



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

# Bureau du Conseil privé

Programme de recherche appliquée sur l'action pour le climat au Canada (PRAAC Canada) : Étude longitudinale sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard des changements climatiques au fil du temps

Rapport final

**Préparé pour le Bureau du Conseil privé**

**Nom du fournisseur:** Forum Research Inc.

**Numéro du contrat:** CW2319917

**Valeur du contrat:** \$179,699.38

**Date d'attribution du contrat:** June 26, 2023

**Date de livraison:** April 15, 2024

**Numéro d'enregistrement:** POR #020-23

*This report is also available in English.*



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

# Programme de recherche appliquée sur l'action pour le climat au Canada (PRAAC Canada) : Étude longitudinale sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard des changements climatiques au fil du temps

## Rapport final

### **Préparé pour le Bureau du Conseil privé**

**Nom du fournisseur:** Forum Research Inc.

**Numéro d'enregistrement:** POR #020-23

La reproduction de cette publication est autorisée à des fins personnelles ou publiques non commerciales. Pour toute autre utilisation, il faut obtenir au préalable l'autorisation écrite de Services publics et Approvisionnement Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Services publics et Approvisionnement Canada à l'adresse suivante :

**Numéro de catalogue:** CP22-216/2024F-PDF

**ISBN:** 978-0-660-70917-8

### **Publications connexes:**

**Numéro de catalogue:** CP22-216/2024E-PDF

**ISBN:** 978-0-660-70916-1



## Table des matières

1. SOMMAIRE EXÉCUTIF .....	6
1.1. Introduction .....	6
1.2. Objectif de la recherche.....	6
1.3. Approche globale .....	6
1.4. Conception du questionnaire.....	7
1.5. Conception de l'échantillon .....	7
1.6. Pondération.....	7
1.7. Généralisation des données.....	7
1.8. Résultats de la recherche.....	8
1.9. Valeur totale du contrat.....	8
1.10. Déclaration de neutralité politique .....	8
2. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 1 .....	9
2.1. Introduction .....	9
2.2. Objectif de la recherche.....	9
2.3. Approche globale .....	9
2.4. Conception du questionnaire.....	10
2.5. Conception de l'échantillon .....	10
2.6. Description de l'échantillon .....	10
2.7. Pondération.....	11
2.8. Taux de réponse.....	11
2.9. Généralisation des données.....	11
2.10. Résultats de la recherche.....	12
2.11. Valeur totale du contrat.....	12
2.12. Déclaration de neutralité politique .....	12
3. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 2 .....	13
3.1. Introduction .....	13
3.2. Objectif de la recherche.....	13
3.3. Approche globale .....	13
3.4. Conception du questionnaire.....	14
3.5. Conception de l'échantillon .....	14
3.6. Description de l'échantillon .....	15
3.7. Pondération.....	16



3.8.	Taux de réponse.....	16
3.9.	Généralisation des données.....	16
3.10.	Résultats de la recherche.....	16
3.11.	Valeur totale du contrat.....	17
3.12.	Déclaration de neutralité politique .....	17
4.	Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 3 .....	18
4.1.	Introduction .....	18
4.2.	Objectif de la recherche.....	18
4.3.	Approche globale .....	18
4.4.	Conception du questionnaire.....	19
4.5.	Conception de l'échantillon .....	19
4.6.	Description de l'échantillon .....	20
4.7.	Pondération.....	21
4.8.	Taux de réponse.....	21
4.9.	Généralisation des données.....	21
4.10.	Résultats de la recherche.....	21
4.11.	Valeur totale du contrat.....	22
4.12.	Déclaration de neutralité politique .....	22
5.	Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 4 .....	23
5.1.	Introduction .....	23
5.2.	Objectif de la recherche.....	23
5.3.	Approche globale .....	23
5.4.	Conception du questionnaire.....	24
5.5.	Conception de l'échantillon .....	24
5.6.	Description de l'échantillon .....	25
5.7.	Pondération.....	26
5.8.	Taux de réponse.....	26
5.9.	Généralisation des données.....	26
5.10.	Résultats de la recherche.....	26
5.11.	Valeur totale du contrat.....	27
5.12.	Déclaration de neutralité politique .....	27
6.	Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 1 .....	28
6.1.	Introduction .....	28



6.2.	Objectif de la recherche.....	28
6.3.	Approche globale .....	28
6.4.	Conception du questionnaire.....	29
6.5.	Conception de l'échantillon .....	29
6.6.	Description de l'échantillon .....	30
6.7.	Pondération.....	31
6.8.	Taux de réponse.....	31
6.9.	Généralisation des données.....	31
6.10.	Résultats de la recherche.....	31
6.11.	Valeur totale du contrat.....	32
6.12.	Déclaration de neutralité politique .....	32
7.	Rapport méthodologique de l'étude des sujets émergents Vague 2 .....	33
7.1.	Introduction .....	33
7.2.	Objectif de la recherche.....	33
7.3.	Approche globale .....	33
7.4.	Conception du questionnaire.....	34
7.5.	Conception de l'échantillon .....	34
7.6.	Description de l'échantillon .....	35
7.7.	Pondération.....	36
7.8.	Taux de réponse.....	36
7.9.	Généralisation des données.....	36
7.10.	Résultats de la recherche.....	36
7.11.	Valeur totale du contrat.....	37
7.12.	Déclaration de neutralité politique .....	37
	Appendix: Informations sur le panel.....	38
	Panel Sago .....	38
	Léger Opinion (LEO).....	39
	Panel du groupe Logit (Loop Surveys) .....	41



# 1. SOMMAIRE EXÉCUTIF

## 1.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Ce rapport aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 31 juillet 2023 et le 1er avril 2024. Il s'agit du rapport final.

## 1.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

## 1.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Au cours de six vagues de collecte de données, comprenant quatre séries d'enquête de suivi et deux séries d'enquête des sujets émergents, Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



## 1.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire des questionnaires. Les questionnaires ont été modifiés pour chaque vague de l'étude (à la demande du Bureau du Conseil privé) afin de refléter la nature dynamique des sujets importants qui touchent les Canadiens. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. Pour chaque vague de l'étude, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données, à la demande du Bureau du Conseil privé. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'enquête, de sa logique et de la conception du questionnaire.

## 1.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie par panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=13 700 répondants uniques au cours des six vagues de collecte de données, en s'assurant qu'aucun répondant ne soit interrogé en double.

L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. Pour chaque vague de l'étude, l'échantillon comprend des répondants de la population générale (n=2 000 par vague). De plus, certaines vagues ont inclus un suréchantillon de populations sous-représentées; des détails sont fournis dans les sections suivantes pour chaque vague de l'étude.

## 1.6. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée selon :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées au cours de cette vague. Les fichiers de données étant cumulatifs, les données précédemment pondérées ne l'ont pas été à nouveau.

## 1.7. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire.



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Ainsi, une marge d'erreur est calculée pour chaque vague de collecte de données

## 1.8. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens

## 1.9. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

## 1.10. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.





## 2. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 1

### 2.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de la vague 1 de l'enquête de suivi aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 31 juillet 2023 et le 21 août 2023. Il s'agit du rapport final.

### 2.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 2.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAQ, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



## 2.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

## 2.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 105 questionnaires complétés provenant du panel Sago.

## 2.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	230	11.4%
Colombie-Britannique	270	13.4%
Manitoba	73	3.6%
Nouveau-Brunswick	42	2.1%
Terre-Neuve et Labrador	28	1.4%
Territoires du Nord-Ouest	2	0.1%
Nouvelle-Écosse	52	2.6%
Nunavut	0	0%
Ontario	771	38.3%
Île-du-Prince-Édouard	8	0.4%
Québec	477	23.7%
Saskatchewan	61	3.0%
Yukon	1	<0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2015</b>	<b>100%</b>



Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	66	3.3%
25-34	152	7.5%
35-44	229	11.4%
45-54	252	12.5%
55-64	403	20.0%
65-74	627	31.1%
75+	286	14.2%
<b>TOTAL</b>	<b>2015</b>	<b>100%</b>

Répartition par Genre		
Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	1017	50.5%
Femme	993	49.3%
Personne non binaire	3	0.1%
Autre identité de genre	2	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2015</b>	<b>100%</b>

## 2.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

## 2.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse pour la vague 1 de l'enquête de suivi était de 3,57 %.

## 2.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de n=2015 Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 2,18\%$ , 19 fois sur 20.



Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitaient participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitaient pas fournir de réponse.

## 2.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

## 2.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

## 2.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.



## 3. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 2

### 3.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de la vague 2 de l'enquête de suivi aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 5 au 23 octobre 2023. Il s'agit du rapport final.

### 3.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 3.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAQ, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



### 3.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

### 3.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague de l'étude incluait un suréchantillon de répondants vivant en milieu rural.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 236 questionnaires complétés. Parmi ceux-ci, n=2 019 questionnaires complétés faisaient partie de la population générale du panel de Sago et n=217 faisaient partie du suréchantillon de la population rurale du panel de Léger Opinion (LEO).



### 3.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	252	11.3%
Colombie-Britannique	295	13.2%
Manitoba	82	3.7%
Nouveau-Brunswick	46	2.1%
Terre-Neuve et Labrador	33	1.5%
Territoires du Nord-Ouest	1	<0.1%
Nouvelle-Écosse	59	2.6%
Nunavut	0	0%
Ontario	878	39.3%
Île-du-Prince-Édouard	10	0.4%
Québec	514	23.0%
Saskatchewan	64	2.9%
Yukon	2	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2236</b>	<b>100%</b>

Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	363	16.2%
25-34	245	11.0%
35-44	341	15.3%
45-54	340	15.2%
55-64	410	18.3%
65-74	324	14.5%
75+	213	9.5%
<b>TOTAL</b>	<b>2236</b>	<b>100%</b>

GENDER BREAKOUT		
Gender	Fréquence	Pourcentage
Homme	988	44.2%
Femme	1225	54.8%
Personne non binaire	13	0.6%
Autre identité de genre	2	0.1%
Je préfère ne pas répondre	8	0.4%
<b>TOTAL</b>	<b>2236</b>	<b>100%</b>



### 3.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

### 3.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse de l'échantillon de la population générale pour la vague 2 de l'enquête de suivi était de 3,86 %, et le taux de réponse du suréchantillon de la population rurale était de 12,6 %.

### 3.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de  $n=2\,236$  Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 2,07\%$ , 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitaient participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitaient pas fournir de réponse.

### 3.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.





### 3.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

### 3.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.



## 4. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 3

### 4.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 3 aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 4 au 19 décembre 2023. Il s'agit du rapport final.

### 4.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 4.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



#### 4.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

#### 4.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague d'enquête comprenait un suréchantillon de jeunes répondants âgés de 18 à 24 ans, de répondants autochtones, de répondants noirs, de répondants d'Asie du Sud-Est et de répondants d'Amérique latine.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 750 questionnaires complétés. Parmi ceux-ci, n=2 000 questionnaires complétés faisaient partie de la population générale du panel de Sago et n=750 faisaient partie du suréchantillon. Le suréchantillon de jeunes provenait du panel de Léger Opinion (LEO) et le suréchantillon de répondants autochtones, noirs, sud-asiatiques et latino-américains provenait du panel de Logit Group.



## 4.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	334	12.1%
Colombie-Britannique	356	12.9%
Manitoba	110	4.0%
Nouveau-Brunswick	55	2.0%
Terre-Neuve et Labrador	42	1.5%
Territoires du Nord-Ouest	3	0.1%
Nouvelle-Écosse	76	2.8%
Nunavut	4	0.1%
Ontario	1138	41.4%
Île-du-Prince-Édouard	10	0.4%
Québec	534	19.3%
Saskatchewan	85	3.1%
Yukon	3	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2750</b>	<b>100%</b>

Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	475	17.3%
25-34	393	14.3%
35-44	491	17.9%
45-54	364	13.2%
55-64	477	17.3%
65-74	368	13.4%
75+	182	6.6%
<b>TOTAL</b>	<b>2750</b>	<b>100%</b>

Répartition par Genre		
Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	1318	47.9%
Femme	1412	51.3%
Personne non binaire	13	0.5%
Autre identité de genre	4	0.1%
Je préfère ne pas répondre	3	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2750</b>	<b>100%</b>



## 4.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

## 4.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse de l'échantillon de la population générale pour la vague 3 de l'enquête de suivi était de 4,1 %; le taux de réponse du suréchantillon des jeunes était de 3,4 %; le taux de réponse du suréchantillon des populations autochtones et ethniques était de 17,8 %.

## 4.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de n=2 750 Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 1,87\%$ , 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitaient participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitaient pas fournir de réponse.

## 4.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.



#### 4.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

#### 4.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.



## 5. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 4

### 5.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 4 aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 20 février au 13 mars 2024. Il s'agit du rapport final.

### 5.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 5.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



## 5.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

## 5.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague de l'étude incluait un suréchantillon de répondants du Nord du Canada.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 252 questionnaires complétés. Parmi ceux-ci, n=2 000 questionnaires complétés faisaient partie de la population générale du panel de Sago et n=252 faisaient partie du suréchantillon du panel de Léger Opinion (LEO).





## 5.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	315	14.0%
Colombie-Britannique	322	14.3%
Manitoba	82	3.6%
Nouveau-Brunswick	42	1.9%
Terre-Neuve et Labrador	29	1.3%
Territoires du Nord-Ouest	3	0.1%
Nouvelle-Écosse	52	2.3%
Nunavut	3	0.1%
Ontario	838	37.2%
Île-du-Prince-Édouard	8	0.4%
Québec	488	21.7%
Saskatchewan	60	2.7%
Yukon	10	0.4%
<b>TOTAL</b>	<b>2252</b>	<b>100%</b>

Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	227	10.1%
25-34	375	16.7%
35-44	390	17.3%
45-54	335	14.9%
55-64	390	17.3%
65-74	337	15.0%
75+	198	8.8%
<b>TOTAL</b>	<b>2252</b>	<b>100%</b>

Répartition par Genre		
Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	914	40.6%
Femme	1321	58.7%
Personne non binaire	9	0.4%
Autre identité de genre	2	0.1%
Je préfère ne pas répondre	6	0.3%
<b>TOTAL</b>	<b>2252</b>	<b>100%</b>



## 5.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

## 5.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse de l'échantillon de la population générale pour la vague 4 de l'enquête de suivi était de 4,4 %, et le taux de réponse du suréchantillon de la population du Nord canadien était de 20,5 %.

## 5.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de n=2 252 Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 2,07\%$ , 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

## 5.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.



## 5.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

## 5.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.



## 6. Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 1

### 6.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de l'étude des sujets émergents Vague 1 aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 31 janvier au 15 février 2024. Il s'agit du rapport final.

### 6.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCAN) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 6.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



## 6.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

## 6.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=1 994 questionnaires complétés à l'aide du panel de Sago.



## 6.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	240	12.0%
Colombie-Britannique	279	14.0%
Manitoba	83	4.2%
Nouveau-Brunswick	48	2.4%
Terre-Neuve et Labrador	40	2.0%
Territoires du Nord-Ouest	0	0%
Nouvelle-Écosse	62	3.1%
Nunavut	1	0.1%
Ontario	779	39.1%
Île-du-Prince-Édouard	7	0.4%
Québec	392	19.7%
Saskatchewan	61	3.1%
Yukon	2	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>1994</b>	<b>100%</b>

Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	208	10.4%
25-34	379	19.0%
35-44	363	18.2%
45-54	333	16.7%
55-64	380	19.1%
65-74	255	12.8%
75+	76	3.8%
<b>TOTAL</b>	<b>1994</b>	<b>100%</b>

Répartition par Genre		
Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	820	41.1%
Femme	1163	58.3%
Personne non binaire	5	0.3%
Autre identité de genre	2	0.1%
Je préfère ne pas répondre	4	0.2%
<b>TOTAL</b>	<b>1994</b>	<b>100%</b>



## 6.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

## 6.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse de l'échantillon de la population générale pour l'étude des sujets émergents Vague 1 était de 4,4 %.

## 6.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de  $n=1\,994$  Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 2,19\%$ , 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

## 6.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.



## 6.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

## 6.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.





## 7. Rapport méthodologique de l'étude des sujets émergents Vague 2

### 7.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de l'étude des sujets émergents Vague 2 aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 19 mars au 1er avril 2024. Il s'agit du rapport final.

### 7.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCAN) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

### 7.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.



## 7.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire en anglais et Forum Research a traduit le questionnaire en français. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. À la demande du Bureau du Conseil privé, le questionnaire a été pré-testé avant la collecte des données. Les pré-tests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des pré-tests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'étude, de sa logique et de la conception du questionnaire.

## 7.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui comprend une combinaison de panels partenaires pour atteindre la taille d'échantillon requise de n=2 000 répondants de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague comprenait un suréchantillon de Canadiens de l'Atlantique, de Canadiens résidant en Saskatchewan, de Canadiens ayant un handicap et de Canadiens à faible revenu.

Au terme du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 524 questionnaires complétés. Parmi ceux-ci, n=2 025 questionnaires complétés faisaient partie de la population générale du panel de Sago et n=499 faisaient partie du suréchantillon du panel de Léger Opinion (LEO).



## 7.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région		
Province	Fréquence	Pourcentage
Alberta	246	9.7%
Colombie-Britannique	288	11.4%
Manitoba	85	3.4%
Nouveau-Brunswick	128	5.1%
Terre-Neuve et Labrador	119	4.7%
Territoires du Nord-Ouest	2	0.1%
Nouvelle-Écosse	177	7.0%
Nunavut	1	<0.1%
Ontario	822	32.6%
Île-du-Prince-Édouard	25	1.0%
Québec	471	18.7%
Saskatchewan	157	6.2%
Yukon	3	0.1%
<b>TOTAL</b>	<b>2524</b>	<b>100%</b>

Répartition par Groupe d'âge		
Âge	Fréquence	Pourcentage
18-24	251	9.9%
25-34	399	15.8%
35-44	583	23.1%
45-54	320	12.7%
55-64	417	16.5%
65-74	391	15.5%
75+	163	6.5%
<b>TOTAL</b>	<b>2524</b>	<b>100%</b>

Répartition par Genre		
Genre	Fréquence	Pourcentage
Homme	1273	50.4%
Femme	1236	49.0%
Personne non binaire	10	0.4%
Autre identité de genre	1	<0.1%
Je préfère ne pas répondre	4	0.2%
<b>TOTAL</b>	<b>2524</b>	<b>100%</b>



## 7.7. Pondération

Forum Research, en collaboration avec le BCP, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée en fonction de :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague de l'étude avec les données collectées.

## 7.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse de l'échantillon de la population générale pour l'étude des sujets émergents Vague 2 était de 19,7 %.

## 7.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de  $n=2\,524$  Canadiens génère une marge d'erreur globale de  $\pm 1,95\%$ , 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

## 7.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.



## 7.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 179 699,38 \$.

## 7.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.



## Appendix: Informations sur le panel

### Panel Sago

Sago est le partenaire principal de panel utilisé pour les six vagues d'enquêtes afin de rejoindre la population générale. Sago est un fournisseur de panel mondial qui compte des millions de panélistes à travers le monde. Bien que Sago soit un fournisseur de panels non probabilistes, ses panels sont représentatifs des populations respectives à l'échelle nationale.

#### ***Recrutement, validation et entretien du panel***

Le panel de Sago est composé d'environ 487 000 panélistes à travers le Canada. Les participants sont recrutés à partir d'un large éventail de sources afin de garantir une composition diversifiée pour les panels de consommateurs, de B2B, de soins de santé et de patients, couvrant des échantillons représentatifs à l'échelle nationale ainsi que des cibles difficiles à atteindre.

Sago utilise plusieurs canaux de recrutement, notamment les médias sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, Reddit), les applications mobiles, la radio, la presse écrite, les panneaux d'affichage, les affiliés, les réseaux, les éditeurs, les influenceurs et les recommandations. Pour tous les canaux de recrutement utilisés, Sago emploie un processus "ouvert à tous" afin d'offrir un mélange diversifié de panélistes et de répondre à des protocoles de vérification rigoureux.

Sago répartit les budgets entre les différents canaux afin d'assurer un recrutement diversifié et représentatif qui varie en fonction de la zone géographique et qui répond aux besoins prévus des clients. Dans tous les cas, Sago surveille attentivement la conversion du panel, l'attrition et la composition démographique pour s'assurer qu'il répond à des normes de qualité rigoureuses.

Sago utilise un processus de double activation pour chaque panéliste qui rejoint un panel. Tous les répondants potentiels doivent remplir une page d'inscription où ils doivent fournir une adresse électronique valide et d'autres données démographiques clés, en plus d'accepter la politique de confidentialité et les conditions générales de Sago. Une fois l'inscription initiale terminée, les panélistes reçoivent un courriel de confirmation. Ce n'est qu'après avoir cliqué sur la confirmation dans le courriel qu'un répondant est considéré comme un panéliste à double activation valide.

Les panélistes reçoivent une invitation personnalisée par courriel qui contient des informations générales sur l'étude, telles que le numéro de référence de l'étude, la durée de l'entretien, la compatibilité de l'appareil, les exigences de l'étude (par exemple, sondage en ligne) et l'incitatif. Chaque invitation est conforme à la norme CANSPAM et comprend des liens vers le sondage unique, la politique de confidentialité de Sago et les informations de désabonnement, les coordonnées du soutien aux panélistes et une adresse physique.

Pour chaque vague de l'étude, Sago élabore les objectifs nécessaires pour atteindre l'échantillon demandé. Sago crée une base de sondage adéquate qui répond aux critères de l'échantillon demandé (par exemple, les Canadiens âgés de 18 ans ou plus). Les taux de réponse sont pris en considération afin d'obtenir une répartition optimale entre les différents groupes démographiques. L'objectif spécifique de l'étude détermine la gestion des quotas et l'échantillonnage aléatoire est



utilisé pour remplir chaque quota. De plus, pour chaque nouvelle vague d'enquête, Sago exclut les panélistes qui ont participé aux vagues d'enquête précédentes.

### **Composition démographique**

Un résumé de la composition démographique des panélistes de Sago est présenté ci-dessous.

Province :

- Alberta : 13%
- Colombie-Britannique : 15%
- Manitoba : 5%
- Ontario : 40%
- Québec : 14%
- Nouveau-Brunswick : 3%
- Terre-Neuve et Labrador : 2%
- Nouvelle-Écosse : 3%
- Saskatchewan : 3%
- Île-du-Prince-Édouard : 1%
- Nord (Territoires du Nord-Ouest, Nunavut, Yukon) : 1%

L'âge :

- 18-24 : 12%
- 25-34 : 26%
- 35-44 : 24%
- 45-54 : 18%
- 55-64 : 14%
- 65+ : 6%

Sexe :

- Homme : 50%
- Femme : 50%

## **Léger Opinion (LEO)**

Le panel Léger Opinion (LEO) a été utilisé dans les quatre vagues de l'étude qui incluaient un suréchantillonnage de certains groupes de population.

### **Recrutement, validation et entretien des panels**

LEO est une entreprise canadienne qui compte plus de 400 000 membres au Canada et aux États-Unis. Les membres du panel LEO sont recrutés à partir de plusieurs sources, notamment le centre d'appel de Léger, les invitations et programmes affiliés, les médias sociaux, les campagnes avec les partenaires et le recrutement hors ligne.

LEO utilise des méthodes de déduplication manuelles et automatiques pour s'assurer que les membres n'apparaissent pas deux fois dans sa base de données et que personne ne peut créer



plus d'un compte. Différents processus ont été mis en place pour éviter les doublons éventuels, incluant :

- Détection des courriels en double et validation des adresses électroniques, des noms, des adresses postales et des adresses IP.
- Inscription sur Facebook et Google.
- Processus de double activation - pour chaque abonnement, la validation par courriel est requise.
- Engagement - si un nouveau membre ne répond pas à une enquête dans un délai d'une semaine, il est rejeté.

LEO utilise son propre logiciel pour générer des échantillons représentatifs de la population. Le logiciel utilise un algorithme de sélection interactif qui examine une variable à la fois par ordre de priorité comme suit :

- La première étape consiste à extraire tous les panélistes actifs et disponibles qui répondent aux critères de sélection.
- L'algorithme examine ensuite les variables principales et primaires et détermine le nombre de panélistes qui satisfont à chaque cible.
- Le bassin d'échantillons est randomisé.
- Enfin, l'échantillon est réparti et équilibré entre tous les groupes cibles.

La collecte de données de sondage en ligne est effectuée via des sites web et l'application mobile LEO. Grâce au processus d'échantillonnage, les panélistes sont présélectionnés pour répondre à une enquête donnée, dont le lien est fourni par l'intermédiaire de leur compte - les sondages ne sont pas "libre d'accès" (c'est-à-dire que les répondants ne sont pas auto-sélectionnés) et les répondants ne connaissent pas le contenu de l'étude. Les panélistes reçoivent également un courriel d'invitation contenant les informations suivantes :

- Informations sur le sondage (thème général, date de fin, numéro de l'étude, durée de l'étude, nombre de points).
- Une URL unique permettant d'accéder au questionnaire.
- L'adresse courriel de soutien aux membres.
- Un lien vers la politique de confidentialité et les conditions d'utilisation de LEO.
- Un lien vers la page de désabonnement.

### ***Composition démographique***

LEO recueille des données de profilage sur ses panélistes, incluant : le nom, le sexe, l'année de naissance, l'état/province/région, le code postal, le courriel, le niveau d'éducation, la situation d'emploi, le revenu annuel du ménage, la taille du ménage, etc.

Un résumé de la composition démographique des panélistes de LEO est présenté ci-dessous :

Province :

- Colombie-Britannique : 11%
- Alberta : 12%





- Provinces des Prairies : 5%
- Ontario : 40%
- Québec : 25%
- Provinces de l'Atlantique : 7%

L'âge :

- 18-24 : 10%
- 25-34 : 23%
- 35-44 : 23%
- 45-54 : 16%
- 55-64 : 15%
- 65+ : 13%

Sexe :

- Homme : 48%
- Femme : 52%

## Panel du groupe Logit (Loop Surveys)

Loop Surveys est une communauté de recherche en ligne de plus de 250 000 panélistes recrutés par le biais de différents canaux, tels que les références, la publicité dans les médias sociaux et les invitations à des interviews téléphoniques. Loop Surveys est un panel à double activation, ce qui signifie qu'il recueille et vérifie les coordonnées de tous les panélistes.

Le sondage a été envoyé par courriel aux panélistes qui répondaient aux critères de la cible.

### **Composition démographique**

Loop Surveys recueille de nombreux éléments de profilage sur les panélistes, incluant le sexe, l'âge, le lieu de résidence, l'état civil, le revenu du ménage, le niveau d'éducation, etc.

Un résumé de la composition démographique des panélistes de Loop Surveys est présenté ci-dessous :

Âge :

- 18-24 : 3%
- 25-34 : 26%
- 35-44 : 32%
- 45-54 : 20%
- 55-64 : 13%
- 65+ : 7%

Sexe :

- Homme : 45%
- Femme : 55%