinces.

La connaissance de questions précises variait :

- La prévalence du virus dans les centres d'hébergement et de soins de longue durée a été soulevée plus souvent au Québec;
- Dans le Sud-Ouest de l'Ontario, les participants étaient perplexes quant à l'obligation de porter un masque, car les directives à cet égard n'arrêtaient pas de changer et cela était source d'ambiguïté;
- À Montréal, un groupe composé de jeunes a été invité à dire s'ils avaient entendu quelque chose à propos de la COVID-19 qui se rapportait à leur groupe d'âge. Même si plusieurs participants étaient au courant de la fermeture des parcs et d'autres lieux fréquentés régulièrement par les jeunes, ils ont été nombreux à souligner le laxisme des jeunes quant au respect de l'éloignement physique;

- La plupart des participants des groupes de la RGT et de petites municipalités du Québec, les seuls auxquels cette question a été posée, avaient entendu parler de la mesure d'auto-isolement obligatoire pour les personnes qui rentrent au Canada.

Réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19 (tous les lieux)

Beaucoup de participants connaissaient au moins quelques-unes de mesures prises par le gouvernement du Canada en réaction à la COVID-19, mais l'étendue et la profondeur de la connaissance qu'ils avaient des initiatives et des annonces fédérales différaient selon le lieu des discussions et la date de leur tenue. Comme il arrive souvent, bon nombre de participants peinaient à associer des activités ou des mesures précises à un ordre de gouvernement en particulier. Néanmoins, dans beaucoup de groupes, les participants retenaient que tous les ordres gouvernementaux, y compris le gouvernement du Canada, jouaient un rôle actif et engagé pour aider les particuliers du pays.

En général, les participants étaient au courant des initiatives annoncées peu de temps avant la tenue de leur groupe de discussion, même s'ils n'avaient qu'une compréhension incomplète des détails. Dans l'ensemble, ils jugeaient que les initiatives annoncées étaient somme toute positives et que le gouvernement du Canada avait bien réagi.

Cela dit, les participants étaient plus au fait des mesures de soutien offertes aux particuliers, notamment la Prestation d'urgence du Canada (PCU), que des initiatives destinées aux employeurs, comme la Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC). Quelques-uns avaient eu vent des annonces relatives à l'augmentation de l'Allocation canadienne pour enfants, le report des paiements hypothécaires ou de l'impôt foncier, la prolongation des dates limites de production des déclarations de revenus et d'autres mesures instaurées pour soutenir des groupes particuliers. De rares participants ont cependant mentionné avoir entendu vaguement parler de pénuries d'équipement médical, notamment d'équipement de protection individuelle (EPI) pour les travailleurs de la santé, et des tentatives répétées du gouvernement canadien pour négocier avec le gouvernement des États-Unis, qui faisait preuve d'intransigeance selon eux. La plupart estimaient que le gouvernement avait adopté la bonne approche, en faisant appel à la notion d'intérêt commun et en rappelant au gouvernement américain à quel point le commerce et les services médicaux entre les deux pays sont intégrés.

De manière générale, les participants trouvaient que le Canada gérait assez bien l'épidémie de COVID-19, surtout par rapport à des pays comme les États-Unis et aux pays plus durement touchés par l'éclosion tels que l'Italie, l'Espagne, la France et le Brésil. Par contre, ils considéraient qu'elle était mieux gérée en Allemagne, en Nouvelle-Zélande, en Corée du Sud, en Suède, en Inde et en Islande. D'après eux, ces pays avaient moins tardé que le Canada à réagir, en imposant pour la plupart un confinement à l'échelle du pays, en interdisant les déplacements interfrontaliers et en implantant des stratégies plus complètes « de dépistage et de recherche de contacts ».

Équipement médical (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec; population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural et population générale d'Edmonton et de Montréal)

D'après la plupart des participants, le Canada aurait pu être mieux préparé en ce qui concerne la constitution de stocks d'équipement de protection individuelle (EPI) pour les travailleurs de la santé ou la mise en place d'une capacité suffisante de dépistage de la COVID-19. Beaucoup de participants étaient particulièrement préoccupés par le fait que la majeure partie de l'équipement médical était importée. Cela avivait leurs inquiétudes par rapport aux pénuries et à la capacité du Canada à y remédier, qui plus est à se préparer aux prochaines vagues. Des participants de certains lieux (c.-à-d. du Sud-Ouest de l'Ontario) étaient au courant d'efforts d'adaptation mis de l'avant par quelques entreprises canadiennes pour être en mesure de fournir de l'équipement médical fabriqué au Canada.

Invités à se prononcer sur les secteurs les plus prioritaires ou les éléments nécessaires pour mettre la main sur l'équipement médical supplémentaire requis pour lutter contre la COVID-19, les participants ont formulé de rares suggestions. Cependant, tous s'entendaient pour dire que la priorité devait être accordée à la fourniture d'un EPI complet aux travailleurs de la santé et, éventuellement, à tous les Canadiens.

Le port d'un masque par le public a également été abordé. Comme il est souligné à d'autres endroits dans ce rapport, une certaine confusion semblait régner à propos de cette question. Les participants ne savaient pas exactement quelle était la position relative aux masques ni à quel point ils sont efficaces. Dans l'ensemble, quelques participants ont admis porter un masque en public et les avis étaient partagés quant à l'idée de rendre le port du masque obligatoire sur les vols au Canada ou dans les lieux achalandés, comme les épiceries ou les transports en commun. Certains craignaient que les personnes qui portent un masque éprouvent un faux sentiment de sécurité et que cela entraîne un relâchement quant au respect des autres mesures de prévention.

Les participants des groupes de discussion tenus en Colombie-Britannique, en Alberta et au Québec évaluaient plus positivement l'état de préparation à une pandémie de leurs hôpitaux et systèmes de santé, surtout en ce qui a trait à la disponibilité de l'équipement médical. Les participants des autres groupes qui se disaient plus pessimistes avaient souvent été touchés directement par les pénuries ou le rationnement dans le secteur de la santé.

Répercussions sur le plan personnel (tous les lieux)

La pandémie affecte différemment les participants. La mesure dans laquelle ces derniers sont touchés dépend en grande partie de leur situation, y compris leurs conditions de logement, leur âge, leurs réseaux sociaux et familiaux et le type de collectivité dans laquelle ils habitent.

Parmi les groupes tenus en avril, de rares participants avaient ressenti des symptômes ou connaissaient quelqu'un chez qui ils s'étaient manifestés. Qu'importe, beaucoup de participants disaient savoir assez bien quoi faire s'ils en venaient à présenter des symptômes de la COVID-19. La

plupart se mettraient en quarantaine volontaire et consulteraient un médecin seulement si leurs symptômes s'aggravaient. De nombreux participants ont appelé les lignes téléphoniques d'information sanitaire, communiqué avec leur médecin ou consulté des ressources en ligne (c.-à-d., des outils d'auto-évaluation). Cela dit, on comptait dans plusieurs groupes quelques participants qui n'étaient pas certains de la marche à suivre en cas d'apparition de symptômes de la COVID-19. Ce n'était pas clair pour eux, car ils avaient l'impression que l'information sur les mesures à prendre avait probablement changé et qu'ils ne connaissaient pas les derniers renseignements.

Pratiquement tous les participants avaient modifié leurs habitudes et comportements à des degrés plus ou moins importants. La plupart des participants pratiquaient l'éloignement physique et l'auto-isolement, désinfectaient les surfaces, nettoyaient les articles (c.-à-d. les fruits et les légumes), se lavaient les mains et faisaient du télétravail (s'ils avaient conservé leur emploi). Ils ne s'aventuraient à l'extérieur que pour faire des commissions, le plus souvent une ou deux fois par semaine. Spontanément, peu d'entre eux ont mentionné porter un masque à l'épicerie ou dans les endroits où ils risquaient de se trouver en contacts étroits avec d'autres personnes. Il en était autrement de l'éloignement physique, qui était respecté à la lettre par la plupart des participants.

Les parents faisaient partie des participants qui en avaient le plus long à dire sur la perturbation de leurs activités quotidiennes et nombre d'entre eux ont exprimé clairement leurs préoccupations concernant le fardeau de l'enseignement à domicile, surtout auprès de jeunes enfants, qui nécessitaient une supervision considérable.

Pour les participants, il était évident que les plus petites collectivités, qui sont moins densément peuplées et ont accès à plus d'espaces extérieurs, parviendraient plus facilement à maintenir une distance physique, tout en continuant de pratiquer certaines de leurs activités courantes. Toutefois, d'autres ont ajouté que les collectivités rurales et de petite taille risquaient plus d'être touchées par des perturbations de la chaîne d'approvisionnement et d'être aux prises avec une pénurie d'aliments ou d'avoir un accès plus limité à d'autres ressources qu'on trouve facilement dans les grands centres.

Isolement et éloignement physique (tous les lieux)

En avril, beaucoup de participants respectaient rigoureusement les mesures d'éloignement physique et s'efforçaient de rester à la maison autant que possible. S'ils sortaient, c'était surtout pour des déplacements essentiels, notamment pour se rendre à l'épicerie, aller chercher des médicaments ou se présenter à un rendez-vous médical. De plus, ils étaient nombreux à aller dehors pour faire de l'exercice ou divertir leurs enfants. Seuls les travailleurs essentiels qui se rendaient tous les jours au travail faisaient figure d'exceptions.

Invités à dire pendant combien de temps la population canadienne devrait continuer de pratiquer l'éloignement physique, les participants des groupes avaient des attentes variées. Même si quelques participants prévoient une levée des mesures à court terme (en mai), beaucoup pensaient que la population canadienne aurait à continuer d'appliquer les mesures actuelles pendant encore deux ou trois mois (de juin à août). D'autres trouvaient qu'une période plus longue, comme un an, serait plus

appropriée et acceptable, car, selon eux, les directives ne seraient pas levées tant qu'un vaccin n'a pas été développé.

En raison de la normalisation des comportements d'isolement et d'éloignement physique au cours des derniers mois, la plupart des participants ont affirmé être prêts à continuer d'adhérer à ces mesures pendant quelques mois encore et s'être fait à l'idée que c'était la nouvelle réalité. Par contre, cela poserait des défis pour plusieurs, notamment sur les plans financier et émotionnel. Particulièrement pour les participants mis à pied à cause de la pandémie qui, confrontés à une baisse de revenus, ont dit qu'ils auraient de la difficulté à payer leurs factures, malgré la PCU qu'ils reçoivent. D'autres ont abordé les conséquences sur la santé mentale. Les parents de jeunes enfants en particulier, qui trouvaient de plus en plus difficile de s'en occuper à temps plein à la maison, notamment de trouver des activités pour les divertir et de les aider à faire leurs devoirs. La difficulté à faire la transition à un enseignement en ligne pour les étudiants de niveau postsecondaire et le peu de possibilités d'emploi figuraient au centre des préoccupations des jeunes.

Par ailleurs, les participants ont indiqué que beaucoup des défis susmentionnés étaient une source de « désagréments » dans leur vie quotidienne. Outre les facteurs soulignés précédemment, le principal inconvénient relevé dans tous les groupes était l'impossibilité de rendre visite à sa famille, à des proches (comme un petit ami ou une petite amie), à ses enfants (dans le cas de parents séparés), à des amis et à d'autres personnes chères. Il était clair que les participants trouvaient difficile d'entretenir ces relations personnelles, même s'ils multipliaient les efforts pour rester en contact à l'aide d'outils en ligne. Parmi d'autres inconvénients mentionnés moins fréquemment, notons l'adaptation à une nouvelle routine et l'impossibilité de se rendre dans certains endroits, par exemple au salon de coiffure ou au restaurant ou encore chez un chiropraticien ou un physiothérapeute pour faire soigner une blessure.

Les impressions relatives aux conseils et aux renseignements émanant du gouvernement du Canada concernant les mesures d'éloignement physique ont changé au cours du mois. Au début d'avril, les avis des participants étaient partagés et ceux qui avaient des opinions négatives trouvaient que les directives étaient « trop générales » et « pas assez strictes ». Par contre, vers la fin du mois, une forte majorité de participants formulaient des commentaires positifs et trouvaient que le gouvernement fédéral fournissait tous les renseignements et conseils dont ils avaient besoin au sujet de l'éloignement physique. La plupart préféraient obtenir de l'information des médias habituels, comme la télévision et la radio et quelques participants de l'Ontario ont mentionné qu'ils aimaient que les messages provinciaux soient diffusés au moyen du système d'alerte d'urgence. Les médias sociaux ont été cités le plus souvent comme meilleur moyen de joindre les jeunes et les jeunes adultes.

Enfin, en lien avec les directives de confinement, on a demandé aux participants s'ils avaient entendu parler de l'utilisation par le gouvernement fédéral des données anonymes de localisation des téléphones cellulaires pour surveiller les gens et contrôler l'éloignement physique, puis de dire ce qu'ils en pensaient. Une plus grande proportion de participants était au courant de cette initiative au milieu du mois, quand le sujet occupait une place importante dans les médias, que vers la fin avril, alors que seuls quelques participants dans chaque groupe en avaient eu vent. Les participants étaient divisés en deux camps au sujet de l'utilisation de cette initiative. Près de la moitié étaient favorables à l'idée, car

les données étaient déjà recueillies de toute façon et que cela permettrait de les utiliser pour le bien du pays. L'autre camp, qui était réfractaire à l'initiative, craignait qu'on crée ainsi un précédent, et que l'utilisation de l'initiative se poursuive une fois la pandémie freinée, ce qui soulevait des questions au sujet du respect de la vie privée et des droits et libertés de chacun. Quelques participants estimaient simplement que cette mesure n'était pas nécessaire pour le moment.

Réouverture (Edmonton, Montréal, Québec rural, Canada atlantique rural)

Très peu de gens croyaient que la COVID-19 était maîtrisée au Canada ou ailleurs dans le monde. Par conséquent, la perspective d'une réouverture imminente de l'économie et d'un relâchement des mesures d'éloignement physique suscitait de vives inquiétudes. Les participants des régions rurales du Québec étaient les mieux disposés à une reprise des activités, tandis que de nombreux autres estimaient qu'il faudrait des semaines, voire des mois, avant que cela ne soit sécuritaire. Dans les groupes d'Edmonton et du Canada atlantique rural, en particulier, les gens avaient des réserves même dans l'éventualité où les experts se feraient rassurants. Beaucoup étaient d'accord à l'idée de maintenir des mesures strictes d'éloignement physique jusqu'à la disparition des cas au Canada ou la mise au point d'un vaccin si cela permettait d'enrayer durablement le virus. Cela dit, nombre d'entre eux appréhendaient un arrêt prolongé des activités et ses répercussions sur l'économie et la vie des gens.

Au-delà des différences d'opinion quant au bien-fondé de la réouverture ou à ses délais, les participants de tous les groupes préconisaient une approche prudente, graduelle, qui conserverait certaines consignes d'éloignement physique ou comporterait de nouvelles précautions, comme le port obligatoire du masque dans les magasins et les entreprises, afin de réduire les risques.

De l'avis de la majorité, les provinces étaient les mieux placées pour déterminer le moment et les modalités de la reprise dans leur région, mais un plan national et des directives fédérales devraient également être mis en place. Les priorités des participants pour la réouverture comprenaient l'accès aux soins de santé non urgents, l'assouplissement des règles d'éloignement physique pour les membres de la famille élargie et la réouverture des aires extérieures comme les parcs et les sentiers, pour faciliter l'activité physique et les moments en plein air au retour des beaux jours.

Évaluation de messages sur la réouverture (Québec rural, Canada atlantique rural)

Les réactions aux messages du gouvernement fédéral sur la reprise des activités sociales et économiques ont quelque peu divergé entre ces deux groupes, en partie en raison de leur différence d'attitude face au relâchement des restrictions liées à la pandémie.

Dans le groupe du Québec rural, les participants étaient favorables à une réouverture prochaine. Ils avaient tendance à bien accueillir les messages axés sur un déconfinement lent et prudent, sur la levée des restrictions d'accès aux soins pour les personnes ayant des problèmes de santé non liés à la COVID-19 et sur le maintien des précautions en place afin de protéger les populations vulnérables.

Dans le groupe du Canada atlantique rural, où l'idée d'un assouplissement des restrictions dans un avenir proche inquiétait davantage, les participants s'entendaient sur le fait que l'information la plus

importante avait trait au maintien des mesures de précaution, à la nécessité de continuer à respecter les restrictions, aux mises en garde contre la transmission asymptomatique, et aux consignes claires enjoignant les personnes qui présentent des symptômes à prendre contact avec un bureau de santé publique ou à passer un test de dépistage. Les participants de ce groupe ont également aimé le message de reconnaissance de la part du gouvernement qui saluait les efforts déployés par les Canadiens pour freiner la propagation.

Impacts économiques (tous les lieux)

Nouvelles économiques liées à la COVID-19

Les participants étaient fort bien renseignés sur les répercussions économiques de la COVID-19. En règle générale, ils suivaient de près les nouvelles concernant les pertes d'emplois, les difficultés des entreprises et de l'industrie ainsi que les initiatives économiques et financières mises en œuvre par le gouvernement canadien.

Préoccupations économiques

La plupart des gens redoutaient les impacts de la COVID-19 sur l'économie étant donné leur ampleur actuelle et la probabilité qu'ils perdurent. Beaucoup s'inquiétaient pour la survie des entreprises, surtout les petits commerces et les restaurants de quartier, ainsi que pour la santé de secteurs clés comme le voyage et le tourisme et son impact sur les emplois. Ils craignaient également une hausse des prix à la consommation, le risque de perturbation des chaînes d'approvisionnement et la perte de valeur de leur portefeuille personnel. Bien que moins courant, un autre motif de préoccupation spontanément cité avait trait aux effets des perturbations économiques et des dépenses gouvernementales sur le déficit. Lorsqu'on leur a posé la question directement, toutefois, les participants ont généralement indiqué que l'aide gouvernementale primait pour le moment.

Répercussions sur les finances personnelles

Les participants faisaient face à des situations variées en termes d'emploi et de sécurité financière, mais la plupart ont dit avoir été touchés financièrement, d'une façon ou d'une autre, par l'arrêt de l'économie. Ceux dont les revenus n'avaient pas changé trouvaient l'impact plutôt positif, car ils avaient moins dépensé.

Toutefois, un grand nombre de participants avaient vu le revenu de leur ménage diminuer (et touchaient soit l'assurance-emploi, soit la Prestation canadienne d'urgence). Peu se sentaient prêts à composer avec un arrêt ou un recul prolongé de l'économie. Certains puisaient dans leur maigre épargne ou parvenaient tout juste à joindre les deux bouts, tandis que d'autres, en particulier les ménages ayant un seul revenu, s'endettaient ou avaient des difficultés à payer leur loyer et à subvenir à leurs besoins de base. Même chez les participants qui jouissaient d'une plus grande sécurité financière, beaucoup étaient anxieux face à l'avenir, celui de l'économie et le leur.

Réponse du gouvernement du Canada

Connaissance

Les mesures d'urgence adoptées par le gouvernement du Canada pour venir en aide à l'économie, aux entreprises et aux ménages étaient généralement connues. Les participants savaient que le gouvernement fédéral coordonnait un effort totalisant des milliards de dollars et qu'il annonçait régulièrement de nouveaux programmes. Parmi les initiatives particulières, ils avaient entendu parler du montant mensuel de 2 000 \$ offert dans le cadre de la Prestation canadienne d'urgence (PCU) et de la subvention salariale pour les petites entreprises. Beaucoup étaient aussi au courant du versement supplémentaire de l'allocation pour enfants et d'initiatives telles que le report des versements de taxes et des paiements hypothécaires. Au chapitre des manques d'information, plusieurs participants ont dit ne pas être sûrs de leur admissibilité à certains programmes, notamment la PCU et l'allocation pour enfants, alors que les jeunes de Montréal n'avaient pas entendu parler du programme Emplois d'été Canada. Près de la moitié des participants d'Edmonton étaient au courant de l'annonce de financement récente visant les puits orphelins.

Perceptions

Dans l'ensemble, les participants voyaient d'un bon œil l'intervention économique du gouvernement du Canada jusqu'à présent et trouvaient qu'il s'acquittait bien de la tâche d'apporter une aide rapide aux personnes qui en avaient besoin, surtout au moyen de la PCU. En contrepoint à cette opinion plutôt favorable, les participants des groupes de l'Ouest (population générale) se sont montrés plus critiques, signalant certaines lacunes dans le soutien offert. À Edmonton, en particulier, les gens estimaient que le gouvernement devrait concevoir un plan d'action plus vaste pour l'Alberta, vu les difficultés auxquelles la province est déjà confrontée dans le secteur pétrolier et gazier. Peu croyaient que l'initiative des puits orphelins changerait grand-chose.

Au sujet des autres mesures économiques et financières attendues du gouvernement fédéral, les participants ont fait diverses suggestions, mais sans parvenir à un consensus sur le moyen de combler des lacunes particulières. Figuraient parmi les recommandations la mise en place d'une planification et de programmes à plus long terme, la correction des lacunes dans les programmes actuels, et l'apport d'éclaircissements sur l'admissibilité à la PCU, en particulier, afin d'éviter toute confusion ou mauvaise surprise au moment des impôts. Il a également été question de l'importance de mieux soutenir les étudiants, y compris les récents diplômés en quête de travail, de reporter la tarification du carbone et d'accentuer l'aide dans les secteurs clés du voyage, du tourisme et de la restauration.

Évaluation de publicités sur la COVID-19 (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Ce volet de l'étude comportait l'évaluation de cinq concepts publicitaires présentés sous la forme de scripts et de vidéos, en anglais et en français. La plupart étaient destinés à la télévision et deux à la

radio. Quatre des concepts visaient à communiquer au public l'importance des directives de confinement, en faisant passer le message au moyen d'approches et de porte-parole distincts. L'une des annonces portait sur l'aide financière fédérale mise à la disposition des entreprises et des particuliers.

Constatations générales

Les participants ont généralement bien accueilli ces publicités. Ils trouvaient qu'elles étaient pertinentes, venant du gouvernement fédéral, et qu'elles communiquaient au public des renseignements importants. Ils ont également manifesté leur compréhension immédiate des principaux messages véhiculés et indiqué que les annonces étaient claires et faciles à suivre.

La plupart des participants étaient déjà familiers des publicités du gouvernement fédéral sur la COVID-19 et les mesures visant à réduire la propagation du virus. La notoriété des publicités fédérales était la plus faible dans les groupes du Québec et parmi les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique. Même là, cependant, les participants étaient habitués aux directives de santé publique émanant de tous les ordres de gouvernement.

Sur le plan de la compréhension des messages, cette familiarité constituait un atout au moment d'examiner les publicités. Non seulement les participants connaissaient-ils les directives de confinement visant à prévenir la transmission du virus, mais ils les approuvaient et avaient modifié leur quotidien pour s'y conformer. En termes d'impact, cependant, cette familiarité était vue comme un obstacle à l'efficacité publicitaire. Les participants avaient souvent l'impression d'avoir déjà vu et entendu ces messages, de sorte que l'attention qu'ils accorderaient à des annonces sur les mesures de confinement ou leur motivation à agir serait quelque peu émoussée. Plusieurs croyaient que ces messages ne s'adressaient pas à eux, et de rares personnes pensaient consulter le site Web du gouvernement du Canada sur la COVID-19 pour obtenir plus d'informations.

De l'avis général, cela dit, l'approche créative des annonces parvenait à présenter sous un jour nouveau des messages connus. Le recours à des célébrités, à des experts médicaux, à des astronautes ou à des gens ordinaires à titre de porte-parole paraissait une technique efficace pour rehausser l'impact publicitaire. De même, le choix d'enregistrer les messages à domicile dans la plupart des annonces a été vu comme un élément inhabituel et donc distinctif. De nombreux participants ont dit avoir été interpellés par les messages secondaires, greffés à l'objectif perçu des annonces, sur les valeurs communes, la résilience des Canadiens et les sacrifices collectifs pour le bien des êtres chers et de la société. Les formulations décrivant explicitement la COVID-19 comme un problème grave, mettant des vies en danger, ont également capté l'attention des participants (qui généralement les croyaient exactes et opportunes), tout comme l'information sur la transmission asymptomatique.

Comme on le verra dans ce qui suit, certaines publicités ont connu un succès variable en fonction du groupe.

Concept A : Célébrités

Script pour la télévision

La plupart des participants ont aimé cette annonce pour sa simplicité, la clarté de son message et son choix de personnalités canadiennes comme porte-parole. Cette stratégie permettait à l'annonce de se démarquer, selon eux, et de joindre un large éventail de la population. Ils y voyaient également un message appelant les Canadiens de tous les horizons à unir leurs efforts pour enrayer la propagation du virus. Le recours aux célébrités n'a cependant pas convaincu tout le monde. Certains trouvaient que cela manquait de sérieux. D'autres au contraire — surtout dans les groupes du Québec, où le taux de rappel des publicités fédérales était faible — appréciaient cette approche inusitée pour une annonce gouvernementale. Plusieurs participants ont suggéré à titre d'amélioration d'inclure au moins une vedette connue des jeunes.

Concept B : Experts médicaux

Script et vidéo pour la télévision

Ce concept publicitaire a paru à beaucoup de gens plus crédible et plus sérieux que le précédent, et donc plus efficace. Les participants trouvaient aussi l'annonce plus instructive de par l'attention qu'elle porte à la transmission asymptomatique et à la gravité de la COVID-19, présentée comme une affaire de vie ou de mort. Les participants du Québec, toutefois, qui devaient comparer cette publicité à celle mettant en scène des personnalités canadiennes, l'ont trouvée typique des messages gouvernementaux sur la COVID-19 par son recours à des experts pour conseiller le public, et moins frappante pour cette raison. Dans les groupes où l'annonce a été comparée au concept C, décrit ci-dessous, la plupart des participants ont affirmé qu'elle saurait mieux convaincre les gens de rester chez eux. Ils ont cité à l'appui la diversité de ses porte-parole, susceptibles de plaire à un grand nombre de personnes, et leur expertise médicale.

Concept C : Astronaute

Script pour la télévision et la radio

Cette narration à la première personne par un astronaute qui fait un parallèle entre l'isolement social vécu durant la pandémie et son expérience dans l'espace a généralement plu aux participants. Ils trouvaient le message humain et authentique, et ceux qui connaissaient Chris Hadfield ou David Saint-Jacques ont dit ressentir un lien personnel plus fort avec eux. La teneur du message, l'accent qu'il met sur les personnes chères et sur l'endurance, tout comme le choix de le présenter à partir du domicile, contribuaient au caractère intime et réconfortant de la publicité et ont trouvé des échos chez les participants. Les jeunes de Montréal ont particulièrement aimé ce concept et ont eu tendance à dire qu'il leur parlait davantage que l'annonce mettant en scène les experts médicaux.

Concept D : Aide financière

Vidéo pour la télévision

La plupart ont aimé cette publicité et son message sur l'aide financière fédérale mise à la disposition des particuliers et des entreprises. Bien que déjà au courant de ces mesures, les participants trouvaient que la publicité transmettait des renseignements importants au public ainsi qu'un message encourageant sur l'intervention du gouvernement pour aider le pays à traverser la crise économique actuelle. Ils étaient généralement sensibles au charme des dessins animés et de la saynète communautaire, qui fait entrer chez les gens et montre la reprise des activités sur une rue commerçante. Dans le groupe de Montréal — l'un des deux groupes ayant examiné la version la plus achevée de la publicité — les participants ont tout spécialement aimé la diversité des personnes représentées et le nom familier de l'une des enseignes commerciales (Tremblay). À Edmonton, en revanche — l'autre groupe ayant vu la même version — les gens y étaient moins réceptifs et ne partageaient pas son optimisme. Ils avaient le sentiment que le gouvernement fédéral n'en faisait pas assez pour atténuer les effets des fermetures liées à la pandémie. Les participants de ce groupe étaient également moins séduits par l'animation et la représentation de la communauté, qu'ils trouvaient impersonnelle ou générique. Le fait que la version anglaise de la publicité ne nomme pas les commerces représentés a pu contribuer à ce point de vue.

Concept E : Expérience de la COVID-19

Script pour la radio

Cette publicité, qui raconte une expérience vécue et les conséquences de la maladie, a eu un fort impact émotionnel. Lors de l'évaluation d'annonces précédentes, plusieurs participants avaient spontanément noté qu'une personne ordinaire atteinte de la COVID-19 ferait une bonne porte-parole pour les messages de confinement, car le public s'y identifierait plus facilement qu'à des célébrités ou des médecins. À cet égard, l'annonce a été une réussite. Dans la généralité des cas, les gens l'ont trouvée authentique et efficace. Ils ont très souvent supposé qu'elle avait pour public cible les jeunes et qu'elle leur adressait un message nécessaire sur leur vulnérabilité personnelle, afin qu'ils prennent plus au sérieux le virus ou les directives en matière de distanciation sociale.

Parlement virtuel (Québec rural, Canada atlantique rural)

Après avoir informé les participants que les restrictions liées à la pandémie empêchaient le Parlement du Canada de se réunir régulièrement, on leur a demandé quelle solution de rechange leur paraissait préférable dans les circonstances : des sessions auxquelles une fraction seulement des députés participeraient en personne ou des sessions tenues virtuellement par webcam.

Les avis étaient partagés. Certains participants du Québec rural et la majorité du groupe de l'Atlantique rural penchaient pour les sessions virtuelles, pourvu qu'elles puissent avoir lieu de façon sécuritaire. Toutefois, un nombre assez élevé de participants du Québec rural avaient des préoccupations relatives à la cybersécurité et à un possible piratage des sessions virtuelles et des plateformes vidéo les accueillant. Certains présumaient que des informations confidentielles ou secrètes seraient abordées lors de ces réunions. Certains pensaient également qu'en règle générale, les rencontres en personne étaient un moyen plus efficace de débattre des enjeux qui intéressent le Parlement et de régler les divergences d'opinion.

Autres sujets d'actualité concernant le gouvernement fédéral (Québec rural, Canada atlantique rural)

Invités à dire s'ils avaient récemment entendu parler de dossiers gouvernementaux non liés à la pandémie, une poignée de participants des deux groupes ont fait allusion aux oléoducs en général, ou aux manifestations et aux barrages des Wet'suwet'en en particulier. D'autres ont indiqué ne pas avoir entendu parler d'autres enjeux.

De l'avis de la plupart des gens, la priorité que le gouvernement donnait à la COVID-19 était pour l'instant pleinement justifiée vu l'impact de la pandémie au Canada et son envergure mondiale. Les participants du Québec rural s'entendaient sur le fait que cette attention soutenue rassemblait le pays et avait des effets salutaires sur la teneur des affaires publiques. Certains participants du Canada atlantique rural ont toutefois dit souhaiter qu'on élargisse la portée des discussions sur la COVID-19 et ses répercussions pour aborder un ensemble plus vaste de questions touchant par exemple au système de justice pénale, à la santé mentale et à la violence conjugale. Le seul participant, dans le groupe du Québec rural, qui trouvait excessive l'attention accordée à la COVID-19 à l'heure actuelle en imputait la faute aux médias plutôt qu'au gouvernement.

COMPLÉMENT D'INFORMATION

The Strategic Counsel

Numéro de contrat : 35035-182346/001/CY

Date de l'octroi du contrat : 27 juin 2019

Valeur du contrat : 808 684,50 \$
