



Public Safety
Canada

Sécurité publique
Canada

Recherche sur la sensibilisation du public aux armes à feu

Rapport

Préparé à l'intention de Sécurité publique Canada

Nom du fournisseur : Environics Research
Numéro de contrat : 0D160-211879/001/CY
Valeur du contrat : 223 527,56 \$ (TVH incluse)
Date d'attribution des services : 2020-09-16
Date de livraison des services : 2021-03-24

Numéro d'enregistrement : ROP 033-20

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à l'adresse : ps.communications-communications.sp@canada.ca

This report is also available in English.

Recherche sur la sensibilisation du public aux armes à feu

Préparé à l'intention de Sécurité publique Canada par Environics Research

Nom du fournisseur : Environics Research

Janvier 2021

Permission de reproduire

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de Sécurité publique Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à l'adresse : ps.communications-communications.sp@canada.ca

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre des Services publics et Approvisionnement Canada, 2021.

N° de catalogue :

PS4-274/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-37096-5

This report is also available in English under the title *Firearms Public Awareness Research*.

Table des matières

Résumé du rapport	i
Introduction	1
I. Constatations détaillées – phase quantitative	3
A. Croyances et attitudes à l’égard des armes à feu au Canada	3
B. La sécurité des enfants et les armes à feu	15
C. Sensibilisation aux enjeux, aux lois et à la réglementation en matière d’armes à feu	17
II. Constatations détaillées – phase qualitative	28
A. Première vague : évaluation des concepts d’animation et des URL	28
B. Deuxième vague : évaluation du succès de la publicité « La vérité en face » et des bannières publicitaires	37
Annexe A : Méthodologie de la phase quantitative	43
Annexe B : Méthodologie de la phase qualitative	47
Annexe C : Questionnaire du sondage quantitatif	50
Annexe D : Instruments de la recherche qualitative	59

Résumé du rapport

Contexte et objectifs

Les enjeux liés à la réglementation des armes à feu soulèvent de nombreuses controverses au Canada depuis les 40 dernières années. Plusieurs Canadiens possèdent des armes à feu pour des raisons tout à fait légitimes (par exemple, pour le sport ou la chasse), particulièrement dans les régions rurales. Avec l'intensification de la violence armée, de plus en plus de gens demandent que l'accessibilité des armes à feu soit restreinte et réglementée, ce qui a donné lieu à des conflits de valeurs qui ont par le passé créé des disparités entre les zones rurales et urbaines, mais aussi selon d'autres facteurs. Vers la fin des années 1990, la création par le gouvernement fédéral d'un registre national des armes d'épaule a suscité une grande controverse. Plus récemment, certains ont aussi réclamé que soient restreints divers types d'armes d'assaut.

Le gouvernement du Canada s'est engagé à prendre des mesures visant à réduire la violence par arme à feu, notamment en interdisant les armes d'assaut et en mettant en œuvre un programme de rachat et d'amnistie. Le 1^{er} mai 2020, le gouvernement a annoncé le bannissement de plus de 1 500 modèles d'armes d'assaut ainsi que de certains composants d'armes à feu prohibés.

Sécurité publique Canada mettra sur pied une campagne nationale visant à sensibiliser et à informer la population canadienne et les propriétaires d'armes à feu du bannissement et du programme de rachat, ainsi que des exigences pour un entreposage sécuritaire. Cette campagne dissuadera aussi les achats par prête-nom, qui consistent pour un détenteur de permis d'arme à feu canadien à acheter légalement une arme et à la revendre sur le marché noir, par l'intermédiaire d'une campagne de sensibilisation ciblant les particuliers et les détaillants.

Afin d'appuyer cette campagne pluriannuelle, Sécurité publique Canada souhaitait recueillir des données sur les connaissances générales, les attitudes et les comportements de la population relativement aux armes à feu. Plus précisément, l'objectif de cette étude consistait à évaluer dans quelle mesure les Canadiens sont conscients des risques auxquels ils sont exposés et à déterminer leur opinion de la question, leur niveau de compréhension actuel ainsi que leur volonté à participer aux nouveaux programmes gouvernementaux.

Les données recueillies permettront à Sécurité publique Canada de mieux comprendre les populations cibles, d'établir des objectifs quantifiables et mesurables et de créer des messages adaptés à chacun de ces segments.

Le projet de recherche comprenait une phase quantitative et une phase qualitative, chacune associée à des objectifs distincts :

- Une **recherche formative de base** visant à recueillir des données sur les connaissances générales, les attitudes, la compréhension et les comportements de la population relativement aux lois sur les armes à feu. Plus précisément, cette phase de la recherche avait pour objectif d'établir des données quantitatives de référence sur l'état de l'opinion publique relativement aux armes à feu, y compris la sensibilisation, les connaissances, les attitudes et les comportements. Ces données permettront de cerner les segments de la population à cibler par une campagne de marketing et de créer des stratégies visant à informer et à protéger les Canadiens ainsi qu'à leur faire connaître les programmes de rachat. La recherche permettra également de constituer une base de référence

pour de prochaines études qui serviront à déterminer dans quelle mesure la campagne de marketing a réussi à sensibiliser la population.

- Une **campagne préliminaire visant à évaluer les messages et les concepts publicitaires** par l'intermédiaire de deux vagues de séances de discussion qualitatives en groupe. Cette phase de la recherche a été conçue de façon à ce que les messages, le ton et le style général de la campagne interpellent les groupes cibles.

Méthodologie

Phase quantitative

La **phase I de la recherche de base** consistait en un sondage quantitatif en ligne mené auprès de 2 000 Canadiens. Les groupes ciblés étaient les suivants :

- Les personnes qui possèdent actuellement une arme à feu
- Les parents d'enfants âgés de moins de 18 ans
- Les membres de la population canadienne

L'échantillon de 2 000 répondants canadiens comprenait un suréchantillon pour veiller à ce que des entrevues soient réalisées auprès d'au moins 400 propriétaires d'arme à feu. Les parents d'enfants mineurs sont relativement nombreux au sein de la population générale; on s'attendait donc à ce que l'échantillon comprenne de 500 à 600 parents, sans qu'il soit nécessaire de prévoir un suréchantillon.

Le travail sur le terrain s'est déroulé du 1^{er} au 11 décembre 2020. Il convient de souligner que cette période englobait le 6 décembre, c'est-à-dire l'anniversaire de la tragédie de l'École polytechnique, qui marque aussi la Journée nationale de commémoration et d'action contre la violence faite aux femmes; il se peut donc que la violence par arme à feu ait déjà été à l'esprit de certaines personnes.

Phase qualitative

Deux séries de dix séances de discussion en groupe ont été menées afin d'évaluer les réactions à du matériel publicitaire.

La première vague de **séances de discussion de phase I** comprenait une série de dix séances virtuelles en groupe menées en janvier 2021 pour permettre à Sécurité publique Canada d'évaluer les réactions à trois concepts publicitaires numériques présentés sous la forme d'animatiques. Deux séances ont eu lieu dans chacune des régions suivantes : l'Ontario (le 5 janvier), le Canada atlantique (le 6 janvier), le Québec (le 7 janvier), la Colombie-Britannique (le 9 janvier) et l'Alberta (le 11 janvier). Les deux séances au Québec se sont déroulées en français. Chaque séance comptait six ou sept participants. Dans chaque région, une séance a été menée auprès de propriétaires d'arme et l'autre, auprès de membres de la population générale ne possédant pas d'arme.

Les trois animatiques qui ont été testées visaient à communiquer les récents changements apportés aux lois sur les armes à feu, à informer les Canadiens des dernières statistiques relatives à la violence par arme à feu et à rappeler aux propriétaires d'arme quelles sont leurs responsabilités quant à l'entreposage et au maniement sécuritaires des armes à feu. Dans chaque séance, les discussions étaient axées sur les réactions des participants

aux concepts publicitaires en général, ainsi qu'à des éléments spécifiques à chacun. Les réactions à l'égard d'adresses URL renvoyant à un site Web du gouvernement du Canada ont aussi été testées.

Une deuxième vague de **séances de discussion de phase II** a ensuite été menée du 26 février au 1^{er} mars 2021, soit dix séances virtuelles de discussion en groupe. Ces séances avaient pour but d'évaluer le succès d'une version plus définitive d'une publicité numérique et de tester les réactions à l'égard de différentes options de bannières publicitaires pour les réseaux sociaux. Deux séances ont eu lieu dans chacune des régions suivantes : l'Ontario, le Canada atlantique, le Manitoba et la Saskatchewan (les 27 et 28 février), le Québec (le 1^{er} mars) et la Colombie-Britannique (le 26 février et le 1^{er} mars). Toutes les séances se sont déroulées en anglais, sauf au Québec, où elles ont eu lieu en français. Chaque séance comptait six ou sept participants. La moitié des séances ont été menées auprès de propriétaires d'arme, et l'autre moitié, auprès de personnes ne possédant pas d'arme.

Environics a recruté des participants en combinant diverses méthodes propres au secteur afin d'assurer une participation suffisante aux séances dans toutes les provinces. Les participants se sont vu offrir la somme de 100 \$ en guise de remerciement. Environics a invité sept (7) participants à chaque séance. Les séances se sont déroulées sur la plateforme de vidéoconférence Zoom.

Limites : La phase qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une étude quantitative. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

Valeur du contrat

La valeur de ce contrat s'élève à 223 527,56 \$ (TVH incluse).

Principales constatations

Les principales constatations tirées de chaque phase de la recherche sont résumées ci-dessous :

Phase quantitative

Possession d'arme à feu et connaissances générales

- Les propriétaires d'arme à feu sont répartis plutôt uniformément à l'échelle du pays; ils sont toutefois majoritairement de sexe masculin, assez jeunes, sont nés au Canada et gagnent un revenu plus élevé.
- Un Canadien sur cinq ne possédant pas actuellement d'arme à feu dit qu'il est très ou assez probable qu'il s'en procure une à l'avenir.
- Lorsqu'invités à indiquer les principales raisons pour lesquelles ils possèdent une arme à feu, les répondants sont répartis de façon égale entre la chasse et le tir à la cible (un peu moins de 50 % des voix pour chaque motif); le quart des répondants affirment quant à eux collectionner les armes.
- Presque tous les propriétaires d'arme à feu (98 %) connaissent au moins plutôt bien les exigences en matière d'entreposage des armes.

- Près de la moitié (44 %) des Canadiens disent connaître au moins plutôt bien les règlements régissant la possession, les permis, le transport et l'utilisation des armes à feu au Canada. Ce pourcentage augmente pour passer à 96 % chez les propriétaires d'arme.

Attitudes

- La vaste majorité des Canadiens estiment que la réglementation actuelle en matière d'armes à feu est parfaitement équilibrée (33 %) ou qu'elle n'est pas assez stricte (41 %). Seuls 10 % des gens considèrent que la réglementation est trop stricte, tandis que 17 % n'ont pas d'opinion à ce sujet. Il convient de souligner que, même chez les propriétaires d'arme, seul le quart des répondants jugent la réglementation trop stricte.
- Les Canadiens, y compris les propriétaires d'arme, ont des opinions contradictoires en ce qui concerne les armes à feu dans notre société. Une vaste majorité des Canadiens, y compris 63 % de ceux qui détiennent actuellement une arme, s'entendent pour dire que nos gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence armée. Environ la moitié des gens sont aussi d'avis que l'accessibilité des armes à feu menace notre sécurité et que leur interdiction rendrait les communautés plus sûres, et disent se sentir personnellement mal à l'aise que des gens utilisent des armes à feu, quelle qu'en soit la raison. Même au sein des propriétaires d'arme à feu, des minorités importantes partagent ces impressions.
- Parallèlement, une vaste majorité de Canadiens s'entendent aussi pour dire que l'utilisation d'armes à feu pour la chasse, sportive ou de subsistance, constitue un mode de vie devant être préservé et qu'il n'y a rien de mal à posséder une arme à des fins récréatives.
- Environ la moitié des Canadiens sont d'avis que la violence liée aux armes à feu menace la sécurité publique dans leur communauté. Ce sentiment est tout particulièrement présent en Ontario ainsi que dans les milieux urbains.
- Le tiers des Canadiens (y compris la moitié des propriétaires d'arme) estiment que le gouvernement du Canada fait du bon ou de l'excellent travail pour ce qui est de proposer des mesures pour contrer la violence par arme à feu. Un autre tiers des répondants qualifie la performance du gouvernement à ce sujet d'« acceptable », tandis que 21 % trouvent ces efforts médiocres.
- La vaste majorité des Canadiens (81 %) sont d'avis que les armes d'assaut devraient être illégales dans la totalité ou la plupart des cas, tandis que 63 % des gens estiment que les armes de poing devraient être illégales. Une minorité (39 %) des répondants croient que les fusils et les carabines devraient être illégaux dans la totalité ou la plupart des cas.

La sécurité des enfants

- Six Canadiens sur dix ayant des enfants de moins de 18 ans (y compris 59 % des parents qui possèdent une arme à feu) estiment que l'utilisation et l'accessibilité actuelles des armes à feu au Canada menacent la sécurité de leurs enfants.
- Les trois quarts des parents qui possèdent une arme disent avoir déjà parlé avec leurs enfants de sécurité en matière d'armes à feu, et les deux tiers (65 %) se disent au moins assez préoccupés à l'idée que leurs enfants puissent avoir accès à des armes à feu entreposées de façon non sécuritaire et se mettre en danger.

Sensibilisation et soutien à la nouvelle réglementation

- Seul un Canadien sur dix avait déjà entendu parler de nouvelles mesures du gouvernement visant à contrer la violence par arme à feu.
- Seulement 3 % des Canadiens, dont 11 % des propriétaires d'arme, connaissent des groupes ou des organisations du Canada qui ont lancé des campagnes de publicité ou de promotion pour sensibiliser les gens aux enjeux en matière de sécurité des armes à feu.
- Lorsque des mesures précises leur sont présentées, la plupart des Canadiens disent avoir entendu parler des politiques visant à interdire les armes d'assaut et du programme de rachat de certaines armes à feu prohibées. Sont en revanche beaucoup moins connus l'Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs, les nouvelles règles sur l'entreposage des armes à feu, la lutte contre les achats par prête-nom et l'octroi aux municipalités le droit de restreindre la possession d'armes de poing.
- De grandes majorités de Canadiens (allant de 70 % à 82 %) sont pour chacune de ces mesures visant à contrer la violence par arme à feu au Canada. Il convient de noter que, même si le niveau d'appui est légèrement plus bas chez les propriétaires d'arme, une nette majorité d'entre eux sont favorables à l'ensemble de ces mesures.
- Les trois quarts des Canadiens (y compris 72 % des propriétaires d'arme) jugent ces mesures au moins assez efficaces pour réduire la violence par arme à feu au Canada.
- Le tiers des propriétaires d'arme à feu disent avoir beaucoup entendu parler des politiques proposées par le gouvernement concernant les armes à feu, tandis que 57 % en ont entendu parler un peu. Les propriétaires d'arme à feu plus jeunes sont beaucoup plus susceptibles d'avoir entendu parler de ces mesures.
- Le quart des propriétaires d'arme à feu disent posséder l'un des types d'armes nouvellement prohibés qui seraient admissibles au programme de rachat, tandis qu'une personne sur dix n'est pas certaine à ce sujet et croit qu'il s'agit d'une possibilité. La vaste majorité (84 %) d'entre eux disent qu'ils participeraient certainement (49 %) ou probablement (35 %) au programme de rachat.
- Les principales sources d'actualités et d'information sur les règlements en matière d'armes à feu sont les sites Web du gouvernement et les médias sociaux. Il convient de souligner que, chez les propriétaires d'arme à feu, des pourcentages importants de répondants mentionnent également les points de vente d'armes en magasin, les blogues destinés aux propriétaires d'arme et, dans une moindre mesure, les points de vente d'armes en ligne et les expositions.

Phase qualitative

Vague 1 – Évaluation des animatiques et des URL

Trois concepts de publicité numérique de 30 secondes portant sur des enjeux liés à la sécurité des armes à feu ont été évalués sous la forme d'animatiques : « La vérité en face » (concept D), « Être responsable » (concept H) et « Un endroit sécuritaire » (concept M).

Observations générales

- Les participants ne possédant pas d'arme à feu ont réagi très favorablement aux messages du gouvernement du Canada concernant la violence armée et les mesures prises pour la contrer. Bien que cet enjeu n'ait pas

été pour eux une préoccupation de premier plan avant de voir les concepts publicitaires, ceux-ci ont réussi à sensibiliser les participants à ce sujet.

- La réaction des propriétaires d'arme était plus complexe. Certains, en particulier ceux possédant plusieurs armes à feu, se sont montrés très critiques à l'égard des mesures mentionnées dans les publicités, notamment l'interdiction des armes d'assaut; cette terminologie a été perçue comme mal définie, et les participants avaient l'impression qu'il s'agissait d'une attaque inutile à l'endroit des propriétaires d'arme respectueux des lois. Les propriétaires avaient le plus souvent l'impression de déjà fournir leur part d'efforts et souhaitaient davantage savoir ce qui est fait pour lutter contre les armes illégales et la criminalité.
- Bien que certains propriétaires d'arme aient apprécié les concepts publicitaires les montrant sous un jour favorable, en particulier le concept H, d'autres n'ont pas aimé être présentés dans un concept publicitaire, quel qu'il soit. Ils ne souhaitaient pas être au centre de messages du gouvernement et étaient fâchés d'être associés à des activités criminelles avec violence.

Concept D : « La vérité en face »

- Le concept D, intitulé « La vérité en face », a été perçu comme la plus efficace des trois publicités, tant aux yeux des propriétaires que des non-propriétaires d'arme à feu. La plupart des participants ont retenu de cette publicité que la violence par arme à feu est en hausse au Canada, que le gouvernement prend des mesures pour y remédier et que les Canadiens, en particulier les propriétaires d'arme, ont tous un rôle à jouer pour y parvenir.
- Certains propriétaires d'arme ont perçu le message de façon accusatoire, se concentrant principalement sur les éléments les concernant et les nouvelles lois.
- La plupart des participants se sont intéressés aux statistiques et ont apprécié le ton général du message. La majorité était d'avis que ce concept publicitaire s'adressait à tous les Canadiens et qu'il était plus susceptible que les autres de donner aux propriétaires d'arme l'impression de pouvoir faire partie de la solution plutôt que d'être montrés du doigt.
- Le recours à des statistiques et à des diagrammes a été bien accueilli. Plusieurs ont indiqué que les statistiques pourraient les inciter à cliquer sur la publicité pour en savoir plus. Les propriétaires d'arme, dont certains se sont montrés sceptiques quant à la véracité de certains faits présentés dans le concept D, ont indiqué que la publicité piquerait leur curiosité à en savoir plus.
- Les statistiques les plus frappantes étaient celles selon lesquelles les agressions impliquant une arme à feu ont augmenté de 81 % depuis 2009 et les introductions par effraction commises spécifiquement dans le but de voler des armes à feu ont plus que triplé durant cette période.

Concept H : « Être responsable »

- Les participants ont eu l'impression que le concept H véhiculait principalement l'idée que les propriétaires d'arme à feu sont des Canadiens responsables axés sur la famille qui doivent contribuer à réduire la violence armée en entreposant correctement leurs armes à feu, et qu'un entreposage inadéquat contribue aux crimes et à la violence par arme.

- Les non-propriétaires avaient généralement une opinion positive de la publicité, mais ils avaient souvent l'impression que celle-ci s'adressait uniquement aux propriétaires d'arme, et donc qu'elle ne les concernait pas.
- Les propriétaires, en revanche, avaient l'impression que le concept les visait directement, mais ils n'ont pour la plupart pas trouvé qu'il s'agissait d'une façon efficace de leur rappeler leurs responsabilités; certains ont d'ailleurs eu une attitude défensive à propos du message. Plusieurs propriétaires n'ont pas aimé être visés par une publicité sur la violence armée. Ils avaient l'impression d'être encore une fois dépeints comme étant « le problème » aux yeux des non-propriétaires.
- De nombreux propriétaires d'arme ont remis en question l'utilité d'une publicité visant à leur rappeler comment entreposer leur arme de façon sécuritaire alors qu'il s'agit déjà d'un aspect important des cours pour obtenir son permis d'arme à feu et des responsabilités des propriétaires d'arme. Ils ont laissé entendre que de tels rappels sur le maniement sécuritaire des armes ou les renseignements sur les nouvelles lois seraient plus facilement communiqués au moyen d'un avis direct.
- Bon nombre des propriétaires d'arme se sont opposés à la ligne de la publicité concernant l'interdiction des armes d'assaut. Ils ont trouvé cet aspect choquant et controversé et étaient d'avis que cela ne cadrerait pas avec le ton général du reste de la publicité.

Concept M : « Un endroit sécuritaire »

- Ce concept était le moins attrayant des trois, tant pour les propriétaires que pour les non-propriétaires d'arme à feu. Les participants en ont principalement retenu que, même si les Canadiens considèrent que le Canada est un endroit sûr où habiter, la violence armée constitue une menace croissante pour les gens de toutes les classes sociales, dans les communautés urbaines et rurales, et que nous devons travailler ensemble en tant que société pour assurer la sécurité de tous.
- Les participants, en particulier dans le groupe de propriétaires d'arme, semblaient aussi d'avis que cette publicité était davantage un message d'intérêt public à propos des nouvelles lois sur les armes qu'un véritable appel à l'action. Plusieurs étaient d'avis que ce concept publicitaire ferait augmenter la peur et l'anxiété à propos des armes à feu, sans présenter de faits clairs.
- Ce concept n'a pas été perçu comme marquant par la majorité des participants, lesquels l'ont souvent décrit comme une publicité générique du gouvernement présentant une diversité de gens et des lieux typiquement canadiens, mais sans lien clair avec le message. Bien que plusieurs participants aient relevé que le concept mettait en scène la diversité en présentant des gens de différentes origines ethniques et de différents groupes d'âge, et que le message parlait de travailler « ensemble » (ou « together »), cet aspect a principalement contribué au sentiment que la publicité représentait un cliché sans substance.
- Les propriétaires d'arme ont eu tendance à rejeter ce concept, jugeant qu'il ciblait principalement les résidents de milieu urbain qui en savent probablement très peu sur les armes à feu et les personnes qui en possèdent.

Concept publicitaire préféré

- La vaste majorité des participants, tant chez les propriétaires que chez les non-propriétaires d'arme à feu, ont considéré que le concept D, « La vérité en face », était la plus efficace des trois publicités présentées. L'utilisation de diagrammes et de statistiques a attiré l'attention des participants et les a sensibilisés au fait que la violence armée constitue un problème croissant au Canada.
- Il a été relevé que cette publicité est pertinente pour tous les Canadiens, qu'ils possèdent ou non une arme à feu, et qu'elle intègre un message sur les responsabilités des propriétaires d'arme sans les dépeindre comme étant la source du problème. Tous se sont généralement entendus pour dire que ce concept publicitaire donnait l'impression que le gouvernement s'occupait du dossier et qu'il prenait cet enjeu au sérieux.
- Plusieurs participants souhaitaient que les publicités présentent davantage les mesures que le gouvernement prend pour lutter contre les armes illégales et les activités criminelles liées aux armes à feu. Les propriétaires d'arme étaient tout particulièrement d'avis que cette information était beaucoup plus importante et pertinente que les renseignements sur l'interdiction des armes d'assaut.

Adresse URL préférée

- Après avoir vu six différentes options d'adresse URL pour le site Web associé aux concepts publicitaires, la majorité des participants, tant chez les propriétaires que chez les non-propriétaires d'arme, ont indiqué préférer l'adresse présentée dans les concepts, soit Canada.ca/armes-à-feu. Ils ont trouvé cette URL brève et facile à retenir et étaient d'avis qu'elle se passait d'explication.
- Les autres options d'URL ont généralement été perçues comme trop longues et comportant trop de traits d'union. Cette préférence était encore plus marquée dans les séances en français, puisque toutes les URL étaient plus longues et comprenaient plus de traits d'union dans cette langue. Par conséquent, les participants francophones ont préféré l'URL Canada.ca/armes-a-feu aux autres options, dont certaines comportaient jusqu'à quatre traits d'union.

Vague 2 – Évaluation du succès de la publicité numérique et des bannières publicitaires

La deuxième vague, qui consistait en dix séances virtuelles de discussion en groupe, a permis d'évaluer les réactions à l'égard de la vidéo réalisée pour la publicité numérique intitulée « La vérité en face ». Plusieurs versions des bannières publicitaires ont également été évaluées durant ces séances.

Publicité numérique « La vérité en face »

- Les participants possédant une arme à feu ont réagi de façon plutôt défavorable à cette publicité, avançant que celle-ci était motivée par des considérations politiques et qu'elle était susceptible de stigmatiser les propriétaires d'arme en règle en les faisant paraître comme étant responsables de la violence armée. Les non-propriétaires d'arme ont réagi plus favorablement.
- Les propriétaires d'arme à feu étaient d'avis que la publicité véhiculait deux messages contradictoires et n'ont pas aimé être associés à une publicité sur la violence armée. Ils étaient sceptiques quant à la véracité des diagrammes et des statistiques présentés dans la publicité.

- Les propriétaires d'arme à feu n'ont pas aimé que des fusils de chasse soient présentés dans le même contexte que des statistiques sur la hausse des crimes commis avec une arme à feu; ils ont souvent placé la publicité dans le contexte des récentes lois sur les armes à feu, qui ne faisaient pas le bonheur de bon nombre des participants.
- Les propriétaires d'arme à feu ont reconnu que la violence armée constitue un problème croissant, mais ils ont trouvé insultant que la publicité insinue qu'ils font partie du problème. Ils étaient d'avis qu'une publicité sur le sujet devrait plutôt être axée sur les mesures prises pour lutter contre les criminels et la contrebande d'armes.
- Les propriétaires d'arme à feu ont trouvé que la publicité s'adressait principalement aux Canadiens qui ne possèdent pas d'arme pour convaincre ceux-ci que les armes constituent une menace et que le gouvernement compte assurer leur sécurité. Ils n'avaient pas l'impression d'être le public ciblé par la publicité, même si celle-ci faisait mention, à la fin, de l'entreposage et de la sécurité des armes à feu.
- Les participants ne possédant pas d'arme à feu ont réagi plus favorablement à la publicité; à leur avis, le principal message véhiculé portait sur la hausse des crimes commis au moyen d'une arme à feu et sur le fait que les Canadiens doivent s'en inquiéter et que les propriétaires d'arme doivent être prudents.
- Les participants ne possédant pas d'arme à feu étaient plus susceptibles de croire les statistiques présentées et de les accepter d'emblée. Ils étaient tout particulièrement choqués par la hausse de 81 % de la violence armée, ainsi que par les statistiques comparant la violence en milieu urbain et en milieu rural.
- Plusieurs non-propriétaires ayant des amis ou des membres de leur famille qui possèdent des armes étaient plus réticents à reprocher la violence armée aux propriétaires responsables, qui, supposaient-ils, entreposent déjà leurs armes de façon sécuritaire.
- La plupart des non-propriétaires d'arme étaient d'avis que la publicité s'adressait au « Canadien moyen » qui ne possède pas d'arme, mais qui a entendu parler de la violence armée dans les médias. Un petit nombre d'entre eux estimaient que la publicité ciblait les propriétaires pour leur rappeler d'entreposer leurs armes de façon sécuritaire et se sont demandé en quoi elle était pertinente pour les gens qui ne possèdent pas d'arme.
- Plusieurs non-propriétaires d'arme ont aussi trouvé que les renseignements présentés étaient trop nombreux et qu'ils défilaient à l'écran trop rapidement, et que la publicité comportait trop de messages.

Bannières publicitaires

- La plupart des participants ont préféré une bannière qui illustre une personne commettant une introduction par effraction et dont le message porte sur la hausse des introductions par effraction.
- Les propriétaires d'arme à feu préfèrent ne pas être représentés dans des bannières publicitaires portant sur la violence armée, et ne voulaient donc pas voir l'image d'un chasseur ou d'une femme au champ de tir.
- La plupart des participants ont préféré les versions « consolidées » des bannières, où tous les renseignements étaient présentés sur une même diapositive plutôt que d'être réparties sur deux diapositives s'affichant en alternance.

- La plupart des participants ont préféré l'image d'une voiture de police en arrière-plan pour une bannière portant sur la réduction de la violence armée. L'image de la combinaison sur un coffre-fort pour armes à feu a interpellé certaines personnes, mais les non-propriétaires n'ont pas toujours compris en quoi elle était liée à l'entreposage des armes.

Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieur d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Derek Leebosh
Vice-président, Affaires publiques
Environics Research Group
derek.leebosh@environics.ca
416 820-1963

Nom du fournisseur : Environics Research Group
Numéro de contrat de SPAC : OD160-211879/001/CY
Date du contrat initial : 2020-09-16

Pour de plus amples renseignements, veuillez écrire à l'adresse : ps.communications-communications.sp@canada.ca.

Introduction

Contexte

La lettre de mandat du ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile présente l'engagement du gouvernement à prendre des mesures pour réduire la violence par arme à feu, notamment en interdisant les armes d'assaut et en mettant en œuvre un programme de rachat et d'amnistie. Le 1^{er} mai 2020, le gouvernement a annoncé le bannissement de plus de 1 500 modèles d'armes d'assaut ainsi que de certains composants d'armes à feu prohibées. Ces modèles représentent neuf catégories d'armes à feu et deux types identifiés par leurs caractéristiques. Selon le ministère de la Justice du Canada, 26 % des ménages canadiens possèdent une arme à feu quelconque.

Sécurité publique Canada mettra sur pied une campagne nationale qui cherchera à sensibiliser et à informer la population canadienne et les propriétaires d'arme à feu du bannissement et du programme de rachat, ainsi que des exigences pour un entreposage sécuritaire. Cette campagne dissuadera aussi les achats par prête-nom (qui consistent pour un détenteur de permis d'arme à feu canadien à acheter légalement une arme et à la revendre sur le marché noir) par l'intermédiaire d'une campagne de sensibilisation ciblant les particuliers et les détaillants.

Objectifs

Afin d'appuyer cette campagne pluriannuelle, Sécurité publique Canada a reconnu la nécessité de recueillir des données sur les connaissances générales, les attitudes et les comportements de la population relativement aux armes à feu. Plus précisément, l'objectif de cette étude consiste à évaluer dans quelle mesure les Canadiens sont conscients des risques auxquels ils sont exposés et à déterminer leur opinion de la question, leur niveau de compréhension actuel ainsi que leur volonté à participer aux nouveaux programmes gouvernementaux.

Les données recueillies permettront de mieux comprendre les populations cibles, d'établir des objectifs quantifiables et mesurables et de créer des messages adaptés à chacun de ces segments. Le présent rapport présente les résultats de l'étude qualitative et quantitative réalisée dans le but d'atteindre les objectifs de Sécurité publique :

- Une recherche quantitative formative a été réalisée dans le but de recueillir des données sur les perceptions, les connaissances et la compréhension des gens relativement aux lois canadiennes sur les armes à feu. Cette recherche avait pour objectif d'établir des données quantitatives de référence sur l'état de l'opinion publique relativement aux armes à feu, y compris la sensibilisation, les connaissances, les attitudes et les comportements. Ces données permettront de cerner les segments de la population à cibler par une campagne de marketing et de créer des stratégies visant à informer et à protéger les Canadiens ainsi qu'à leur faire connaître les programmes de rachat.
- Une recherche qualitative sous la forme de séances de discussion en groupe a été réalisée pour évaluer des concepts publicitaires et les messages de la campagne. Les données recueillies permettront de veiller à ce que les messages, le ton et le style général de la campagne interpellent les groupes cibles.

À propos de ce rapport

Le présent rapport présente tout d'abord un résumé des principales constatations et conclusions observées, suivi d'une analyse détaillée des résultats du sondage et des constatations de la phase qualitative. Un document distinct renferme pour sa part un ensemble de tableaux croisés présentant les résultats obtenus à toutes les

questions, en fonction de sous-groupes. Dans l'analyse détaillée, chacun de ces tableaux est associé à une question du sondage.

Dans le présent rapport, les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentage, à moins d'avis contraire. Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l'arrondissement des nombres ou de réponses multiples. Il est également possible que les résultats nets mentionnés dans le texte ne correspondent pas exactement aux résultats individuels figurant dans les tableaux en raison de l'arrondissement.

Utilisation des constatations de la recherche

Grâce aux renseignements fournis par ce programme de recherche sur l'opinion publique, il sera possible de concevoir et de mettre en œuvre une campagne de sensibilisation de façon efficace et rentable. Les données obtenues dans le cadre de la recherche sur l'opinion publique permettront à Sécurité publique d'optimiser l'incidence de ses initiatives de marketing.

- La recherche de base (phase quantitative) a établi un point de référence pour la campagne tout en permettant de déterminer le niveau actuel de sensibilisation aux enjeux des armes à feu et de dégager les publics cibles. Les constatations tirées de la recherche permettront d'informer les Canadiens et Canadiennes et viendront appuyer les futurs plans et activités en matière de politiques et de communications pour sensibiliser la population relativement à la campagne sur les armes à feu.
- Les séances de discussion ont servi à évaluer les concepts publicitaires qui orienteront les messages de la campagne de façon à déterminer si nos messages interpellent les publics cibles.

I. Constatations détaillées – phase quantitative

A. Croyances et attitudes à l'égard des armes à feu au Canada

1. Pourcentage des ménages qui possèdent une arme à feu

Le quart des ménages canadiens possèdent au moins une arme à feu.

Dans ce sondage, 13 % des répondants affirment posséder personnellement une arme à feu, et un pourcentage semblable indiquent qu'un membre de leur ménage possède une arme. Mis ensemble, ces résultats indiquent que le quart (25 %) des ménages canadiens possèdent au moins une arme à feu, tandis que sept personnes sur dix disent qu'aucun membre de leur ménage ne possède une arme. Un faible pourcentage des répondants (4 %) ignorent si une arme se trouve dans leur foyer. Les hommes sont plus susceptibles que les femmes de dire posséder personnellement une arme à feu.

Possession d'arme à feu – en fonction du sexe

QF Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, possédez une arme à feu de quelque type que ce soit (p. ex., arme de poing, fusil de chasse, arme d'épaule, etc.)?	Total (n = 1 000)	Hommes (n = 1 031)	Femmes (n = 957)
Net : Arme à feu dans le ménage	25 %	29 %	21 %
Moi-même	13 %	20 %	6 %
Un autre membre du ménage	13 %	10 %	16 %
Aucun membre du ménage	72 %	67 %	76 %
Je ne sais pas	4 %	4 %	3 %

Le pourcentage de ménages qui possèdent une arme à feu est assez semblable d'une région à l'autre et dans les communautés de toutes tailles. Le taux de possession est toutefois plus élevé chez les Canadiens plus jeunes : 18 % des répondants âgés de moins de 45 ans disent posséder personnellement une arme à feu, comparativement à 9 % des 45 ans et plus. En raison de cette différence dans les groupes d'âge, la possession d'une arme à feu est aussi plus répandue chez les parents ou les tuteurs d'enfants de moins de 18 ans qu'au sein des ménages sans jeunes enfants (qui tendent à être plus âgés).

Le fait de posséder personnellement une arme à feu est lié à des statuts sociodémographiques plus élevés; en effet, le taux de possession augmente en fonction du revenu du ménage (passant de 8 % chez les répondants gagnant moins de 40 000 \$ à 19 % chez ceux gagnant 150 000 \$ et plus) et il est plus élevé chez les titulaires d'un diplôme d'études supérieures (20 %) ou les personnes qui travaillent à temps plein (19 %). La possession d'une arme à feu est plus répandue chez les personnes nées au Canada (14 %, comparativement à 8 % chez celles nées à l'étranger).

2. Probabilité de posséder une arme à feu à l'avenir chez les non-proprétaires

Deux Canadiens sur dix qui ne possèdent pas actuellement une arme à feu disent qu'il est au moins assez probable qu'ils s'en procurent une à l'avenir, tandis que six personnes sur dix affirment que c'est très improbable.

Les répondants qui ne possèdent pas déjà d'arme à feu devaient indiquer dans quelle mesure il est probable qu'ils s'en procurent une à l'avenir. Deux personnes sur dix affirment qu'il est très (6 %) ou assez (15 %) probable qu'ils deviennent un jour propriétaires d'une arme à feu, tandis que huit personnes sur dix estiment cela assez ou très improbable. La probabilité de se procurer une arme à feu à l'avenir est assez semblable d'une région à l'autre du pays; elle est toutefois moins répandue au Québec (14 %) et plus répandue au Manitoba et en Saskatchewan (31 %).

Probabilité de posséder une arme à feu à l'avenir – en fonction de la région

Sous-échantillon : Répondants qui ne possèdent pas actuellement d'arme à feu

Q1 Dans quelle mesure est-il probable que vous possédiez une arme à feu à l'avenir?	Total (n = 1 421)	Atlantique (n = 98)	Québec (n = 372)	Ontario (n = 515)	Man./ Sask. (n = 93)	Alberta (n = 148)	C.-B. (n = 195)
Net : Probable	21 %	24 %	14 %	20 %	31 %	25 %	24 %
Très probable	6 %	7 %	4 %	6 %	10 %	5 %	6 %
Assez probable	15 %	17 %	11 %	14 %	21 %	20 %	18 %
Net : Improbable	79 %	76 %	86 %	80 %	69 %	75 %	76 %
Assez improbable	20 %	23 %	19 %	19 %	20 %	22 %	18 %
Très improbable	60 %	53 %	66 %	61 %	49 %	53 %	58 %

Suivant les tendances relatives à la possession actuelle d'une arme à feu, le fait de dire qu'il est au moins plutôt probable de se procurer une arme à feu à l'avenir est plus répandu chez les jeunes Canadiens (32 % chez les moins de 45 ans, comparativement à 12 % chez les 45 ans et plus) et chez les hommes (25 %, comparativement à 17 % chez les femmes). Les mêmes tendances sont aussi observées sur le plan socioéconomique, la probabilité étant aussi plus élevée chez les répondants dont le revenu du ménage est d'au moins 80 000 \$ et les titulaires d'un diplôme d'études supérieures. Le fait d'être au moins plutôt susceptible de posséder une arme à feu à l'avenir est beaucoup plus élevé chez les personnes dont un membre du ménage possède une arme (57 %, comparativement à 14 % chez les répondants dont le foyer ne compte aucune arme). Associée à l'âge, la probabilité de posséder une arme à feu à l'avenir est plus élevée chez les parents (32 %, comparativement à 17 % chez les répondants n'ayant pas d'enfant de moins de 18 ans à la maison), surtout si le ménage compte déjà un propriétaire d'arme (69 %).

3. Raisons de posséder une arme à feu

Les principales raisons de posséder une arme à feu sont la chasse sportive et le tir à la cible.

Les répondants dont le ménage compte un propriétaire d'arme devaient indiquer la principale raison pour laquelle ils possèdent une arme. Ils pouvaient choisir parmi quatre raisons potentielles et ajouter d'autres motifs. Les deux raisons les plus souvent invoquées sont la chasse sportive et le tir à la cible, toutes deux mentionnées par un peu moins de la moitié des répondants. Deux personnes sur dix ont dit collectionner les armes à feu, tandis que 13 % des gens ont dit chasser selon les traditions autochtones ou en vertu d'un traité. Parmi les autres raisons, chacune mentionnée par moins de 5 % des répondants, notons la protection ou l'autodéfense, un héritage ou la chasse de subsistance.

Raisons de posséder une arme à feu Sous-échantillon : Répondants dont le ménage possède une arme

Q3 Les gens possèdent des armes à feu pour différentes raisons. Parmi les choix suivants, quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous possédez une arme à feu?	Total (n = 772)
Chasse sportive	46 %
Sport du tir à la cible	45 %
Collection d'armes à feu	19 %
Chasse selon des traditions autochtones ou en vertu d'un traité	13 %
Sécurité/protection/autodéfense	4 %
Héritage/arme reçue de mon père	2 %
Chasse pour s'alimenter	2 %
Autre raison	1 %
Rien/je préfère ne pas répondre	5 %

La chasse sportive est la raison la plus souvent invoquée par les membres des groupes suivants :

- Résidents de petites municipalités ou de régions rurales (54 %)
- Propriétaires d'arme à feu (51 %, comparativement à 41 % chez les répondants qui ne possèdent pas personnellement l'arme dans leur ménage)
- Répondants nés au Canada (49 %, comparativement à 22 % chez ceux qui sont nés à l'étranger)

Le tir à la cible est la raison la plus souvent invoquée par les membres des groupes suivants :

- Résidents de la Colombie-Britannique (59 %)
- Résidents des zones urbaines (48 %) et des banlieues (51 %)
- Hommes (50 %, comparativement à 39 % chez les femmes)
- Propriétaires d'arme à feu (49 %, comparativement à 41 % chez les répondants qui ne possèdent pas personnellement l'arme dans leur ménage)
- Ceux qui sont susceptibles de posséder une arme à feu à l'avenir (52 %)
- Titulaires d'un diplôme d'études supérieures (58 %)

4. Familiarité avec les exigences en matière d'entreposage des armes à feu

Les deux tiers des répondants qui possèdent actuellement une arme à feu connaissent très bien les exigences en matière d'entreposage des armes.

Les répondants dont le ménage possède actuellement une arme et ceux qui estiment au moins assez probable qu'ils se procurent une arme à l'avenir devaient indiquer dans quelle mesure les exigences d'entreposage des armes à feu leur sont familières. Plus de huit membres de ce groupe sur dix disent connaître très bien ou plutôt bien ces exigences, ceux qui possèdent actuellement une arme étant les plus susceptibles de dire les connaître très bien (68 %).

Familiarité avec les exigences en matière d'entreposage des armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Sous-échantillon : Répondants dont le ménage possède une arme ou qui sont susceptibles de posséder une arme à l'avenir

Q4 Dans quelle mesure les exigences en matière d'entreposage des armes à feu vous sont-elles familières? Vous sont-elles...?	Total (n = 963)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Net : Familières	83 %	98 %	75 %
Très familières	41 %	68 %	26 %
Assez familières	42 %	30 %	49 %
Net : Pas familières	17 %	2 %	25 %
Pas très familières	13 %	1 %	22 %
Pas du tout familières	4 %	1 %	4 %

Le fait de connaître au moins plutôt bien les exigences d'entreposage des armes à feu est plus répandu dans les provinces de l'Atlantique (94 % des résidents disent les connaître) et chez les résidents d'un milieu urbain (87 %), les hommes (88 %, comparativement à 77 % chez les femmes) et les parents d'enfants de moins de 18 ans (86 %), surtout ceux qui détiennent une arme à feu à la maison (93 %, dont 53 % qui connaissent très bien les exigences). Aucune tendance claire ne se dégage en fonction du revenu du ménage ou du niveau de scolarité, mais le niveau de familiarité est plus élevé chez les personnes nées au Canada.

5. Familiarité avec la réglementation régissant la possession, les permis, le transport et l'utilisation des armes à feu

Quatre Canadiens sur dix, et presque la totalité des propriétaires d'arme à feu, connaissent au moins un peu la réglementation régissant les armes à feu.

Les Canadiens, qu'ils possèdent ou non une arme à feu, devaient indiquer dans quelle mesure ils connaissent les règlements régissant la possession, les permis, le transport et l'utilisation des armes à feu au Canada. Un peu plus de quatre répondants sur dix indiquent que ces règlements leur sont au moins assez familiers, mais seule une personne sur sept estime qu'ils lui sont très familiers.

En revanche, presque toutes les personnes qui possèdent actuellement une arme à feu disent connaître au moins un peu la réglementation sur les armes à feu, dont plus de six propriétaires sur dix affirmant que celle-ci leur est très familière. Le niveau de familiarité est naturellement plus faible au sein des ménages qui ne possèdent pas d'arme à feu et chez les personnes qui sont peu susceptibles de posséder une arme à l'avenir.

Familiarité avec les règlements régissant les armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q5 Différents règlements régissent la possession, les permis, le transport et l'utilisation des armes à feu au Canada. Dans quelle mesure ces règlements relatifs aux armes à feu vous sont-ils familiers?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Net : Familiers	44 %	96 %	71 %
Très familiers	15 %	63 %	23 %
Assez familiers	29 %	33 %	48 %
Net : Pas familiers	56 %	4 %	29 %
Pas très familiers	29 %	3 %	23 %
Pas du tout familiers	27 %	1 %	6 %

Le niveau de familiarité avec les règlements en matière d'armes à feu est généralement semblable d'une région à l'autre du pays, bien qu'il soit un peu plus faible au Québec (37 % des répondants connaissent au moins plutôt bien la réglementation), où la probabilité de posséder une arme à l'avenir est aussi plus faible. Tout comme pour le fait de posséder actuellement une arme, les hommes disent mieux connaître les règlements que les femmes (53 %, comparativement à 36 %), et les Canadiens plus jeunes sont plus susceptibles que ceux plus âgés de connaître ces règlements dans une certaine mesure (53 % chez les moins de 45 ans, comparativement à 37 % chez les 45 ans et plus). Les mêmes tendances liées à l'âge sont aussi observées selon le statut de parent ou de tuteur, le niveau de familiarité des parents (56 %) étant plus élevé que celui des répondants sans enfant (39 %). Concordant également avec les tendances quant à la possession actuelle d'une arme à feu, le niveau de familiarité avec les règlements sur les armes est associé aux groupes sociodémographiques supérieurs (le niveau de familiarité net passant de 38 % chez ceux ayant un diplôme d'études secondaires ou moins à 50 % chez les titulaires d'un diplôme d'études supérieures, et de 38 % chez les ménages dont le revenu est inférieur à 60 000 \$ à 51 % chez ceux dont le revenu est de 60 000 \$ ou plus).

6. Opinion quant à la sévérité de la réglementation en matière d'armes à feu au Canada

Les Canadiens sont largement convaincus que la réglementation actuelle en matière d'armes à feu est soit parfaitement équilibrée soit pas assez stricte.

Les trois quarts des Canadiens estiment que la réglementation actuelle en matière d'armes à feu est parfaitement équilibrée (33 %) ou qu'elle n'est pas assez stricte (41 %). Seuls 10 % des gens considèrent que la réglementation est trop stricte, tandis que 17 % n'ont pas d'opinion à ce sujet. Il convient de souligner que, même chez ceux qui possèdent actuellement une arme, seul le quart des répondants jugent la réglementation trop stricte, tandis qu'un pourcentage égal est d'avis qu'elle n'est pas assez stricte.

Opinion quant à la sévérité de la réglementation canadienne sur les armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme à feu

Q6 Diriez-vous que la réglementation en matière d'armes à feu au Canada est trop stricte, pas assez stricte ou parfaitement équilibrée?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Pas assez stricte	41 %	26 %	26 %
Parfaitement équilibrée	33 %	46 %	42 %
Trop stricte	10 %	25 %	21 %
Je ne sais pas	17 %	3 %	11 %

Le pourcentage de répondants qui trouvent la réglementation sur les armes à feu parfaitement équilibrée est généralement semblable d'une région à l'autre. Cette opinion est liée au niveau de familiarité avec les règlements sur les armes (qui est quant à lui lié à la possession d'une arme); ainsi, les personnes qui connaissent très bien ces règlements sont plus susceptibles d'affirmer que ceux-ci sont équilibrés (47 %, un pourcentage qui diminue à 18 % chez ceux qui ne connaissent pas du tout les règlements). Les répondants pour qui les règlements sont très familiers sont les plus susceptibles de les trouver trop stricts (23 %) et les moins susceptibles de les trouver pas assez stricts (28 %).

Les groupes suivants sont plus susceptibles de croire que la réglementation actuelle n'est pas assez stricte :

- Résidents du Québec (43 %) et de l'Ontario (43 %)
- Habitants des villes et des banlieues (43 %, comparativement à 33 % chez ceux qui habitent dans des petites municipalités ou des communautés rurales)
- Canadiens plus âgés (47 % chez les 45 ans et plus)
- Diplômés universitaires (48 % chez les titulaires d'un diplôme de premier cycle)

Les groupes suivants sont plus susceptibles de trouver la réglementation actuelle parfaitement équilibrée :

- Canadiens plus jeunes (45 % chez les 18 à 29 ans)
- Ménages comptant un propriétaire d'arme à feu (46 %, y compris 41 % des parents de ce groupe)

7. Opinions sur les armes à feu au Canada

Bien qu'une majorité de Canadiens estiment que les gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence liée aux armes à feu et que l'accessibilité des armes au Canada menace notre sécurité, plusieurs conviennent aussi que le droit d'utiliser des armes à feu pour la chasse sportive ou de subsistance devrait être préservé et qu'il est acceptable de posséder une arme à ces fins.

Les Canadiens, y compris les propriétaires d'arme, ont des opinions contradictoires en ce qui concerne les armes à feu dans notre société. Les trois quarts des répondants, y compris 63 % des personnes qui possèdent actuellement une arme à feu, estiment que les gouvernements devraient jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence liée aux armes à feu. En outre, environ la moitié des gens sont d'avis que l'accessibilité des armes à feu menace notre sécurité et que les collectivités seraient plus sécuritaires si les armes étaient interdites, et disent être personnellement mal à l'aise que des gens utilisent des armes, quelle qu'en soit la raison. Même au sein des propriétaires d'arme à feu, des minorités importantes partagent ces impressions. Parallèlement, les deux tiers des Canadiens s'entendent aussi pour dire que l'utilisation d'armes à feu pour la chasse, sportive ou de subsistance, constitue un mode de vie devant être préservé, et six personnes sur dix croient qu'il n'y a rien de mal à posséder une arme à des fins récréatives. Les personnes qui possèdent une arme ou qui ont l'intention de s'en procurer une sont plus susceptibles de trouver inutile la réglementation des armes à feu, puisque les criminels trouveront toujours un moyen de s'en procurer.

Niveau d'accord net (tout à fait et plutôt d'accord) avec les énoncés sur les armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q7 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord pour dire que les énoncés suivants correspondent à vos convictions personnelles en matière de possession d'armes à feu au Canada?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Nos gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence liée aux armes à feu.	73 %	63 %	60 %
L'utilisation d'armes à feu pour chasser dans le but de subvenir à ses besoins fait partie du mode de vie de nombreux Canadiens, et il faut préserver ce droit.	64 %	80 %	74 %
L'utilisation d'armes à feu pour chasser ou s'adonner au tir sportif ou récréatif constitue un passe-temps pour de nombreux Canadiens, en particulier ceux qui vivent en zone rurale, et il faut préserver ce droit.	62 %	80 %	74 %
Il n'y a rien de mal à posséder une arme à feu pour s'adonner au tir sportif à des fins de loisir ou de compétition.	59 %	82 %	77 %
L'accessibilité des armes à feu au Canada menace notre sécurité.	53 %	40 %	34 %
Si les armes à feu étaient interdites dans ma collectivité, la sécurité y serait accrue.	49 %	37 %	32 %
Je suis personnellement mal à l'aise que des gens utilisent des armes à feu, quelle qu'en soit la raison.	47 %	31 %	30 %
Il est inutile d'essayer de réglementer les armes à feu, puisque les criminels trouveront toujours des moyens de s'en procurer.	44 %	60 %	58 %

Comme le montrent les autres résultats, le lien entre la possession d'une arme à feu et la familiarité avec la réglementation signifie en général que le niveau d'accord avec les énoncés contre les armes augmente à mesure que le niveau de familiarité diminue. L'inverse se produit avec les énoncés favorables aux armes : les personnes qui connaissent le mieux la réglementation sont aussi plus susceptibles de trouver que l'utilisation d'armes à feu pour la chasse ou le sport est acceptable et qu'il faut préserver ce droit. Il convient de souligner que, bien que moins élevée, une majorité des répondants pour qui la réglementation sur les armes à feu n'est pas du tout familière sont tout de même en accord, dans une certaine mesure, avec les énoncés favorables aux armes.

L'âge continue d'être un facteur déterminant, les Canadiens plus âgés (45 ans et plus) étant plus susceptibles que ceux plus jeunes d'être en accord avec plusieurs énoncés, tant pour que contre les armes à feu (le niveau d'accord avec les autres énoncés est semblable d'un groupe d'âge à l'autre) :

- Nos gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence liée aux armes à feu.
- L'utilisation d'armes à feu pour chasser dans le but de subvenir à ses besoins fait partie du mode de vie de nombreux Canadiens, et il faut préserver ce droit.
- L'utilisation d'armes à feu pour chasser ou s'adonner au tir sportif ou récréatif constitue un passe-temps pour de nombreux Canadiens, en particulier ceux qui vivent en zone rurale, et il faut préserver ce droit.
- L'accessibilité des armes à feu au Canada menace notre sécurité.

À l'exception de l'énoncé selon lequel les gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités, lequel a suscité un niveau d'accord semblable dans tout le pays, les énoncés favorables aux armes à feu interpellent davantage les résidents des provinces de l'Atlantique, du Manitoba et de la Saskatchewan et de l'Alberta que ceux de la Colombie-Britannique, du Québec et de l'Ontario, qui tendent à être davantage en accord avec les énoncés contre les armes. Une tendance semblable est observée au sein des communautés de différentes tailles : les habitants des villes et des banlieues sont parmi les plus susceptibles d'être en accord avec les énoncés défavorables aux armes à feu, tandis que ceux des petites municipalités ou des milieux ruraux sont plus susceptibles d'être en accord avec les énoncés favorables aux armes.

Certaines différences sociodémographiques se dégagent également. Les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'être en accord avec les énoncés favorables aux armes, bien qu'une majorité des femmes soient tout de même en accord avec ceux-ci. Les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'être d'avis que les gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les communautés ou de dire qu'elles sont personnellement mal à l'aise que des gens se servent d'armes à feu, quelle qu'en soit la raison. Les personnes nées à l'étranger et celles dont le niveau de scolarité est plus élevé sont les plus susceptibles d'être en accord avec les énoncés contre les armes à feu.

8. Mesure dans laquelle la violence armée menace la sécurité publique dans les communautés

Presque la moitié des Canadiens sont d'avis que la violence par arme à feu constitue au moins une certaine menace à la sécurité publique dans leurs communautés.

A peu près la moitié des Canadiens (47 %) sont d'avis que la violence par arme à feu menace la sécurité publique dans leur communauté. Une autre 47 pourcent estiment que c'est une faible menace ou pas du tout une menace, y compris une faible majorité chez ceux qui possèdent actuellement une arme ou qui pourraient s'en procurer une à l'avenir.

Menace que représente la violence par arme à feu pour la sécurité publique dans les communautés – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q8 En pensant à votre collectivité locale, dans quelle mesure considérez-vous que la violence liée aux armes à feu menace la sécurité publique? Est-ce...?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Net : Menace	47 %	41 %	46 %
Une grande menace	15 %	15 %	11 %
Une moyenne menace	32 %	26 %	35 %
Net : Pas une menace	47 %	56 %	51 %
Une faible menace	34 %	35 %	34 %
Pas du tout une menace	13 %	21 %	17 %
Je ne sais pas	6 %	2 %	3 %

Les résidents de l'Ontario (56 %) sont les plus nombreux à considérer que la violence par arme à feu constitue au moins une certaine menace à la sécurité des communautés; le pourcentage de répondants des autres provinces qui sont de cet avis est semblable d'une province à l'autre (de 34 % à 48 %). Il est plus élevé dans les communautés urbaines (56 %) et diminue en fonction de la taille de la communauté (passant à 20 % dans les petites municipalités et les régions rurales). Cette opinion est moins répandue chez les 60 ans et plus (40 %) que chez les Canadiens plus jeunes (50 %) et, toujours en lien avec l'âge, plus répandue chez les parents d'enfants âgés de moins de 18 ans (53 %, comparativement à 44 % de ceux sans enfant). On n'observe aucune différence importante selon le revenu du ménage, mais le sentiment que la violence armée constitue au moins une certaine menace se retrouve davantage chez les personnes détenant au moins un diplôme universitaire (55 %) que chez celles moins scolarisées (44 % chez les répondants détenant un diplôme d'études secondaires ou moins, 41 % chez ceux ayant poursuivi des études collégiales ou techniques), et est plus présent chez les personnes nées à l'étranger (55 %). Le pourcentage de répondants qui estiment que la violence par arme à feu constitue une menace est généralement semblable peu importe le niveau de familiarité avec la réglementation, mais ceux qui connaissent le mieux celle-ci sont plus susceptibles que ceux qui ne la connaissent pas du tout de juger que ce type de violence ne menace pas la sécurité des communautés.

9. Opinions sur la performance du gouvernement du Canada relativement aux mesures pour contrer la violence par arme à feu

Le tiers des Canadiens estiment que le gouvernement du Canada fait du bon ou de l'excellent travail relativement aux mesures proposées pour contrer la violence par arme à feu; le tiers des gens qualifient sa performance d'acceptable, tandis que deux personnes sur dix la trouvent médiocre.

Le tiers des Canadiens estiment que le gouvernement du Canada fait du bon ou de l'excellent travail pour ce qui est de proposer des mesures pour contrer la violence par arme à feu. Un autre tiers des répondants qualifie la performance du gouvernement à ce sujet d'« acceptable », tandis que 21 % trouvent ces efforts médiocres. Une personne sur dix est incapable de se prononcer à ce sujet. Les personnes qui possèdent actuellement (49 %) ou qui pourraient un jour posséder une arme à feu (42 %) sont plus susceptibles d'avoir une opinion favorable du gouvernement que la population en général.

Évaluation de la performance du gouvernement du Canada pour ce qui est de contrer la violence par arme à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q9 Comment évalueriez-vous la performance du gouvernement du Canada relativement aux mesures proposées pour contrer la violence liée aux armes à feu?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Net : Excellente/bonne	34 %	49 %	42 %
Excellente	7 %	18 %	9 %
Bonne	28 %	31 %	33 %
Net : Acceptable/médiocre	54 %	48 %	53 %
Acceptable	33 %	28 %	32 %
Médiocre	21 %	20 %	21 %
Je ne sais pas	11 %	3 %	5 %

Le pourcentage de répondants qui estiment que le gouvernement du Canada fait du bon ou de l'excellent travail est semblable d'une région à l'autre du pays, quoique plus élevé dans les provinces de l'Atlantique (46 %). Les opinions ne varient pas selon la taille de la communauté, le sexe et le revenu du ménage; les titulaires d'un diplôme d'études supérieures (47 %) et les personnes nées à l'étranger (40 %) sont toutefois plus susceptibles de qualifier la performance du gouvernement de bonne ou d'excellente.

Se rapportant à la possession d'une arme à feu, l'impression que le gouvernement fait du bon ou de l'excellent travail est plus répandue chez les personnes qui disent connaître très bien la réglementation sur les armes, et devient moins présente à mesure que le niveau de familiarité diminue. Bien que le pourcentage de répondants qui jugent que le gouvernement fait au moins du bon travail soit semblable quel que soit le niveau de menace perçu pour la sécurité publique, les personnes qui considèrent que la violence armée constitue une grande menace sont aussi plus susceptibles de qualifier la performance du gouvernement dans ce dossier d'excellente (19 %, tandis que le pourcentage varie entre 3 % et 8 % chez les autres).

10. Légalité ou illégalité souhaitée de différentes catégories d'armes à feu au Canada

Une forte majorité de huit Canadiens sur dix, y compris les deux tiers des propriétaires d'arme à feu, sont d'avis que les armes d'assaut devraient être illégales dans la totalité ou la plupart des cas, tandis que six personnes sur dix (et la moitié des propriétaires d'arme) partagent cet avis pour les armes de poing. Une faible majorité des gens croient que les fusils et les carabines devraient être légaux.

Huit Canadiens sur dix sont d'avis que les armes d'assaut devraient être illégales dans la totalité ou la plupart des cas, et près des deux tiers (63 %) des gens partagent cet avis pour les armes de poing. En ce qui concerne les fusils et les carabines, quatre personnes sur dix estiment que ces armes devraient être illégales, mais un peu plus de la moitié (55 %) pensent le contraire. Les deux tiers des propriétaires d'arme à feu actuels et potentiels affirment que les armes d'assaut devraient être illégales dans la totalité ou la majorité des cas. Ils sont aussi moins susceptibles que les membres de la population générale de penser que les armes de poings devraient être illégales et, lorsqu'il est question des fusils et des carabines, une forte majorité de sept répondants sur dix au sein de ces groupes croient que ces armes devraient être légales dans la totalité ou la majorité des cas.

Légalité ou illégalité souhaitée de différentes catégories d'armes à feu au Canada – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q10 Comme vous le savez peut-être, différentes catégories d'armes à feu sont utilisées au Canada. Selon vous, dans quelle mesure la possession personnelle de chacun des types d'armes à feu suivants devrait-elle être légale ou illégale?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Armes à feu de style « armes d'assaut »			
Net : Illégale	81 %	67 %	67 %
Illégale dans tous les cas	60 %	45 %	34 %
Illégale dans la plupart des cas	22 %	23 %	33 %
Net : Légale	13 %	30 %	28 %
Légale dans la plupart des cas	9 %	20 %	21 %
Légale dans tous les cas	4 %	10 %	7 %
Je ne sais pas	6 %	2 %	5 %
Armes de poing			
Net : Illégale	63 %	49 %	41 %
Illégale dans tous les cas	28 %	16 %	13 %
Illégale dans la plupart des cas	35 %	33 %	29 %
Net : Légale	30 %	48 %	52 %
Légale dans la plupart des cas	23 %	31 %	38 %
Légale dans tous les cas	7 %	16 %	14 %
Je ne sais pas	7 %	3 %	7 %
Fusils et carabines			
Net : Illégale	39 %	28 %	25 %
Illégale dans tous les cas	16 %	12 %	8 %
Illégale dans la plupart des cas	23 %	16 %	17 %
Net : Légale	55 %	71 %	69 %
Légale dans la plupart des cas	40 %	42 %	41 %
Légale dans tous les cas	15 %	29 %	29 %
Je ne sais pas	7 %	1 %	6 %

Les opinions quant à la légalité de ces types d'armes à feu sont généralement semblables d'une région à l'autre; font toutefois exception les Québécois, qui sont plus susceptibles de considérer que les armes de poing devraient être illégales dans la totalité ou la majorité des cas (72 %), ainsi que les Ontariens (45 %) et les Britanno-Colombiens (42 %), qui sont plus susceptibles d'être de cet avis pour les fusils et les carabines. La taille de la communauté a aussi une incidence sur cette question, les résidents des petites municipalités et des régions rurales étant les moins susceptibles de juger que les fusils et les carabines devraient être illégaux (24 %, comparativement à 42 % ailleurs).

L'âge et le sexe constituent aussi des facteurs. Les Canadiens âgés de 45 ans et plus sont plus susceptibles de croire que les armes d'assaut devraient être illégales (88 %, comparativement à 73 % chez les moins de 45 ans), et une tendance semblable se dégage relativement aux armes de poing (69 % chez les 45 ans et plus et 56 % chez les moins de 45 ans). Les personnes de moins de 45 ans sont toutefois plus susceptibles que les répondants plus âgés d'être d'avis que les fusils et les carabines devraient être illégaux (45 %, comparativement à 34 % chez les Canadiens plus âgés). Les hommes et les femmes sont tout aussi susceptibles de trouver que les armes d'assaut devraient être illégales, mais les femmes sont un peu plus enclines que les hommes à partager cette opinion pour les armes de poing (66 % et 61 %, respectivement) ou les fusils et les carabines (43 % et 34 %). Les répondants nés à l'étranger sont plus susceptibles que ceux nés au Canada de considérer que les fusils et les carabines devraient être illégaux (54 % et 36 %, respectivement), mais les membres de ces deux groupes partagent des opinions semblables à propos des autres types d'armes à feu.

Le fait de penser que chacun de ces types d'armes à feu devrait être illégal est moins répandu chez les personnes qui affirment que la réglementation des armes à feu au Canada leur est très familière, et plus répandu chez ceux qui ne connaissent pas très bien ou pas du tout la réglementation. Cette opinion est aussi plus répandue chez les personnes qui estiment que la violence armée constitue une grande menace pour la sécurité de leur communauté, et sa popularité diminue en fonction de la gravité perçue de la menace.

B. La sécurité des enfants et les armes à feu

La question suivante a été posée aux trois Canadiens sur dix (29 %) qui ont indiqué être le parent ou la principale personne responsable d'un enfant âgé de moins de 18 ans. Pour plus de simplicité, nous ferons référence aux membres de ce groupe comme étant des « parents ». Les questions suivantes s'adressaient aux parents qui ont indiqué avoir une arme à feu à la maison (37 % des parents, ou 11 % de la population totale).

1. Utilisation et accessibilité actuelles des armes à feu au Canada considérées comme une menace à la sécurité des enfants

Six parents sur dix, qu'ils aient ou non une arme à la maison, sont d'avis que l'utilisation et l'accessibilité des armes à feu menacent la sécurité de leurs enfants.

Six parents sur dix sont d'avis que l'utilisation et l'accessibilité actuelles des armes à feu menacent la sécurité de leurs propres enfants, et ce, qu'ils aient ou non une arme à la maison.

Menace de la sécurité des enfants par l'utilisation et l'accessibilité actuelles des armes à feu

Sous-échantillon : Parents ou principaux responsables d'enfants âgés de moins de 18 ans

Q12 Selon vous, est ce que l'utilisation et l'accessibilité actuelles des armes à feu au Canada menacent-elles la sécurité de vos propres enfants?	Total des parents (n = 708)	Parents avec arme à feu dans le ménage (n = 383)	Parents sans arme à feu dans le ménage (n = 302)
Oui	61 %	59 %	61 %
Non	39 %	41 %	39 %

Le pourcentage de répondants qui considèrent que les armes à feu constituent une menace pour leur enfant est plus élevé en Ontario (68 %), mais statistiquement semblable ailleurs (allant de 51 % dans les provinces de l'Atlantique à 63 % en Colombie-Britannique). Ce sentiment est plus répandu chez les habitants de zones urbaines (69 %), et sa popularité diminue en fonction de la taille des communautés (atteignant 45 % dans les petites municipalités et les régions rurales). On n'observe aucune différence en fonction du sexe. Aucune tendance nette ne se dégage en fonction du revenu du ménage, bien que cette opinion se retrouve davantage chez les parents ayant poursuivi des études universitaires (66 %) que chez ceux détenant un diplôme d'études secondaires ou moins (53 %). Le sentiment que son enfant est menacé par les armes à feu est plus répandu chez les personnes qui ne sont pas nées au Canada (72 %), celles qui considèrent que la violence armée constitue une grande menace pour la sécurité des communautés (88 %) et celles qui jugent que le gouvernement fait de l'excellent travail pour ce qui est de lutter contre la violence armée (73 %).

2. Discussion avec les enfants sur la sécurité en matière d'armes à feu

Les trois quarts des parents ayant une arme à feu à la maison ont discuté de la sécurité des armes à feu avec leur enfant.

Les parents possédant une arme à feu à la maison devaient indiquer s'ils ont déjà discuté de la sécurité des armes avec leur enfant. Les trois quarts d'entre eux ont discuté de ce sujet (il convient de noter que l'âge des enfants n'a pas été demandé; il est donc possible que les autres enfants aient été trop jeunes pour une telle discussion).

Discussion avec les enfants sur la sécurité des armes à feu

Sous-échantillon : Ménages avec enfant qui possèdent une arme à feu

Q13 Avez-vous déjà parlé de sécurité en matière d'armes à feu avec votre ou vos enfants?	Parents avec arme à feu dans le ménage (n = 383)
Oui	75 %
Non	25 %

Les parents qui habitent dans une communauté urbaine (80 %) ou qui sont eux-mêmes propriétaires d'une arme à feu (81 %) sont plus susceptibles d'avoir déjà discuté de ce sujet avec leur enfant. On n'observe aucune différence en fonction du revenu du ménage, et aucune tendance nette ne se dégage selon le niveau de scolarité. Les discussions sur la sécurité en matière d'armes à feu ont le plus souvent eu lieu chez les parents qui disent connaître très bien la réglementation sur les armes (84 %) et ceux qui estiment que le gouvernement fait de l'excellent (83 %) ou du bon (81 %) travail pour ce qui est de lutter contre la violence armée.

3. Niveau de préoccupation à l'idée que les enfants accèdent à des armes à feu mal sécurisées

Les deux tiers des parents qui ont une arme à la maison craignent dans une certaine mesure que leur enfant accède à une arme entreposée de façon non sécuritaire et se mette en danger.

Les deux tiers des parents qui ont une arme à la maison se disent très (33 %) ou assez (32 %) préoccupés à l'idée que leur enfant puisse accéder à une arme entreposée de façon non sécuritaire et se mettre en danger.

Niveau de préoccupation à l'idée que les enfants accèdent à des armes à feu mal sécurisées

Sous-échantillon : Ménages avec enfant qui possèdent une arme à feu

Q14 Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) à l'idée que vos enfants puissent avoir accès à des armes à feu entreposées de façon non sécuritaire et se mettre en danger?	Parents avec arme à feu dans le ménage (n = 383)
Net : Préoccupés	65 %
Très préoccupés	33 %
Assez préoccupés	32 %
Net : Pas préoccupés	35 %
Pas très préoccupés	18 %
Pas du tout préoccupés	17 %

Les Québécois (76 %) et les Ontariens (72 %), de même que les résidents des communautés urbaines (74 %), sont plus nombreux à s'inquiéter à ce sujet. Le niveau de préoccupation est aussi plus élevé chez les parents plus jeunes (71 % chez les 18 à 29 ans, 68 % chez les 30 à 44 ans et 47 % chez les 45 à 59 ans). Cette question inquiète davantage les personnes qui considèrent que la violence par arme menace grandement la sécurité de

leur communauté (89 %) et qui trouvent que le gouvernement fait du bon (81 %) ou de l'excellent (79 %) travail pour y remédier.

C. Sensibilisation aux enjeux, aux lois et à la réglementation en matière d'armes à feu

1. Organisations canadiennes faisant la promotion de la sécurité en matière d'armes à feu

La vaste majorité des Canadiens (dont neuf propriétaires d'arme à feu sur dix) ne sont pas en mesure de nommer une organisation ayant lancé des campagnes de publicité ou de promotion visant à sensibiliser les gens aux enjeux concernant la sécurité des armes à feu.

Les Canadiens devaient indiquer s'ils connaissent des groupes au Canada qui sensibilisent la population à la sécurité en matière d'armes à feu (il convient de noter qu'aucun nom d'organisation n'a été fourni; les mentions étaient donc spontanées). Seuls 4 % des répondants avaient entendu parler de tels groupes. La capacité de nommer au moins une organisation contribuant à sensibiliser les gens à la sécurité en matière d'armes à feu est faible partout au pays ainsi que dans les différents sous-groupes; les personnes qui possèdent une arme et ceux qui connaissent très bien la réglementation à ce sujet sont les plus susceptibles d'être en mesure de nommer un tel groupe (11 % des répondants dans chacun de ces segments).

Seuls de très petits pourcentages de répondants ont mentionné l'une ou l'autre des organisations; le gouvernement du Canada ou Sécurité publique Canada n'ont pas été mentionnés par plus de deux personnes. Parmi les autres organisations nommées principalement par les propriétaires d'arme à feu, notons les clubs de tir locaux, les groupes de chasse et pêche comme l'Ontario Federation of Anglers and Hunters ainsi que les associations de conservation de la faune (y compris Canards Illimités).

Organisations canadiennes qui lancent des campagnes de publicité ou de promotion pour sensibiliser les gens aux enjeux sur la sécurité en matière d'armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q15 Connaissez-vous des groupes ou des organismes au Canada qui ont fait la publicité et/ou la promotion de la sensibilisation aux enjeux en matière de sécurité liée aux armes à feu? SI OUI, lesquels?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)
Non, je n'en ai pas entendu parler	96 %	89 %
NRA (National Rifle Association of America)	< 1 %	0 %
Association canadienne pour les armes à feu	< 1 %	1 %
Cours de sécurité dans le maniement des armes à feu	< 1 %	1 %
Coalition canadienne pour le droit aux armes à feu (CCFR)	< 1 %	1 %
Coalition pour le contrôle des armes	< 1 %	< 1 %
FSESO (Firearm Safety Education Service of Ontario)	< 1 %	1 %
Autre	2 %	5 %
Je ne sais pas/pas de réponse/je ne me souviens pas du nom	1 %	2 %

2. Connaissance spontanée des nouvelles mesures du gouvernement du Canada pour contrer la violence par arme à feu

Seul un très faible pourcentage de Canadiens peuvent nommer spontanément, sans choix de réponse, des mesures récemment annoncées par le gouvernement du Canada pour contrer la violence liée aux armes à feu.

Les Canadiens devaient indiquer s'ils ont entendu parler de nouvelles mesures annoncées récemment par le gouvernement du Canada pour contrer la violence liée aux armes à feu (aucune mesure n'était présentée; les mentions étaient donc spontanées). Neuf personnes sur dix ont été incapables de penser spontanément à de telles mesures, tandis que 6 % (dont 9 % des propriétaires d'arme) ont mentionné l'interdiction des armes d'assaut; les autres mesures ont été mentionnées par au plus 1 % des répondants.

Mesures du gouvernement du Canada pour lutter contre la violence armée mentionnées spontanément – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q16 Avez-vous entendu parler de nouvelles mesures récemment annoncées par le gouvernement du Canada pour contrer la violence liée aux armes à feu?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Interdiction des armes d'assaut/armes à feu/interdiction de possession de carabines et d'armes de chasse	6 %	9 %	7 %
Lois/règlements stricts en matière d'armes à feu/nouvelles mesures de contrôle des fusils	1 %	2 %	1 %
Ajout d'armes à feu à la liste d'articles interdits/prohibition de certains types de fusils	1 %	2 %	1 %
Programme de rachat	1 %	< 1 %	1 %
(Nouveau) registre des armes à feu	< 1 %	< 1 %	0 %
Confiscation de fusils/carabines inscrits au registre	< 1 %	1 %	1 %
Autre	1 %	3 %	1 %
Je ne sais pas/pas de réponse	1 %	2 %	2 %
Non, rien	89 %	82 %	87 %

L'interdiction des armes d'assaut est la mesure la plus connue, tant à l'échelle du pays que dans l'ensemble des sous-groupes. Ce pourcentage représente une faible minorité, bien qu'il soit un peu plus élevé chez les 60 ans et plus (9 %), les hommes (9 %, comparativement à 4 % chez les femmes), les titulaires d'un baccalauréat (9 %) et les personnes qui connaissent bien ou très bien la réglementation sur les armes à feu (9 %).

3. Connaissance guidée des nouvelles mesures du gouvernement du Canada pour contrer la violence par arme à feu

Peu de Canadiens ont beaucoup entendu parler des récentes mesures du gouvernement fédéral pour contrer la violence par arme à feu, mais la plupart ont au moins entendu quelques renseignements au sujet de l'interdiction des armes d'assaut ou du programme de rachat.

Les Canadiens se sont vu présenter une brève description de six mesures annoncées par le gouvernement du Canada pour contrer la violence armée, puis devaient indiquer s'ils en avaient déjà entendu parler. La majorité des répondants indiquent avoir entendu parler au moins quelque peu de l'interdiction des armes d'assaut et du programme de rachat. Deux personnes sur dix ont beaucoup entendu parler de l'interdiction des armes d'assaut, mais au plus une personne sur dix a beaucoup entendu parler de chacune des autres initiatives. (Il convient de noter que, comme le nom d'*Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs* est plutôt explicite, il se peut que le niveau de connaissance soit surévalué.)

En revanche, au moins six propriétaires d'arme à feu sur dix ont entendu parler au moins quelque peu de chacune des initiatives une fois celles-ci présentées; les membres de ce groupe sont aussi beaucoup plus susceptibles que les membres du grand public d'avoir beaucoup entendu parler de chaque mesure.

**Connaissance guidée des mesures du gouvernement du Canada pour lutter contre la violence armée
– en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme**

Q17 Plusieurs nouvelles politiques du gouvernement fédéral visant à contrer la violence liée aux armes à feu ont fait l'objet de discussions. Dans quelle mesure avez-vous entendu parler de chacune de ces politiques? En avez-vous...?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Interdiction de toutes les armes à feu de style « armes d'assaut »			
Beaucoup entendu parler	21 %	41 %	25 %
Un peu entendu parler	44 %	44 %	46 %
Pas du tout entendu parler	35 %	16 %	29 %
Programme de « rachat » dans le cadre duquel le gouvernement du Canada fournira une indemnisation aux propriétaires en échange des armes à feu interdites			
Beaucoup entendu parler	13 %	30 %	19 %
Un peu entendu parler	45 %	48 %	48 %
Pas du tout entendu parler	42 %	22 %	33 %
Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs			
Beaucoup entendu parler	9 %	23 %	12 %
Un peu entendu parler	36 %	49 %	48 %
Pas du tout entendu parler	55 %	28 %	39 %
Nouvelles règles sur l'entreposage sécuritaire des armes à feu			
Beaucoup entendu parler	9 %	27 %	15 %
Un peu entendu parler	30 %	39 %	41 %
Pas du tout entendu parler	61 %	34 %	44 %
Lutte contre les « achats par intermédiaire » (où une personne détenant un permis achète une arme à feu et la revend à une personne qui n'a pas le droit d'en posséder une)			
Beaucoup entendu parler	8 %	25 %	15 %
Un peu entendu parler	25 %	38 %	38 %
Pas du tout entendu parler	67 %	37 %	47 %
Octroi aux municipalités/collectivités du droit de restreindre davantage ou d'interdire la possession d'armes de poing			
Beaucoup entendu parler	8 %	21 %	11 %
Un peu entendu parler	25 %	40 %	40 %
Pas du tout entendu parler	68 %	39 %	49 %

Le niveau de connaissance de ces mesures est sensiblement le même à l'échelle du pays et au sein des autres sous-groupes. Les Québécois sont légèrement moins nombreux que les résidents des autres provinces à avoir beaucoup entendu parler de l'interdiction des armes d'assaut.

Certaines différences démographiques méritent également d'être mentionnées. Les hommes sont plus susceptibles que les femmes de dire avoir beaucoup entendu parler de chaque initiative, même s'ils représentent tout de même une minorité dans la totalité des cas. Outre l'interdiction des armes d'assaut, le fait d'avoir beaucoup entendu parler des autres mesures est plus répandu chez les moins de 45 ans; en lien avec l'âge, les parents sont plus susceptibles que les répondants sans enfant de moins de 18 ans d'avoir beaucoup entendu parler de chaque mesure. Aucune tendance nette ne se dégage sur le plan du niveau de scolarité ou du revenu du ménage, et les résultats ne varient pas en fonction du lieu de naissance (au Canada ou ailleurs).

Comme on pouvait s’y attendre, les personnes qui connaissent très bien la réglementation relative aux armes à feu et celles qui jugent que le gouvernement fait de l’excellent travail pour contrer la violence armée sont celles qui ont le plus entendu parler de chacune des initiatives. De plus, à l’exception de l’interdiction des armes d’assaut (qui génère des résultats semblables), le fait d’avoir beaucoup entendu parler de chaque mesure est plus répandu chez les gens qui considèrent que la violence armée menace grandement la sécurité de leur communauté.

4. Soutien ou opposition aux mesures proposées pour contrer la violence par arme à feu

Les Canadiens appuient largement chacune des nouvelles mesures visant à contrer la violence liée aux armes à feu au Canada.

Une majorité d'au moins sept Canadiens sur dix se disent au moins plutôt favorables à chacune des six nouvelles mesures du gouvernement du Canada visant à contrer la violence par arme à feu. Le niveau de soutien global accordé à quatre des initiatives est sensiblement le même, mais il convient de mentionner encore une fois qu'en raison de son nom purement descriptif, l'*Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs* a pu être perçue de façon plus favorable que si des détails précis avaient été connus. L'appui au programme de rachat et à l'octroi aux municipalités du droit de restreindre ou d'interdire les armes de poing est légèrement inférieur, bien qu'il soit tout de même accordé par la majorité. Le niveau d'appui global pour chacune de ces mesures est généralement semblable au sein du grand public et chez les propriétaires d'arme à feu, bien que ces derniers soient moins susceptibles de se dire tout à fait pour l'une ou l'autre des initiatives. La principale exception est la mesure visant à octroyer aux municipalités le pouvoir de restreindre la possession d'armes de poing, qui suscite beaucoup moins d'appui auprès des propriétaires d'arme qu'auprès du grand public.

Opinion quant aux mesures visant à contrer la violence armée au Canada – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q18 Dans quelle mesure seriez-vous pour ou contre chacune de ces mesures visant à contrer la violence liée aux armes à feu au Canada?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs			
Net : Pour	82 %	80 %	68 %
Tout à fait pour	56 %	45 %	38 %
Interdiction de toutes les armes à feu de style « armes d'assaut »			
Net : Pour	82 %	71 %	67 %
Tout à fait pour	62 %	49 %	36 %
Lutte contre les « achats par intermédiaire » (où une personne détenant un permis achète une arme à feu et la revend à une personne qui n'a pas le droit d'en posséder une)			
Net : Pour	81 %	78 %	71 %
Tout à fait pour	58 %	48 %	37 %
Nouvelles règles sur l'entreposage sécuritaire des armes à feu			
Net : Pour	79 %	72 %	68 %
Tout à fait pour	46 %	31 %	25 %
Programme de « rachat » dans le cadre duquel le gouvernement du Canada fournira une indemnisation aux propriétaires en échange des armes à feu interdites			
Net : Pour	73 %	70 %	58 %
Tout à fait pour	39 %	33 %	25 %
Octroi aux municipalités/collectivités du droit de restreindre davantage ou d'interdire la possession d'armes de poing			
Net : Pour	70 %	57 %	52 %
Tout à fait pour	38 %	26 %	21 %

Le niveau d'appui global à l'égard de ces mesures est très comparable à l'échelle du pays, quelle que soit la taille de la communauté. On observe certaines différences en fonction de l'âge des répondants, l'appui à l'égard de

chaque mesure étant plus élevée chez les plus de 45 ans que chez les Canadiens plus jeunes, bien que ces derniers se disent tout de même majoritairement favorables aux initiatives. Les opinions sont aussi semblables chez les membres des deux sexes, bien que les femmes soient plus susceptibles que les hommes d'être favorables à l'interdiction des armes d'assaut (85 % et 79 %, respectivement). Aucune tendance nette ne se dégage en fonction du revenu du ménage, du niveau de scolarité ou du pays de naissance. Le niveau d'appui est plus élevé chez les personnes qui considèrent que la violence armée constitue une grande menace pour la sécurité publique dans leur communauté et diminue en fonction de la menace perçue, bien que les personnes qui estiment que la violence armée n'est pas du tout une menace soient tout de même majoritairement favorables à l'ensemble des mesures.

5. Évaluation de l'efficacité globale des mesures visant à contrer la violence par armes à feu

Les trois quarts des Canadiens estiment que les nouvelles mesures proposées par le gouvernement fédéral pour contrer la violence par arme à feu seront au moins assez efficaces.

Les trois quarts des Canadiens estiment que les nouvelles mesures proposées par le gouvernement fédéral, prises dans leur ensemble, seront au moins assez efficaces pour réduire la violence par arme à feu au Canada, même si relativement peu d'entre eux (15 %) croient qu'elles seront très efficaces. Les propriétaires d'arme à feu sont un peu plus susceptibles que les membres du grand public (soit le quart) de juger que les mesures seront *très* efficaces, mais le pourcentage d'efficacité net demeure semblable chez les propriétaires et les non-propriétaires.

Efficacité perçue des mesures visant à contrer la violence armée au Canada – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q19 Selon vous, à quel point ces mesures dans leur ensemble sont-elles ou seront-elles efficaces pour réduire la violence liée aux armes à feu au Canada? Pensez-vous que ces mesures sont ou seront...?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
Net : Efficaces	75 %	72 %	69 %
Très efficaces	14 %	26 %	15 %
Assez efficaces	60 %	46 %	54 %
Net : Pas efficaces	25 %	28 %	31 %
Pas très efficaces	19 %	20 %	21 %
Pas du tout efficaces	6 %	8 %	10 %

Le fait de croire que ces mesures seront au moins assez efficaces est moins répandu en Alberta (67 %) et au Québec (68 %), et plus répandu en Ontario (79 %) et dans les provinces de l'Atlantique (83 %). Cette opinion est également davantage partagée par les habitants des zones urbaines (77 %) que par ceux des petites municipalités ou des communautés rurales (69 %). Les résultats varient également en fonction de l'âge, les répondants de moins de 45 ans étant plus susceptibles de considérer que ces mesures seront efficaces (79 %) que les 45 ans et plus (71 %).

L'efficacité des nouvelles mesures est perçue sensiblement de la même façon selon le revenu du ménage, mais les diplômés universitaires en sont davantage convaincus que les personnes moins scolarisées. Cet optimisme se retrouve aussi davantage chez les personnes nées à l'étranger (81 %, comparativement à 73 % chez celles nées au Canada). Le fait de croire que ces mesures seront efficaces est plus répandu chez les personnes qui

considèrent que la violence armée constitue une menace pour la sécurité de leur communauté que chez celles qui ne considèrent pas ce phénomène comme une menace, de même que chez les gens qui estiment que le gouvernement fait du bon (91 %) ou de l'excellent (89 %) travail pour contrer la violence armée; cette opinion diminue en fonction de l'évaluation de la performance, passant à 54 % chez ceux qui croient que le gouvernement fait un travail médiocre à cet égard.

6. Connaissance par les propriétaires d'arme à feu des mesures et des programmes proposés par le gouvernement fédéral relativement aux armes à feu

Neuf propriétaires d'arme à feu sur dix ont entendu parler au moins un peu des mesures proposées en lien avec les armes à feu; le tiers d'entre eux en ont beaucoup entendu parler.

Le tiers des propriétaires d'arme à feu disent avoir beaucoup entendu parler des politiques proposées par le gouvernement concernant les armes à feu, tandis que 57 % en ont entendu parler un peu. Un propriétaire sur dix n'a rien entendu à ce sujet.

Connaissance des mesures et des programmes proposés par le gouvernement fédéral relativement aux armes à feu

Sous-échantillon : Propriétaires d'arme à feu

Q20 En tant que personne actuellement propriétaire d'une ou de plusieurs armes à feu, dans quelle mesure aviez-vous entendu parler de ces programmes et mesures proposés par le gouvernement fédéral en lien avec les armes à feu?	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)
J'en avais beaucoup entendu parler	32 %
J'en avais un peu entendu parler	57 %
Je n'en avais pas du tout entendu parler	11 %

Le niveau de familiarité avec les nouvelles mesures est sensiblement le même à l'échelle du pays. Les personnes habitant en zone urbaine sont les plus susceptibles d'avoir beaucoup entendu parler de ce sujet (37 %, comparativement à 24 % dans les petites municipalités et les régions rurales). Les propriétaires d'arme à feu plus jeunes sont beaucoup plus susceptibles d'avoir entendu parler de ces mesures (41 % chez les moins de 45 ans en ont beaucoup entendu parler, comparativement à 19 % chez les 45 ans et plus). Aussi en lien avec l'âge, les propriétaires d'arme qui sont parents sont plus susceptibles que ceux sans enfant d'avoir beaucoup entendu parler de ces initiatives (45 % et 21 %, respectivement). Le pourcentage de répondants qui ont beaucoup entendu parler de ces mesures est semblable selon le revenu du ménage, mais les Canadiens dont le revenu est plus faible sont plus susceptibles que ceux dont le revenu est plus élevé de dire n'avoir rien entendu à ce sujet. De la même façon, ceux ayant poursuivi des études secondaires ou moins sont plus susceptibles que les autres d'avoir entendu parler seulement un peu, voire pas du tout, de ces mesures.

Le fait d'avoir beaucoup entendu parler de ces mesures est plus répandu chez les propriétaires d'arme pour qui la réglementation est très familière (41 %) ainsi que chez les gens qui croient que la violence armée constitue une grande menace pour leur communauté (63 %) et qui estiment que le gouvernement fédéral fait un excellent travail à ce sujet (64 %).

7. Possession d'un type d'armes à feu nouvellement prohibé

Le quart des propriétaires d'arme à feu disent posséder l'un des types d'armes à feu nouvellement prohibés.

Le quart des propriétaires d'arme à feu disent posséder l'un des types d'armes à feu nouvellement prohibés qui seraient admissibles au programme de rachat, tandis qu'une personne sur dix n'est pas certaine à ce sujet et croit qu'il s'agit d'une possibilité.

Possession de l'un des types d'armes à feu nouvellement prohibés admissibles au programme de rachat

Sous-échantillon : Propriétaires d'arme à feu

Q21 Possédez-vous actuellement l'un ou l'autre des types d'armes à feu nouvellement prohibés qui seraient admissibles au programme de « rachat » du gouvernement fédéral?	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)
Oui	26 %
Non	59 %
Incertains	13 %
Préfèrent ne pas répondre	2 %

Les membres des groupes suivants sont plus nombreux à admettre posséder l'un des types d'armes prohibés :

- Résidents de l'Ontario (30 %)
- Résidents d'un milieu urbain (32 %)
- Canadiens âgés de moins de 45 ans (35 %).
- Parents d'un enfant de moins de 18 ans (40 %)
- Titulaires d'un diplôme d'études supérieures (36 %)
- Canadiens qui connaissent très bien la réglementation régissant les armes à feu (31 %)
- Canadiens qui considèrent que la violence armée menace grandement leur communauté (61 %)
- Canadiens qui estiment que le gouvernement fait de l'excellent travail dans le dossier de la violence armée (59 %)

8. Intérêt à l'égard du programme de rachat des armes à feu prohibées

La vaste majorité des propriétaires d'arme à feu qui possèdent une arme nouvellement prohibée affirment qu'ils participeraient certainement ou probablement au programme de rachat.

Parmi le quart des propriétaires d'arme à feu qui avouent posséder une arme nouvellement prohibée, plus de huit sur dix participeraient certainement (49 %) ou probablement au programme de rachat. Environ un propriétaire sur six n'y participerait pas.

Participation au programme de rachat

Sous-échantillon : Répondants qui possèdent actuellement une arme nouvellement prohibée

Q22 Participeriez-vous au programme de « rachat » des armes à feu nouvellement prohibées du gouvernement fédéral?	Propriétaires d'une arme prohibée (n = 238)
Net : Oui	84 %
Oui, certainement	49 %
Oui, probablement	35 %
Non	16 %

Les échantillons dans chaque sous-groupe sont généralement de petite taille; les résultats doivent donc être interprétés avec prudence. Voici tout de même les groupes dont les membres sont les plus susceptibles de prendre part au programme de rachat :

- Résidents de petites municipalités ou de régions rurales (27 %)
- Canadiens âgés de 45 ans et plus (29 %) ou sans enfant (25 %)
- Canadiens qui considèrent que la violence armée ne menace que peu ou pas du tout la sécurité de leur communauté (30 %)
- Canadiens qui qualifient la performance du gouvernement d'acceptable ou de médiocre concernant la violence armée (32 %)

9. Principales sources d'actualités et d'information sur la réglementation en matière d'armes à feu

La moitié des Canadiens, dont près de six propriétaires d'arme à feu sur dix, indiquent que les sites Web gouvernementaux sont leur principale source d'information concernant la réglementation en matière d'armes à feu.

Les Canadiens devaient indiquer les sources qu'ils consultent pour obtenir des actualités et de l'information sur la réglementation en matière d'armes à feu (les astérisques dans le tableau marquent les réponses qui étaient présentées; les répondants pouvaient également ajouter d'autres réponses). Les principales sources d'actualités et d'information sur les règlements en matière d'armes à feu sont les sites Web du gouvernement (52 %) et les médias sociaux (20 %). Le pourcentage de répondants qui mentionnent les points de vente en magasin et les blogues destinés aux propriétaires d'arme est plus élevé chez les personnes qui possèdent une arme qu'au sein de la population générale.

Principales sources d'actualités et d'information sur la réglementation en matière d'armes à feu – en fonction de la possession ou de l'intention de posséder une arme

Q23 Quelles sont vos deux principales sources de nouvelles et d'information sur les règlements en matière d'armes à feu?	Total (n = 2 000)	Propriétaires d'arme à feu (n = 579)	Répondants susceptibles de posséder une arme à l'avenir (n = 302)
* Sites Web gouvernementaux (p. ex., GRC, Sécurité publique Canada)	52 %	58 %	47 %
* Médias sociaux (p. ex., groupes Facebook, Twitter, etc.)	20 %	15 %	23 %
Nouvelles à la télévision/radio	10 %	2 %	3 %
* Points de vente d'armes à feu en magasin	5 %	8 %	8 %
* Blogues destinés aux propriétaires d'armes à feu	5 %	10 %	9 %
* Points de vente d'armes à feu en ligne	2 %	3 %	6 %
* Expositions d'armes à feu	2 %	3 %	3 %
Famille/amis/bouche-à-oreille	1 %	1 %	2 %
Journaux/magazines	1 %	0 %	0 %
Médias grand public	1 %	< 1 %	0 %
Autre	< 1 %	0 %	< 1 %
Rien/je ne suis pas les nouvelles	2 %	0 %	1 %
Je ne sais pas/pas de réponse	< 1 %	0 %	0 %

Les sites Web gouvernementaux sont la source la plus mentionnée à l'échelle du pays ainsi que dans l'ensemble des sous-groupes. Les médias sociaux sont plus populaires chez les répondants âgés de 18 à 29 ans (34 %) ainsi que chez ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (24 %) ou détenant un diplôme d'études secondaires ou moins (23 %).

II. Constatations détaillées – phase qualitative

A. Première vague : évaluation des concepts d’animatique et des URL

La première vague de dix séances virtuelles de discussion en groupe a été conçue dans le but d’évaluer la réaction des gens à divers concepts publicitaires présentés sous la forme d’animatiques. Trois concepts de publicité numérique de 30 secondes portant sur des enjeux liés à la sécurité des armes à feu ont été évalués dans le cadre de ces 10 séances. Les participants se sont vu présenter une animatique à la fois, puis en ont discuté avant de passer au concept suivant. L’ordre de présentation des publicités était choisi au hasard pour chaque séance.

Les concepts publicitaires évalués étaient les suivants :

CONCEPT D – « La vérité en face »

CONCEPT H – « Être responsable »

CONCEPT M – « Un endroit sécuritaire »

Les réactions à l’égard de différentes options d’URL pour la page de renvoi citée dans les publicités ont également été testées.

11. Observations générales

Les participants ne possédant pas d’arme ont réagi très favorablement à l’idée que le gouvernement du Canada transmette des messages sur la violence armée. La réaction des propriétaires d’arme était plus complexe.

Dans l’ensemble, les participants ne possédant pas d’arme à feu ont réagi très favorablement à l’idée que le gouvernement du Canada transmette des messages sur la violence armée et les mesures prises pour la contrer. Bien que cet enjeu n’ait pas été pour eux une préoccupation de premier plan avant de voir les concepts publicitaires, ceux-ci ont réussi à sensibiliser les participants à ce sujet. Les participants ne possédant pas d’arme à feu ont tous réagi sensiblement de la même façon aux concepts publicitaires, quelle que soit leur région de résidence. Il est apparu clairement que l’enjeu de la violence armée était important lors des séances tenues dans les provinces de l’Atlantique, où plusieurs personnes ont établi un lien avec les récentes tueries en Nouvelle-Écosse.

La réaction des propriétaires d’arme était plus complexe. Certains, en particulier ceux possédant plusieurs armes à feu, se sont montrés très critiques à l’égard des mesures mentionnées dans les publicités, notamment l’interdiction des armes d’assaut; cette terminologie a été perçue comme mal définie, et les participants avaient l’impression qu’il s’agissait d’une attaque inutile à l’endroit des propriétaires d’arme respectueux des lois. Ils se sont particulièrement arrêtés sur la déclaration portant sur les armes d’assaut, excluant souvent les autres éléments de la publicité. Les propriétaires avaient le plus souvent l’impression de déjà fournir leur part d’efforts et souhaitaient davantage savoir sur ce qui est fait pour lutter contre les armes illégales et la criminalité.

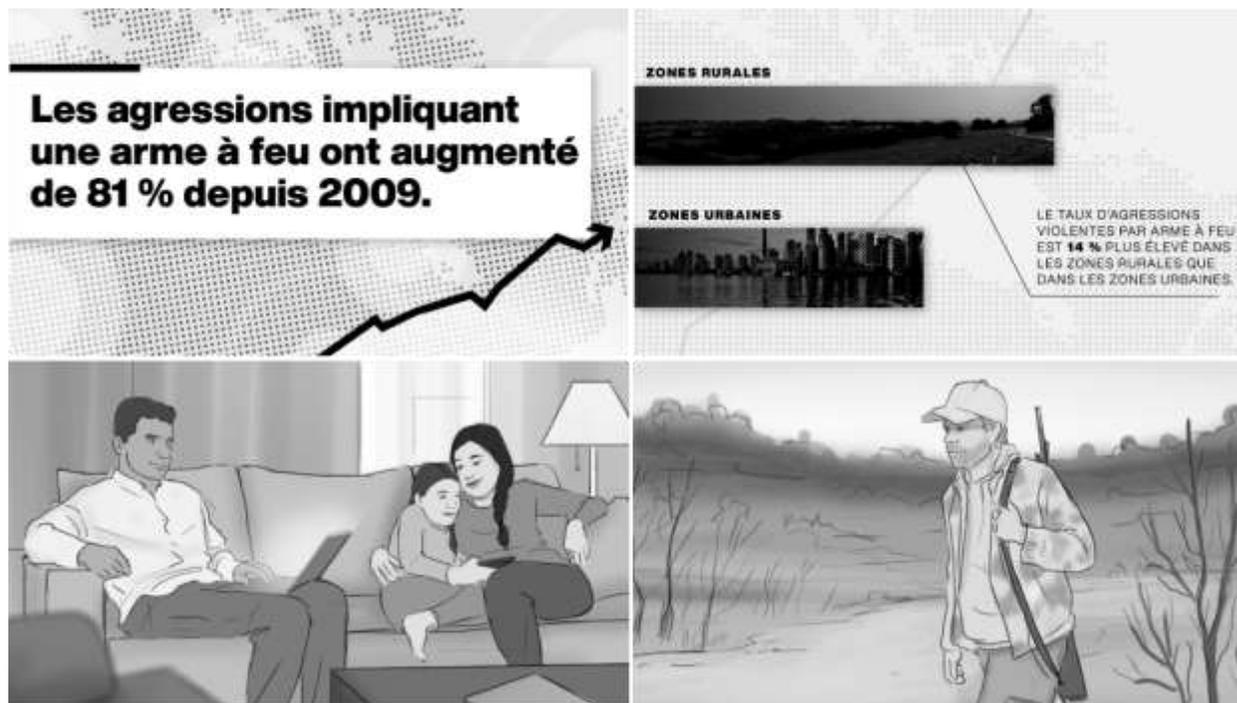
Bien que certains propriétaires d’arme aient apprécié les concepts publicitaires les montrant sous un jour favorable, en particulier le concept H, d’autres n’ont pas aimé être présentés dans un concept publicitaire, quel qu’il soit. Ils ne souhaitaient pas être au centre de messages du gouvernement et étaient fâchés d’être associés à des activités criminelles avec violence.

La réaction générale des propriétaires d'arme à l'égard de ces concepts et de l'enjeu global de la sécurité en matière d'armes à feu variait d'une région à l'autre. Les propriétaires de l'Alberta et de l'Ontario, dont plusieurs possèdent plusieurs armes, se sont montrés plus critiques envers le gouvernement concernant ses politiques générales régissant les armes à feu et étaient d'avis que les propriétaires d'arme respectueux des lois étaient injustement ciblés. Comme mentionné, la récente interdiction des armes d'assaut a particulièrement suscité la controverse, certains participants relevant que le sens même d'« arme d'assaut » était très vague dans ce contexte. Ils avaient tendance à percevoir cet enjeu dans une perspective très politique et estimaient que le gouvernement tentait d'exploiter l'enjeu de la violence par arme à feu. Les propriétaires d'arme à feu du Québec, du Canada atlantique et de la Colombie-Britannique ont pour leur part réagi assez différemment. Ils étaient beaucoup plus nombreux à ne posséder qu'une seule arme à feu, et celle-ci revêtait un rôle beaucoup moins important dans leur quotidien. Plusieurs ont dit chasser le gibier à l'occasion seulement ou encore posséder une arme reçue en héritage qu'ils n'utilisent pratiquement jamais. Ils n'avaient pas tendance à se sentir personnellement touchés par l'interdiction des armes d'assaut et n'ont pas réagi spontanément à cette mention dans l'une ou l'autre des publicités.

12. Animatiques : évaluations individuelles

Le concept intitulé « La vérité en face » a été perçu comme la plus efficace des trois publicités, tant aux yeux des propriétaires que des non-propriétaires d'arme à feu.

CONCEPT D – « La vérité en face »



Le concept D, intitulé « La vérité en face », a été perçu comme la plus efficace des trois publicités, tant aux yeux des propriétaires que des non-propriétaires d'armes à feu. La plupart des participants ont retenu de cette publicité que la violence par arme à feu est en hausse au Canada, que le gouvernement prend des mesures pour y remédier et que les Canadiens, en particulier les propriétaires d'arme, ont tous un rôle à jouer pour y parvenir. Certains propriétaires d'arme ont perçu le message de façon accusatoire, se concentrant principalement sur les éléments les concernant et les nouvelles lois.

La plupart des participants se sont intéressés aux statistiques et ont apprécié le ton général du message. La majorité était d'avis que ce concept publicitaire s'adressait à tous les Canadiens et qu'il était plus susceptible que les autres de donner aux propriétaires d'arme l'impression de pouvoir faire partie de la solution plutôt que d'être montrés du doigt.

La vaste majorité des participants ont indiqué que ce concept était le plus susceptible de les inciter à rechercher de plus amples renseignements ou à cliquer sur le lien fourni à la fin de la publicité. Ils ont apprécié le fait que la publicité, en plus de les informer sur la menace croissante que représente la violence armée, communiquait un message de responsabilité partagée plutôt que de jeter le blâme sur les personnes qui possèdent une arme. Ils ont aussi aimé que le message soit appuyé par des faits plutôt que de miser sur la peur et qu'il exprime clairement que le gouvernement prend des mesures à cet égard.

Le concept publicitaire présentait quatre statistiques, lesquelles ont été abordées dans les séances :

1. *Les agressions impliquant une arme à feu ont augmenté de 81 % depuis 2009.*
2. *Les homicides par arme à feu ont augmenté de 43 % depuis 2009.*
3. *Le taux d'agressions violentes par arme à feu est 14 % plus élevé dans les zones rurales que dans les zones urbaines.*
4. *Les introductions par effraction commises spécifiquement dans le but de voler des armes à feu ont plus que triplé entre 2009 et 2018.*

En général, le recours à des statistiques et à des diagrammes dans le concept D a été bien accueilli par tous les participants, et plusieurs ont indiqué que les statistiques pourraient les inciter à cliquer sur la publicité pour en savoir plus. Plusieurs participants ont eu l'impression d'avoir appris quelque chose. Les propriétaires d'arme, dont certains se sont montrés sceptiques quant à la véracité de certains faits présentés dans le concept D, ont indiqué que la publicité piquerait leur curiosité à en savoir plus.

La plupart des participants ont trouvé les statistiques pertinentes, et certains ont été surpris ou choqués par ces faits. Certains se doutaient ou savaient déjà que le taux d'homicides par arme à feu était en hausse, bien que les statistiques aient laissé entendre une augmentation encore plus rapide que celle à laquelle ils s'attendaient. Les statistiques les plus frappantes pour les participants étaient celles selon lesquelles les agressions impliquant une arme à feu ont augmenté de 81 % depuis 2009 et les introductions par effraction commises spécifiquement dans le but de voler des armes à feu ont plus que triplé durant cette période. Plusieurs participants, en particulier ceux ne possédant pas d'arme, ont indiqué ne jamais avoir pensé auparavant que des contrevenants pourraient s'introduire par effraction dans des lieux dans le seul but de voler des armes à feu.

Les discussions qui ont eu lieu durant les séances ont généré des impressions et des observations généralement positives, surtout en ce qui a trait à l'utilisation des diagrammes et des statistiques.

- Quelques personnes ont indiqué que le concept D avait changé certaines idées préconçues qu'ils se faisaient à propos de la violence armée; par exemple, la comparaison entre les régions rurales et les centres urbains en a frappé certains, tandis que d'autres ont été étonnés d'apprendre que les crimes sont souvent commis avec des armes volées au Canada, et non introduites au pays depuis les États-Unis.
- Dans l'ensemble, en raison de son recours à des statistiques précises, le concept D est la seule publicité perçue par les participants comme offrant quelque chose de nouveau ou d'original. Les participants ont

pu établir un lien net entre les statistiques et l'importance du maniement et de l'entreposage sécuritaires des armes à feu à laquelle la publicité fait allusion.

- La flèche vers le haut au début de la publicité qui illustre la hausse de la violence par arme à feu a été très marquante pour plusieurs personnes.

Bien que le concept D ait été généralement bien reçu, les participants ont formulé certaines critiques plutôt mineures ainsi que certains points à améliorer :

- Bien que les statistiques aient été populaires dans l'ensemble, certains participants ont dit craindre qu'il y en ait trop et qu'elles défilent trop rapidement. Certains ont relevé que le contenu de la publicité était « lourd » et que les renseignements présentés étaient peut-être trop abondants pour pouvoir être absorbés.
- Les participants ont suggéré de se concentrer sur une ou deux statistiques pour que celles-ci puissent demeurer à l'écran un peu plus longtemps, ou encore de produire plusieurs publicités, chacune présentant des statistiques différentes.
- Les propriétaires d'arme se sont montrés quelque peu sceptiques à l'égard des statistiques, certains ayant l'impression que les faits étaient présentés de façon délibérément alarmante. Certains ont indiqué qu'ils souhaiteraient en apprendre plus à propos des statistiques pour pouvoir les réfuter.

CONCEPT H – « Être responsable »



Les participants des deux segments étaient d'avis que le principal message véhiculé par le concept H (« Être responsable ») est que les propriétaires d'arme sont des Canadiens responsables, centrés sur la famille, qui doivent fournir leur part d'efforts pour réduire la violence armée en entreposant leurs armes à feu correctement. Même si tous s'entendaient sur le message que la publicité tentait de communiquer, les propriétaires et les non-propriétaires y ont réagi différemment.

Les non-propriétaires avaient généralement une opinion positive de la publicité, mais ils avaient souvent l'impression que celle-ci s'adressait uniquement aux propriétaires d'arme, et donc qu'elle ne les concernait pas. Les propriétaires, en revanche, avaient l'impression que le concept les visait directement, mais ils n'ont pour la plupart pas trouvé qu'il s'agissait d'une façon efficace de leur rappeler leurs responsabilités; certains ont d'ailleurs eu une attitude défensive à propos du message.

Certaines personnes dans les deux segments ont reconnu qu'un entreposage incorrect contribue aux crimes et à la violence par arme à feu, mais elles avaient l'impression que le concept n'établissait aucun lien avec un type de crimes précis, un taux de criminalité ou une quelconque hausse de la violence armée au fil du temps. Certains étaient aussi d'avis que la publicité indiquait que la plupart des propriétaires d'arme sont des personnes convenables ayant une famille.

Très peu de participants ont dit que la publicité les amènerait à agir, bien que quelques non-propriétaires aient indiqué la possibilité qu'ils la partagent ou la rediffusent sur les réseaux sociaux à l'intention de leurs amis ou de membres de leur famille possédant une arme à feu.

Les discussions portant sur ce concept publicitaire ont généré des commentaires tant positifs que négatifs :

- Presque tous les propriétaires d'arme se sont sentis visés par le concept H, mais certains ont remis en question l'utilité d'une publicité visant à leur rappeler comment entreposer leurs armes de façon sécuritaire alors qu'il s'agit déjà d'un aspect important des cours pour obtenir son permis d'arme à feu et des responsabilités des propriétaires d'armes. Ils ont laissé entendre que de tels rappels sur le maniement sécuritaire des armes ou les renseignements sur les nouvelles lois seraient plus facilement communiqués au moyen d'un avis direct. Certains propriétaires d'arme ont relevé que la publicité serait plus efficace si elle s'adressait aux nouveaux propriétaires d'arme, qui sont moins expérimentés et qui connaissent moins bien la réglementation.
- Malgré cette impression, les propriétaires d'arme ont admis que, même s'ils prennent toutes les précautions possibles, ils n'ont aucun contrôle sur les actions des autres, et ils ont semblé interpellés par la mention de « ce que les autres pourraient faire ».
- Bien que les participants aient eu l'impression que cette publicité s'adressait principalement aux propriétaires d'arme à feu, certains ont relevé quelques aspects qui pourraient s'appliquer de façon plus générale aux Canadiens :
 - La publicité sensibilise les non-propriétaires aux obligations associées à la possession d'une arme à feu.
 - Les personnes qui ne possèdent pas d'arme à feu peuvent connaître un propriétaire; elles ou leurs enfants peuvent visiter une maison où est entreposée une arme à feu.
 - Une personne ne possédant pas actuellement une arme peut s'en procurer une demain ou à l'avenir.
- Certains participants dans les deux groupes, surtout chez ceux ne possédant pas d'arme à feu, ont trouvé que la publicité a réussi à ne pas jeter le blâme sur les propriétaires, mettant plutôt l'accent sur un problème et une solution sans offenser qui que ce soit. Les propriétaires n'étaient cependant pas toujours d'accord avec ce point de vue, et certains n'ont pas aimé être visés par une publicité sur ce sujet. Ils avaient l'impression d'être encore une fois dépeints comme étant « le problème » aux yeux des non-propriétaires.
- La plupart des participants ont apprécié la représentation positive d'un propriétaire d'arme à feu comme une personne centrée sur la famille et respectueuse des lois, mais étaient d'avis que le

gouvernement devrait mettre davantage l'accent sur les criminels et les activités illégales liées aux armes à feu, et non sur les propriétaires d'arme en règle.

- Les images d'un homme qui range son arme sous clé ont été l'un des éléments les plus marquants de ce concept.
- Dans certains groupes, les propriétaires ont trouvé que l'affirmation sur l'interdiction des armes d'assaut était choquante et qu'elle ne cadrerait pas avec le ton général de la publicité. Cette impression a été soulevée dans les discussions sur chacun des trois concepts publicitaires, mais a été ressentie davantage dans le concept H. Comme mentionné précédemment, la réaction négative à la mention de l'interdiction des armes d'assaut a été particulièrement remarquée chez les résidents de l'Alberta et de l'Ontario possédant plusieurs armes à feu.
- Dans le groupe de participants ne possédant pas d'arme, les femmes ont eu tendance à remarquer les enfants dans la publicité et ont trouvé qu'il s'agissait d'un aspect important à prendre en considération relativement à la sécurité des armes à feu (ce thème a aussi été abordé dans une certaine mesure pour le concept M).

Les participants dans les deux segments ont formulé des commentaires constructifs sur la façon dont ce concept publicitaire pourrait être amélioré :

- Un propriétaire d'arme a mentionné que la publicité devrait montrer différents types d'armes à feu entreposées correctement, et non seulement des carabines, puisque cela pourrait dresser un certain portrait des propriétaires de ce type d'armes.
- Certaines personnes ont trouvé que le propriétaire d'arme narrant la publicité avait un air et un ton maussades ou déprimés, comme s'il était mécontent des règles et des responsabilités liées aux armes à feu, ce qui rendait le message plus ambigu. À leur avis, un léger changement dans l'ambiance ou le ton de la publicité rendrait celle-ci plus efficace. Cet aspect a été relevé davantage dans les groupes anglophones que dans les groupes francophones.
- Les propriétaires d'arme en particulier avaient l'impression que les nouveaux renseignements pertinents ou les changements concernant les lois sur les armes à feu doivent être communiqués directement aux titulaires d'un permis de possession d'armes à feu. Dans plusieurs cas, les propriétaires d'arme ont indiqué ne pas trop savoir en quoi l'interdiction des armes d'assaut les concernait et aimeraient pouvoir obtenir de l'information précise à ce sujet.
- Très peu de participants, en particulier chez les propriétaires d'arme, ont eu l'impression d'avoir appris quoi que ce soit en visionnant cette publicité, et le concept n'a modifié en rien les perceptions à l'égard de la violence armée. Certaines personnes ont suggéré d'ajouter à la publicité certains faits, comme ceux présentés dans le concept D, afin de la rendre plus efficace.

CONCEPT M – « Un endroit sécuritaire »



Le concept M, intitulé « Un endroit sécuritaire », était le moins attrayant des trois, tant pour les propriétaires que pour les non-propriétaires d'arme à feu. Les participants en ont principalement retenu que, même si les Canadiens considèrent que le Canada est un endroit sûr où habiter, la violence armée constitue une menace croissante pour les gens de toutes les classes sociales, dans les communautés urbaines et rurales, et que nous devons travailler ensemble en tant que société pour assurer la sécurité de tous.

Les participants, en particulier dans le groupe de propriétaires d'arme, semblaient aussi d'avis que cette publicité était davantage un message d'intérêt public à propos des nouvelles lois sur les armes qu'un véritable appel à l'action. Plusieurs étaient d'avis que ce concept publicitaire ferait augmenter la peur et l'anxiété à propos des armes à feu, sans présenter de faits clairs. Font toutefois exception les propriétaires d'arme de la Colombie-Britannique, qui ont apprécié le fait que la publicité n'attirait pas l'attention sur eux.

Le concept M n'a pas été perçu comme étant particulièrement marquant par la majorité des participants, lesquels l'ont souvent décrit comme une publicité générique du gouvernement présentant une diversité de gens et des lieux typiquement canadiens, mais sans lien clair avec le message. Bien que plusieurs participants aient relevé que le concept mettait en scène la diversité en présentant des gens de différentes origines ethniques et de différents groupes d'âge, et que le message parlait de travailler « ensemble » (ou « together »), cet aspect a principalement contribué au sentiment que la publicité représentait un cliché sans substance.

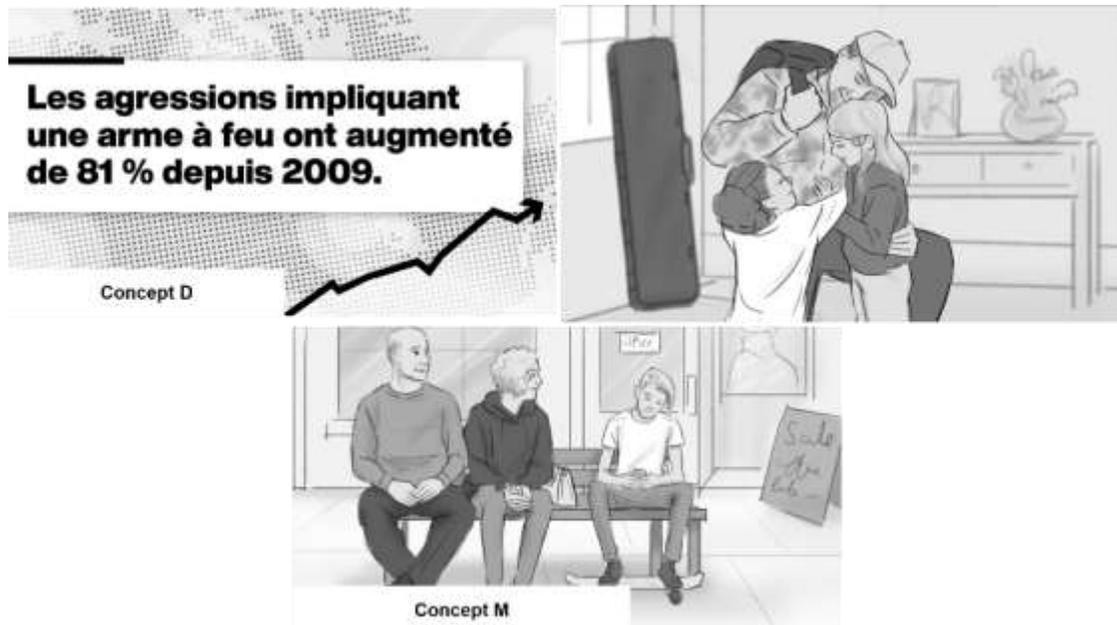
Les discussions à propos de ce concept publicitaire étaient généralement moins étoffées, les participants y réagissant moins qu'ils ne l'ont fait pour les deux autres concepts :

- Les propriétaires d'arme ont eu tendance à rejeter le concept M, jugeant qu'il ciblait principalement les résidents de milieu urbain qui en savent probablement très peu sur les armes à feu et les personnes qui en possèdent.
- Les non-propriétaires ont apprécié le message central sur la sécurité, mais étaient presque toujours d'avis que les arguments étaient véhiculés de façon plus efficace par les statistiques et diagrammes du concept D.

- L'argument lié aux armes d'assaut ressort plus clairement dans cette publicité.
- La mention de l'effort collectif est aussi exprimée plus clairement dans cette publicité, selon les participants.
- Les participants ont relevé que, même si cette publicité indique que le gouvernement prend des mesures pour contrôler la violence armée, elle n'explique pas ce qu'eux-mêmes peuvent faire, en tant que citoyens. Ils ont compris qu'ils ont probablement un rôle à jouer, mais la publicité ne les oriente pas vers des mesures précises.
- Quelques personnes ont noté que la publicité fait mention de la hausse de la violence armée au Canada et que cela pourrait les inciter à visiter le site Web pour en savoir plus à propos de ce fait précis; sinon, rien dans le concept ne les incitait à consulter le site ou à prendre toute autre mesure.
- Certains participants ont mentionné que des faits plus concrets, comme ceux présentés dans le concept D, pourraient faire en sorte que la publicité les interpelle davantage.

13. Évaluation comparative des concepts publicitaires

La vaste majorité des participants, tant chez les propriétaires que chez les non-propriétaires d'arme à feu, ont considéré que le concept D, « La vérité en face », était la plus efficace des trois publicités présentées.



Après avoir discuté de chacun des trois concepts, les participants se sont vu présenter de nouveau les trois publicités, l'une après l'autre, et ont été invités à choisir celle qui réussit le mieux à communiquer le fait que le gouvernement prend des mesures pour réduire la violence armée et qui les inciterait à obtenir de plus amples renseignements. La vaste majorité des participants, tant chez les propriétaires que chez les non-propriétaires d'arme à feu, ont considéré que le concept D, « La vérité en face », était le plus efficace. Comme indiqué précédemment, l'utilisation de diagrammes et de statistiques a attiré l'attention des participants et les a sensibilisés au fait que la violence armée constitue un problème croissant au Canada. Il a été relevé que cette publicité est pertinente pour tous les Canadiens, qu'ils possèdent ou non une arme à feu, et qu'elle intègre un message sur les responsabilités des propriétaires d'arme sans les dépeindre comme étant la source du problème. Tous se sont généralement entendus pour dire que ce concept publicitaire donnait l'impression que le gouvernement s'occupait du dossier et qu'il prenait cet enjeu au sérieux. Presque aucun participant n'a remarqué le lien menant vers un site Web à la fin de la publicité, mais plusieurs ont compris que le fait de cliquer sur une publicité en ligne les mènerait inévitablement vers une page de renvoi. Le concept D était manifestement le plus susceptible d'inciter les gens à cliquer sur la publicité, ne serait-ce que pour en savoir plus sur les statistiques mentionnées et leur permettre d'obtenir de plus amples renseignements sur l'enjeu de la violence par arme à feu.

La plupart des participants ont convenu que le concept H réussissait le mieux à présenter les propriétaires d'arme à feu comme faisant partie de la solution en associant à des chiffres un problème lié à l'entreposage inadéquat des armes à feu, mais cette impression n'était pas unanime. Certains propriétaires n'ont pas aimé être associés au problème de cette façon. Il a été noté que, si l'objectif de la publicité était de redorer l'image des propriétaires d'arme à feu auprès de la population générale du Canada, alors une certaine version du concept H devrait être utilisée. Toutefois, selon les participants, le problème du concept H est que le message sous-jacent à propos des efforts déployés par le gouvernement pour accroître la sécurité des armes à feu est éclipsé par le message perçu à propos des propriétaires d'arme.

Le concept M a très rarement été choisi comme le plus efficace, et ce, sur tous les points. Les participants qui préfèrent une publicité dont le message cible concerne les propriétaires d'arme se sont tournés vers le concept H, tandis que, pour ceux qui sont davantage touchés par une publicité démontrant le problème croissant de la violence armée, les diagrammes et statistiques du concept D étaient beaucoup plus intéressants que les images familiales et communautaires plus douces caractérisant le concept M.

Certains propriétaires d'arme se sont systématiquement opposés à l'expression « armes d'assaut » dans l'ensemble des concepts publicitaires et ont eu de la difficulté à surmonter cette distraction et à porter attention aux autres éléments des publicités.

Les participants ont été invités à indiquer ce qu'ils aimeraient voir dans une publicité sur ce sujet et qui ne figurait dans aucun autre concept présenté. Ils ont le plus souvent dit souhaiter que les publicités présentent davantage les mesures prises par le gouvernement pour lutter contre les armes illégales et les activités criminelles liées aux armes à feu. Les propriétaires d'arme étaient tout particulièrement d'avis que cette information était beaucoup plus importante et pertinente que les renseignements sur les armes d'assaut.

14. Adresses URL de la campagne

Les participants ont manifesté une forte préférence pour l'URL d'origine de la campagne, qui était présentée dans les concepts mêmes (Canada.ca/armes-à-feu).

Après avoir pris connaissance des concepts publicitaires, les participants se sont vu présenter six options d'URL qui s'afficherait à la fin de la publicité pour renvoyer au site de Sécurité publique Canada. Presque tous les

participants ont remarqué la présence d'une URL à la fin de la publicité, sur laquelle les gens peuvent cliquer pour obtenir de plus amples renseignements, mais la majorité ne se souvenait pas précisément des mots qu'elle comprenait. Les URL évaluées étaient les suivantes :

- A. *Canada.ca/armes-à-feu*
- B. *Canada.ca/réduire-la-violence-par-armes-à-feu*
- C. *Canada.ca/arrêter-la-violence-par-armes-à-feu*
- D. *Canada.ca/armes-à-feu-sécuritaires*
- E. *Canada.ca/sécurité-des-armes-à-feu*
- F. *Canada.ca/collectivités-sans-armes-à-feu*

En général, tant les propriétaires que les non-propriétaires d'arme à feu ont préféré l'URL affichée dans les concepts mêmes (*Canada.ca/armes-à-feu*). Ils ont trouvé cette URL brève et facile à retenir et étaient d'avis qu'elle se passait d'explication. Les autres options d'URL ont généralement été perçues comme trop longues et comportant trop de traits d'union. Cette préférence était encore plus marquée dans les séances en français, puisque toutes les URL étaient plus longues et comprenaient plus de traits d'union dans cette langue. Par conséquent, les participants francophones ont préféré l'URL *Canada.ca/armes-a-feu* aux autres options, dont certaines comportaient jusqu'à quatre traits d'union.

Les propriétaires se sont montrés plutôt susceptibles à l'égard des URL qui pouvaient insinuer un lien entre les armes à feu ou les propriétaires d'arme et la violence, et ont laissé entendre qu'ils seraient moins enclins à cliquer sur des URL comprenant des formulations telles que « *arrêter-la-violence-par-armes-à-feu* » ou « *collectivités-sans-armes-à-feu* », préférant des termes plus neutres.

Bien qu'ils ignoraient ce à quoi ils devaient s'attendre du site Web, les participants se sont généralement entendus pour dire qu'une page de renvoi du nom d'« *armes à feu* » hébergerait probablement un contenu varié organisé selon différentes rubriques et traitant des sujets présentés par les autres URL, comme la sécurité des armes à feu et la protection des communautés.

B. Deuxième vague : évaluation du succès de la publicité « La vérité en face » et des bannières publicitaires

La deuxième vague, qui consistait en dix séances virtuelles de discussion en groupe, a été conçue dans le but d'évaluer les réactions à l'égard de la vidéo réalisée pour la publicité numérique intitulée « *La vérité en face* ». Les participants se sont vu présenter la publicité numérique de 30 secondes à deux reprises, puis ont eu l'occasion de discuter de leurs réactions initiales et de poser leurs questions. Pour approfondir les observations et les réactions des participants, la publicité a été présentée une troisième et dernière fois, et suivie d'une autre discussion. Plusieurs versions des bannières publicitaires ont également été évaluées durant ces séances.

1. Observations générales sur la publicité « La vérité en face »

Les participants possédant une arme à feu ont réagi de façon plutôt défavorable à la publicité, avançant que celle-ci était motivée par des considérations politiques et qu'elle était susceptible de stigmatiser les propriétaires d'arme en règle en les faisant paraître comme étant responsables de la violence armée. Les non-propriétaires d'arme ont quant à eux réagi plus favorablement.



Les gens ont généralement réagi très différemment selon qu'ils possèdent ou non une arme à feu. Les propriétaires d'arme ont eu tendance à réagir plutôt négativement à la publicité. Plusieurs étaient d'avis que celle-ci était motivée par des considérations politiques et qu'elle tendait à stigmatiser les propriétaires d'arme en règle en les faisant paraître comme responsables de la hausse de la violence par arme à feu, un sentiment souvent exacerbé par les récentes lois régissant les armes à feu. Ils ont largement remarqué les faits et les statistiques présentés, mais les ont souvent rejetés ou minimisés. Ils ont perçu la publicité comme s'adressant surtout au grand public et se sont sentis provoqués par la mention de l'interdiction des armes d'assaut.

Les membres de la population générale ne possédant pas d'arme ont réagi plus favorablement à la publicité et y ont vu un moyen d'informer les gens à propos de la violence par arme à feu tout en rappelant à ceux qui possèdent une arme d'entreposer celle-ci de façon sécuritaire.

Plusieurs ont suggéré de diviser la publicité en deux versions distinctes : l'une avisant le public de la hausse de la violence par arme à feu, l'autre présentant des renseignements clairs sur la façon d'entreposer une arme de façon sécuritaire.

2. Publicité « La vérité en face » – groupes de propriétaires d'arme à feu

Les propriétaires d'arme à feu étaient d'avis que la publicité véhiculait deux messages contradictoires et n'ont pas aimé être associés à une publicité sur la violence armée. Ils étaient sceptiques quant à la véracité des diagrammes et des statistiques présentés dans la publicité.

Plusieurs participants au sein des groupes de propriétaires d'arme à feu ont indiqué voir « deux publicités en une ». Ils ont perçu la première partie comme une « tactique alarmiste » et ont dit craindre qu'elle amène la population générale à considérer les propriétaires d'arme comme étant la source du problème de violence armée. Ils se sont davantage identifiés à la deuxième partie, qui met en scène un propriétaire d'arme qui est père de famille et qui entrepose son arme de façon sécuritaire. Certains propriétaires (surtout ceux qui possèdent plus d'une arme) ont vu dans la publicité une attaque à leur endroit motivée par des considérations politiques. D'autres ont apprécié davantage le rappel sur l'entreposage sécuritaire des armes à feu et se sont sentis bien représentés, même s'ils sont convaincus que les propriétaires d'arme responsables prennent déjà toutes les mesures nécessaires.

Dans l'ensemble, les propriétaires n'ont pas aimé que des fusils de chasse soient représentés dans le même contexte que les statistiques sur la hausse des crimes liés aux armes à feu. Les propriétaires qui se servent de leur fusil pour chasser et qui estiment suivre les règlements avec diligence ne croient pas que de tels crimes sont

liés à eux ou aux chasseurs en général. Ils craignent que la publicité induise la population générale en erreur. Les propriétaires d'arme à feu ont reconnu que la violence armée constitue un problème croissant, mais ils ont trouvé insultant que la publicité insinue qu'ils font partie du problème. Ils étaient d'avis qu'une publicité sur le sujet devrait plutôt être axée sur les mesures prises pour lutter contre les criminels et la contrebande d'armes.

Plusieurs participants étaient irrités par le fait que les fusils de chasse soient représentés dans le même contexte que les statistiques sur la hausse de la criminalité par arme à feu. Selon eux, les propriétaires d'arme sont des chasseurs et des tireurs sportifs responsables qui respectent les règles à la lettre et n'ont rien à voir avec la hausse de la criminalité impliquant des armes à feu. Ils ont dit craindre que la publicité les stigmatise et induise la population générale en erreur. Plusieurs participants ont réagi de façon plutôt négative à la mention de l'interdiction des armes d'assaut, qui a été largement perçue comme inefficace.

Les diverses statistiques présentées dans la publicité, en particulier celle sur la hausse de 81 % de la violence armée, ont suscité des discussions animées; les propriétaires d'arme se sont souvent montrés sceptiques à l'égard des statistiques et les ont déclarées mal fondées. Ils ont remis les sources en question et se sont demandé si elles n'auraient pas été prises hors de leur contexte. La plupart des gens n'ont pas été surpris d'entendre que la violence armée en région rurale était comparable à celle dans les milieux urbains. Le fait que le nombre d'introductions par effraction dans le but de voler des armes à feu a triplé a interpellé davantage les propriétaires, puisque cela pourrait les toucher directement. Il a été noté que les statistiques présentées dans la publicité défilaient très rapidement et qu'il était difficile d'y porter attention. Cet aspect s'inscrit dans une critique plus large selon laquelle la publicité semblait contenir trop de messages et de renseignements.

Plusieurs participants avaient l'impression que la publicité s'adressait principalement aux Canadiens qui ne possèdent pas d'arme pour convaincre ceux-ci que les armes constituent une menace et que le gouvernement allait assurer leur sécurité. Pour cette raison, la publicité a souvent été qualifiée de « politique » ou de « propagande ». En général, les propriétaires d'arme n'ont pas eu l'impression d'être le public ciblé par la publicité, même si celle-ci faisait mention, à la fin, de l'entreposage et de la sécurité des armes à feu.

3. Publicité « La vérité en face » – groupes de membres du grand public

Les participants ne possédant pas d'arme à feu ont réagi plus favorablement à la publicité; à leur avis, le principal message véhiculé portait sur la hausse des crimes commis au moyen d'une arme à feu et sur le fait que les Canadiens doivent s'en inquiéter et que les propriétaires d'armes doivent être prudents.

Les participants ne possédant pas d'arme à feu ont généralement réagi beaucoup plus favorablement à la publicité. À leur avis, le principal message véhiculé portait sur la hausse des crimes commis au moyen d'une arme à feu et sur le fait que les Canadiens doivent s'en inquiéter et que les propriétaires d'armes doivent être prudents. Même si certains se sont sentis effrayés, tristes ou émotifs après avoir visionné la publicité, ils ont tout de même trouvé le message important.

Les membres du grand public ne possédant pas d'arme à feu étaient plus susceptibles que les propriétaires d'arme de croire les statistiques présentées et de les accepter d'emblée. Ils étaient tout particulièrement choqués par la hausse de 81 % de la violence armée, ainsi que par les statistiques comparant la violence en milieu urbain et en milieu rural.

Ceux qui ont mentionné avoir des amis ou des membres de leur famille qui possèdent des armes étaient plus réticents à reprocher la violence armée aux propriétaires responsables, qui, supposaient-ils, entreposent déjà leurs armes de façon sécuritaire.

La plupart étaient d'avis que la publicité s'adressait au « Canadien moyen » qui ne possède pas d'arme, mais qui a entendu parler de la violence armée dans les médias, et qu'elle servait à rappeler les mesures prises par le gouvernement pour lutter contre ce problème. Un petit nombre de participants ont trouvé que la publicité ciblait les propriétaires pour leur rappeler d'entreposer leurs armes de façon sécuritaire et se sont demandé en quoi elle était pertinente pour les gens qui ne possèdent pas d'arme.

Certains participants des séances se déroulant en français ont relevé que l'utilisation du mot « ensemble » portait à confusion, car, à leur avis, les propriétaires d'arme sont ceux qui doivent assumer la responsabilité de réduire la violence armée; ils ne pouvaient voir en quoi devait consister le rôle du reste de la population.

Plusieurs étaient aussi d'avis que les renseignements présentés étaient trop nombreux et défilaient à l'écran trop rapidement, et que la publicité comportait trop de messages. Selon certains, une publicité portant sur la violence armée doit montrer des images plus dures et présenter une plus grande variété d'armes, en plus d'adopter une approche plus prescriptive quant à la façon d'accroître la sécurité des armes à feu.

4. Bannières publicitaires pour les médias sociaux

La plupart des participants ont dit préférer une bannière publicitaire présentant l'image d'une personne qui commet une introduction par effraction; les propriétaires d'arme préfèrent ne pas être représentés dans des publicités portant sur la violence armée.

Les participants se sont vu présenter plusieurs séries de bannières publicitaires sur la sécurité des armes à feu et la violence armée qui seraient utilisées sur les médias sociaux. La première série comprenait deux bannières, chacune présentée sous la forme d'un carrousel alternant entre deux images et d'une version consolidée en une seule image renfermant l'ensemble des renseignements de la publicité.



Les participants possédant une arme ont préféré l'image de la diapositive A de la deuxième bannière, sur laquelle figure un cambrioleur muni d'un pied-de-biche, la trouvant davantage liée au titre portant sur les introductions par effraction. À leur avis, puisque la publicité avait pour but de sensibiliser les gens à la hausse des introductions par effraction, il était logique de représenter un criminel. L'accent était ainsi mis sur le criminel, et non sur le propriétaire d'arme. Plusieurs participants ont réagi plus négativement à la diapositive A de la première bannière, qui utilise l'image d'une arme à feu, vraisemblablement un fusil de chasse, qui ne serait probablement jamais utilisée dans le cadre d'activités criminelles. Une personne a même mentionné que la possession de ce type d'armes est interdite.

Comme l'ont laissé entendre les réactions à la publicité « La vérité en face », les participants qui possèdent une arme n'aiment pas être représentés dans une publicité portant sur la violence armée. Ils ont l'impression d'être stigmatisés. Ils n'ont donc en général pas aimé l'image d'un chasseur ou d'une tireuse sur cible dans la deuxième diapositive de chaque bannière.

Les participants ont dit avoir l'impression que l'image 2B mettait trop l'accent sur le chasseur, qui range probablement son arme de façon sécuritaire. Bien qu'ils aient apprécié l'utilisation du mot « ensemble » pour marquer l'unité, ils ont trouvé dangereux de représenter un chasseur, puisque ce sujet est déjà polarisant. L'image figurant sur la diapositive B de la première bannière a porté à confusion et a suscité des réactions partagées, parfois indifférentes. Plusieurs étaient incapables de dire ce que la personne représentée était en train de faire. En général, les participants étaient d'avis que la mention « Découvrez comment » était un appel à l'action convaincant.

Les participants ne possédant pas d'arme à feu ont eux aussi préféré l'image 2A représentant un cambrioleur, puisqu'elle était davantage liée aux mots. C'est cette image qui permettait le mieux de communiquer le message de façon claire et directe. Bien que quelques participants aient fait remarquer que le chasseur ne semblait pas menaçant, plusieurs étaient d'avis qu'il ne devrait pas être présenté dans l'image 2B. Les diapositives 1A et 1B n'ont pas suscité de fortes réactions et n'ont pas donné lieu à des discussions. Plusieurs participants ne possédant pas d'arme ignoraient ce que l'image 1B représentait et n'ont pas deviné que la personne se trouvait dans un champ de tir.

La plupart des participants ont préféré la version « consolidée » des bannières publicitaires, où tous les renseignements étaient présentés sur une seule diapositive. La deuxième version a reçu nettement plus d'appuis, puisqu'elle illustre une introduction par effraction. Chez les participants francophones, certaines personnes ont dit craindre que la version consolidée en français contienne trop de texte et semble trop chargée.

Les propriétaires d'arme ont été particulièrement attirés par la version consolidée du concept 2, qui véhicule un message clair. À leur avis, l'image d'une introduction par effraction convenait au message global et incitait davantage les gens à agir. Ils ont aussi apprécié le fait que la bannière ne mettait pas trop l'accent sur les propriétaires d'arme responsables. Bien que quelques propriétaires d'arme aient relevé que la statistique était plutôt vague, la mention « ont presque triplé » a certainement surpris les participants et pourrait les inciter à visiter le site.

5. Bannières en format GIF

La plupart des participants ont préféré l'image figurant dans la bannière 4, qui montrait les gyrophares d'une voiture de police en arrière-plan.

Trois autres versions de bannière publicitaire, cette fois en format GIF, ont été présentées; ces bannières seraient publiées sur Facebook ou Instagram.



Les participants possédant une arme à feu ont souvent décrit l'image 3 comme étant banale et « générique ». Plusieurs se sont questionnés sur l'utilisation des flèches vers le haut, supposant qu'elles devraient plutôt pointer vers le bas, puisque l'objectif est la réduction de la criminalité. La plupart ont remarqué les gyrophares en arrière-plan de l'image 4, faisant de celle-ci l'image sur laquelle les propriétaires d'arme sont les plus susceptibles de cliquer. Les participants qui possèdent une arme ont aimé le fait que l'image 4 soit associée au crime. Certaines personnes ont indiqué que les gyrophares et les couleurs pourraient être plus prononcés, puisqu'ils étaient difficiles à remarquer d'emblée. L'image 5, représentant la serrure à combinaison d'un coffre-fort pour armes à feu, a été critiquée, puisque seuls les propriétaires d'arme pourraient la comprendre. Seules quelques personnes l'ont trouvée intéressante puisqu'elle transmettait l'idée de l'entreposage responsable des armes.

Les participants sans arme ont réagi sensiblement de la même façon. Très peu d'entre eux ont indiqué qu'ils cliqueraient sur l'image 3. Celle-ci a aussi été décrite comme étant trop « générique », sans lien avec le sujet. Les flèches vers le haut portaient à confusion et ont rappelé à certaines personnes des indices boursiers. L'image 4 a attiré davantage l'attention des membres de ce groupe, qui considéraient que les gyrophares de police correspondaient bien au message sur la violence armée, même s'ils ont eux aussi relevé que les couleurs n'étaient pas suffisamment apparentes. Selon la plupart des participants, l'image 5 pourrait être pertinente pour les propriétaires d'arme, mais le reste de la population ne comprendrait pas ce que la serrure à combinaison signifie.

Annexe A : Méthodologie de la phase quantitative

La phase quantitative de la recherche consistait en un sondage en ligne mené auprès de 2 000 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Les groupes ciblés étaient les suivants :

- Les personnes qui possèdent actuellement une arme à feu
- Les parents d'enfants âgés de moins de 18 ans
- Les membres de la population canadienne

L'échantillon de 2 000 répondants canadiens comprenait un suréchantillon pour veiller à ce que des entrevues soient réalisées auprès d'au moins 400 propriétaires d'arme à feu. Les parents d'enfants mineurs sont relativement nombreux au sein de la population générale; on s'attendait donc à ce que l'échantillon comprenne de 500 à 600 parents, sans qu'il soit nécessaire de prévoir un suréchantillon.

Les répondants au sondage en ligne ont été sélectionnés à partir du panel de Delvinia *Qu'en pensez-vous* et de son pendant anglophone *Asking Canadians*, qui ont permis de générer un échantillon de grande taille représentatif de tous les groupes d'intérêt. Puisque les échantillons utilisés dans les enquêtes par panel en ligne sont basés sur le libre choix et non sur un échantillon probabiliste aléatoire, aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée. Bien que les panels à participation volontaire ne soient pas des échantillons probabilistes tirés au hasard, les sondages en ligne peuvent être utilisés auprès de la population générale, pour autant qu'ils soient conçus adéquatement et qu'ils fassent appel à un panel bien géré comptant un grand nombre de personnes.

Conception et pondération de l'échantillon

La méthode d'échantillonnage utilisée a été conçue de manière à mener des entrevues auprès de 2 000 Canadiens âgés de 18 ans et plus, avec des suréchantillons de groupes cibles. Des quotas ont aussi été établis en fonction de l'âge, du sexe et de la région de résidence des répondants. Les cibles suivantes ont été obtenues (à noter que le groupe des propriétaires d'arme à feu et celui des parents se recoupent) :

Groupes cibles	Échantillon de base	Suréchantillon	TOTAL
Propriétaires d'arme à feu	329	250	579
Parents d'un enfant de moins de 18 ans	577	131	708
Population générale non ciblée	1 020	S. O.	1 020
TOTAL	1 750	250	2 000

Voici la répartition (non pondérée) obtenue par région :

Région	Échantillon de base	Suréchantillon	TOTAL
Canada atlantique	130	26	156
Québec	425	49	474
Ontario	670	86	756
Man./Sask.	115	23	138
Alberta	180	33	213
Colombie-Britannique	230	33	263
TOTAL	1 750	250	2 000

Les répartitions suivantes ont été obtenues (à noter que le groupe des propriétaires d'arme à feu et celui des parents se recourent) :

Population générale avec suréchantillon		
Groupe cible	Non pondéré	Pondéré*
Population non ciblée	1 020	1 289
Propriétaires d'arme à feu	579	260
Parents d'un enfant de moins de 18 ans	708	574
Nombre total de répondants	2 000	2 000
Canada atlantique	156	132
Québec	474	464
Ontario	756	766
Man./Sask.	137	136
Alberta	211	232
C.-B.	266	270

Les résultats sont pondérés par région, sexe et âge conformément aux données de recensement de 2016.

Conception du questionnaire

Sécurité publique Canada a fourni à Environics un aperçu des sujets à aborder dans le cadre du sondage. Environics a ensuite collaboré avec Sécurité publique Canada à l'élaboration d'un questionnaire de façon à ce que celui-ci réponde aux objectifs de la recherche. Une fois le questionnaire en anglais approuvé, Environics a fait appel à des traducteurs professionnels pour le traduire en français.

Les analystes de données d'Environics ont programmé les questionnaires avant de soumettre ceux-ci à des tests approfondis afin d'assurer l'exactitude de l'organisation et de la collecte des données. Cette validation a permis de garantir que le processus de saisie des données était conforme à la logique de base des sondages. Le système de collecte de données a pris en charge les invitations, les quotas et les réponses aux questionnaires (l'enchaînement des questions et les intervalles valides).

La version définitive du questionnaire est incluse à l'annexe C du présent document.

Travail sur le terrain

Le travail sur le terrain s'est déroulé du 1^{er} au 11 décembre 2020. Il convient de souligner que cette période englobait le 6 décembre, c'est-à-dire l'anniversaire de la tragédie de l'École polytechnique, qui marque aussi la Journée nationale de commémoration et d'action contre la violence faite aux femmes; il se peut donc que la violence par arme à feu ait déjà été à l'esprit de certaines personnes. La durée médiane des entrevues était de 11 minutes.

Tous les répondants ont eu la possibilité de répondre au sondage dans la langue officielle de leur choix. L'ensemble du travail de recherche a été effectué en conformité avec les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne et les normes reconnues par le secteur, de même qu'avec les lois fédérales applicables (*Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, ou LPRPDE).

Les données tirées du sondage ont été pondérées afin d'assurer que l'échantillon était le plus représentatif possible de cette population en fonction des plus récentes informations de recensement disponibles.

Taux de réponse

Les taux de réponse sont présentés dans le tableau ci-dessous.

Répartition des communications

Répartition	Échantillon total
Nombre total d'invitations (c)	30 000
Nombre total de sondages terminés (d)	2 000
Répondants admissibles, mais qui ont abandonné (e)	485
Répondants non admissibles (f)	1 123
Aucune réponse (g)	24 516
Quotas atteints (h)	1 876
Taux de contact = $(d+e+f+h)/c$	18,28 %
Taux de participation = $(d+f+h)/c$	16,66 %

Profil des répondants

Le tableau suivant présente la répartition pondérée des participants au sondage, en fonction des principales données démographiques et d'autres variables.

Total des répondants interviewés	Échantillon total %
Âge	
18 à 29 ans	17 %
30 à 44 ans	28 %
45 à 59 ans	28 %
60 ans ou plus	28 %
Genre	
Femmes	49 %
Hommes	50 %
Autre identité de genre	< 1 %
Niveau de scolarité	
Études secondaires ou moins	28 %
Études collégiales, techniques ou universitaires en partie	35 %
Études universitaires	37 %
Revenu du ménage	
Moins de 40 000 \$	29 %
De 40 000 \$ à moins de 80 000 \$	33 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	13 %
100 000 \$ et plus	20 %
Langue du sondage	
Anglais	79 %
Français	21 %
Type de communauté	
Milieu urbain	46 %
Banlieue	35 %
Petite municipalité/région rurale ou éloignée	18 %
Lieu de naissance	
Canada	83 %
Autre	17 %

Annexe B : Méthodologie de la phase qualitative

La phase qualitative de l'étude consistait en deux vagues de séances virtuelles de discussion en groupe visant à évaluer des concepts de publicité numérique conçus pour Sécurité publique Canada. Les concepts avaient pour but de communiquer les récents changements apportés aux lois canadiennes sur les armes à feu, à informer les Canadiens des dernières statistiques relatives à la violence par arme à feu et à rappeler aux propriétaires d'armes quelles sont leurs responsabilités quant à l'entreposage et à l'utilisation sécuritaires des armes à feu. Dans la première vague, les discussions tenues lors de chaque séance étaient axées sur les réactions des participants aux animatiques de trois concepts publicitaires potentiels et à des options d'URL mentionnées à la fin de chaque publicité et renvoyant à un site Web. La deuxième vague de séances était conçue dans le but de susciter des réactions à une version réalisée plus définitive de la publicité numérique, ainsi que pour tester les réactions à une série de bannières publicitaires qui seraient publiées sur les réseaux sociaux.

1. Composition des groupes

Environics Research a mené une série de dix séances de discussion virtuelles en groupe en janvier 2021 pour permettre à Sécurité publique Canada d'évaluer les réactions à trois concepts publicitaires numériques présentés sous la forme d'animatiques. Deux séances ont eu lieu dans chacune des régions suivantes : l'Ontario (le 5 janvier), le Canada atlantique (le 6 janvier), le Québec (le 7 janvier), la Colombie-Britannique (le 9 janvier) et l'Alberta (le 11 janvier). Toutes les séances se sont déroulées en anglais, sauf au Québec, où elles ont eu lieu en français. Chaque séance comptait six ou sept participants. Dans chaque région, une séance a été menée auprès de propriétaires d'arme à feu et l'autre, auprès de personnes ne possédant pas d'arme.

Les trois concepts publicitaires qui ont été testés visaient à communiquer les récents changements apportés aux lois canadiennes sur les armes à feu, à informer les Canadiens des dernières statistiques relatives à la violence par arme à feu et à rappeler aux propriétaires d'armes quelles sont leurs responsabilités quant à l'entreposage et à l'utilisation sécuritaires des armes à feu. Dans chaque séance, les discussions étaient axées sur les réactions des participants aux concepts publicitaires en général, ainsi qu'à des éléments spécifiques à chacun. Les réactions aux adresses URL renvoyant à un site Web du gouvernement du Canada ont aussi été testées.

Cette vague a été suivie par une série de 10 séances virtuelles de discussion en groupe, menées du 26 février au 1^{er} mars 2021, dans le but d'évaluer le succès d'une version plus définitive d'une publicité numérique et de tester les réactions l'égard de différentes options de bannières publicitaires pour les réseaux sociaux. Deux séances ont eu lieu dans chacune des régions suivantes : l'Ontario, le Canada atlantique, le Manitoba et la Saskatchewan (les 27 et 28 février), le Québec (le 1^{er} mars) et la Colombie-Britannique (le 26 février et le 1^{er} mars). Toutes les séances se sont déroulées en anglais, sauf au Québec, où elles ont eu lieu en français. Chaque séance comptait six ou sept participants. La moitié des séances ont été menées auprès de propriétaires d'arme, et l'autre moitié, auprès de personnes ne possédant pas d'arme.

Environics a recruté des participants en combinant diverses méthodes propres au secteur afin d'assurer une participation suffisante aux séances dans toutes les provinces. Les participants se sont vu offrir la somme de 100 \$ en guise de remerciement. Environics a invité sept (7) participants à chaque séance. Les séances se sont déroulées sur la plateforme de vidéoconférence Zoom.

Les séances ont été réparties de la façon suivante :

Vague 1 : évaluation des concepts

Lieu de résidence des participants	Dates et heures	Composition et langue
Ontario	Mardi 5 janvier 2021, de 17 h à 18 h 30 HNE	Propriétaires d'arme (anglais)
Ontario	Mardi 5 janvier 2021, de 19 h à 20 h 30 HNE	Population générale (anglais)
Atlantique	Mercredi 6 janvier 2021, de 17 h à 18 h 30 HNA	Propriétaires d'arme (anglais)
Atlantique	Mercredi 6 janvier 2021, de 19 h à 20 h 30 HNA	Population générale (anglais)
Québec	Jeudi 7 janvier 2021, de 17 h à 18 h 30 HNE	Propriétaires d'arme (français)
Québec	Jeudi 7 janvier 2021, de 19 h à 20 h 30 HNE	Population générale (français)
C.-B.	Samedi 9 janvier 2021, de 10 h à 11 h 30 HNP	Propriétaires d'arme (anglais)
C.-B.	Samedi 9 janvier 2021, de 12 h à 13 h 30 HNP	Population générale (anglais)
Alberta	Lundi 11 janvier 2021, de 17 h à 18 h 30 HNR	Propriétaires d'arme (anglais)
Alberta	Lundi 11 janvier 2021, de 19 h à 20 h 30 HNR	Population générale (anglais)

Vague 2 : vérification du succès

Lieu de résidence des participants	Dates et heures	Composition et langue
C.-B.	Vendredi 26 février 2021, de 16 h à 17 h HNP	Propriétaires d'arme (anglais)
Atlantique	Samedi 27 février 2021, de 12 h à 13 h HNA	Propriétaires d'arme (anglais)
Ontario	Samedi 27 février 2021, de 12 h à 13 h HNE	Propriétaires d'arme (anglais)
Man./Sask.	Samedi 27 février 2021, de 13 h à 14 h HNC	Propriétaires d'arme (anglais)
Atlantique	Dimanche 28 février 2021, de 12 h à 13 h HNA	Population générale (anglais)
Ontario	Dimanche 28 février 2021, de 12 h à 13 h HNE	Population générale (anglais)
Man./Sask.	Dimanche 28 février 2021, de 13 h à 14 h HNC	Population générale (anglais)
Québec	Lundi 1 ^{er} mars 2021, de 17 h à 18 h HNE	Propriétaires d'arme (français)
Québec	Lundi 1 ^{er} mars 2021, de 18 h 30 à 19 h 30 HNE	Population générale (français)
C.-B.	Lundi 1 ^{er} mars 2021, de 17 h à 18 h HNE	Population générale (anglais)

2. Recrutement

EnviroNics a mis au point le questionnaire de recrutement, puis l'a transmis à Sécurité publique Canada à des fins de vérification avant d'en régler les derniers détails. Bien qu'une recherche qualitative ne donne pas l'occasion à tous les membres de la population cible de participer et que ses résultats ne se veulent pas une représentation statistique de la population cible élargie (c'est-à-dire les propriétaires d'arme et les membres de la population générale du Canada), une telle méthode sert tout de même à recueillir des renseignements qui reflètent largement la population cible. Les participants potentiels ont fait l'objet d'une sélection de façon à

représenter une variété de facteurs et ainsi assurer une grande diversité de points de vue. Parmi les facteurs recherchés, notons le genre, l'âge, la capacité à participer à une séance virtuelle de discussion en groupe et la volonté de lire et d'évaluer du matériel publicitaire et de formuler des commentaires à ce sujet. Les participants ont aussi fait l'objet d'une sélection pour s'assurer que toutes les exclusions et spécifications requises par le gouvernement du Canada étaient respectées. Tous les participants se sont vu offrir une somme de 100 \$ CA pour les inciter à prendre part à la discussion et les remercier de leur présence.

Environics a confié le recrutement des participants aux séances de discussion en groupe à Trend Research. Au total, 140 personnes ont été invitées à prendre part à 20 séances de discussion, et 128 y ont participé.

3. Animation et déroulement

Derek Leebosh, vice-président, Affaires publiques à Environics Research, a animé les 16 séances qui se sont déroulées en anglais. Les séances en français ont été animées par Rick Nadeau. Les séances de discussion de la première vague ont toutes duré environ 90 minutes, et celles de la deuxième vague, environ 60 minutes. Toutes se sont déroulées en suivant un guide de discussion élaboré en collaboration avec Sécurité publique Canada. L'intégralité de la phase qualitative a été menée conformément aux normes professionnelles et aux lois fédérales applicables (p. ex., la LPRPDE).

Toutes les séances ont été enregistrées sur bandes audio et vidéo pour pouvoir être utilisées par l'équipe de recherche lors de l'analyse subséquente. Les participants devaient consentir à un tel enregistrement durant le processus de recrutement et se sont vu garantir l'anonymat. Environics a fait traduire le questionnaire de recrutement et le guide de discussion en français. Les normes du secteur et du gouvernement du Canada en matière de recherche qualitative ont été respectées.

Annexe C : Questionnaire du sondage quantitatif

Environics Research
25 novembre 2020

Sécurité publique Canada
Sondage sur les connaissances en matière d'armes à feu
PN10914
Questionnaire final
N = 2 000 (Y COMPRIS 250 PROPRIÉTAIRES ACTUELS D'ARMES À FEU)

PAGE D'ACCUEIL

Please select your preferred language for completing the survey. / Veuillez choisir la langue dans laquelle vous souhaitez répondre au sondage.

01– English / Anglais

02– Français / French

Les renseignements recueillis au cours de la recherche sont régis par des dispositions de la [Loi sur la protection des renseignements personnels](#), des lois du gouvernement du Canada et des lois provinciales en matière de protection des renseignements personnels. **Note de programmation : lien à utiliser <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/>**

Introduction

Environics Research, une société de recherche indépendante, réalise le présent sondage pour le compte de Sécurité publique Canada, qui est un ministère du gouvernement du Canada.

Votre participation est volontaire et vos réponses resteront anonymes. Il vous faudra environ 12 minutes pour répondre à ce sondage.

Le présent sondage a été conçu pour être rempli à l'aide d'un ordinateur ou d'une tablette. Si vous utilisez votre téléphone mobile pour y répondre, nous vous recommandons de le faire en mode paysage (écran à l'horizontale) afin que toutes les questions s'affichent correctement.

Si vous avez des questions au sujet du sondage, veuillez communiquer avec Environics Research, à publicsafetysurvey@environics.ca.

Veuillez cliquer sur >> pour continuer.

Section 1 : Sélection et données démographiques initiales

A. Dans quelle province demeurez-vous?

MENU DÉROULANT DES PROVINCES

B. Afin que nous puissions nous assurer d'interroger des personnes de toutes les régions du Canada, veuillez indiquer les trois premiers caractères de votre code postal.

RTA RÉPONSE OUVERTE

C. Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux l'endroit où vous vivez?

01 – Zone urbaine

02 – Banlieue

03 – Petite ville, zone rurale ou région éloignée

04 – Collectivité autochtone

D. En quelle année êtes-vous né(e)?

MENU NUMÉRIQUE DÉROULANT (<1920 À >2002).

E. Quel est votre sexe?

01 Homme

02 – Femme

03 – Autre genre

99 – Je préfère ne pas répondre

F. Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, possédez une arme à feu de quelque type que ce soit (p. ex. arme de poing, fusil de chasse, arme d'épaule, etc.)? **COCHER TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES, CODE 03 EXCLUSIF**

01 – Je possède une arme à feu **COMPTABILISER DANS LE SURÉCHANTILLON DE PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU**

02 – Un autre membre de mon ménage possède une arme à feu

03 – Aucun membre de mon ménage ne possède d'arme à feu

04 – Je ne sais pas

Section 2 : Croyances personnelles et attitudes à l'égard des armes à feu au Canada

Le présent sondage porte sur les attitudes à l'égard des armes à feu au Canada.

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS QUI NE POSSÈDENT PAS D'ARME À FEU ACTUELLEMENT :

1. Dans quelle mesure est-il probable que vous possédiez une arme à feu à l'avenir?

01 – Très probable

02 – Assez probable

03 – Assez improbable

04 – Très improbable

DEMANDER À TOUS LES PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU ET AUX MÉNAGES OÙ IL Y A UN PROPRIÉTAIRE D'ARMES À FEU À LA Q. F

3. Les gens possèdent des armes à feu pour différentes raisons. Parmi les choix suivants, quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous possédez une arme à feu? **ROTATION...COCHER TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES**

- 01 – Chasse sportive
- 02 – Chasse selon des traditions autochtones ou en vertu d'un traité
- 03 – Sport du tir à la cible (à des fins de loisir ou de compétition)
- 04 – Collection d'armes à feu
- 98 – Autre raison (PRÉCISEZ) _____
- 99 – Je préfère ne pas répondre

DEMANDER À TOUS LES PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU/MÉNAGES OÙ IL Y A UN PROPRIÉTAIRE D'ARMES À FEU ET À CEUX AYANT RÉPONDU ASSEZ OU TRÈS PROBABLE QU'ILS POSSÈDENT UNE ARME À FEU À L'AVENIR À LA Q. 1

4. Dans quelle mesure les exigences en matière d'entreposage des armes à feu vous sont-elles familières? Vous sont-elles...?

- 01 – Très familières
- 02 – Assez familières
- 03 – Pas très familières
- 04 – Pas du tout familières

DEMANDER À TOUS

5. Différents règlements régissent la possession, les permis, le transport et l'utilisation des armes à feu au Canada. Dans quelle mesure ces règlements relatifs aux armes à feu vous sont-ils familiers?

- 01 – Très familiers
- 02 – Assez familiers
- 03 – Pas très familiers
- 04 – Pas du tout familiers

6. Diriez-vous que la réglementation en matière d'armes à feu au Canada est trop stricte, pas assez stricte ou parfaitement équilibrée?

- 01 – Trop stricte
- 02 – Pas assez stricte
- 03 – Parfaitement équilibrée
- 99 – Je ne sais pas

7. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord pour dire que les énoncés suivants correspondent à vos convictions personnelles en matière de possession d'armes à feu au Canada?

ROTATION. CARROUSEL.

- a. L'accessibilité des armes à feu au Canada menace notre sécurité.
- b. Il est inutile d'essayer de réglementer les armes à feu, puisque les criminels trouveront toujours des moyens de s'en procurer.
- c. L'utilisation d'armes à feu pour chasser dans le but de subvenir à ses besoins fait partie du mode de vie de nombreux Canadiens, et il faut préserver ce droit.
- d. Je suis personnellement mal à l'aise que des gens utilisent des armes à feu, quelle qu'en soit la raison.
- e. Si les armes à feu étaient interdites dans ma collectivité, la sécurité y serait accrue.
- f. Nos gouvernements doivent jouer un plus grand rôle pour protéger les collectivités de la violence liée aux armes à feu.
- g. L'utilisation d'armes à feu pour chasser ou s'adonner au loisir ou au sport du tir constitue un passe-temps pour de nombreux Canadiens, en particulier ceux qui vivent en zone rurale, et il faut préserver ce droit.
- h. Il n'y a rien de mal à posséder une arme à feu pour s'adonner au tir sportif à des fins de loisir ou de compétition.

ROTATION DE L'ÉCHELLE

- 01 – Tout à fait d'accord
- 02 – Plutôt d'accord
- 03 – Ni d'accord ni en désaccord
- 04 – Plutôt en désaccord
- 05 – Tout à fait en désaccord

8. En pensant à votre collectivité locale, dans quelle mesure considérez-vous que la violence liée aux armes à feu menace la sécurité publique? Est-ce...?

- 01 – Une grande menace dans votre collectivité
- 02 – Une moyenne menace dans votre collectivité
- 03 – Une faible menace dans votre collectivité
- 04 – Pas du tout une menace dans votre collectivité
- 99 – Je ne sais pas

9. Comment évalueriez-vous la performance du gouvernement du Canada relativement aux mesures proposées pour contrer la violence liée aux armes à feu?

- 01 – Excellente
- 02 – Bonne
- 03 – Acceptable
- 04 – Médiocre
- 99 – Je ne sais pas

10. Comme vous le savez peut-être, différentes catégories d'armes à feu sont utilisées au Canada. Selon vous, dans quelle mesure la possession personnelle de chacun des types d'armes à feu suivants devrait-elle être légale ou illégale?

ROTATION. CARROUSEL.

- a. Armes de poing
- b. Armes à feu de style « armes d'assaut »
- c. Fusils et carabines

- 01 – Illégale dans tous les cas
- 02 – Illégale dans la plupart des cas
- 03 – Légale dans la plupart des cas
- 04 – Légale dans tous les cas
- 99 – NSP/PR

Section 3 : Sécurité des enfants et armes à feu

11. Êtes-vous le parent ou la principale personne responsable d'un enfant de moins de 18 ans?

- 01 – Oui
- 02 – Non

DEMANDER À TOUS LES PARENTS

12. Selon vous, est-ce que l'utilisation et l'accessibilité actuelles des armes à feu au Canada menacent-elles la sécurité de vos propres enfants?

- 01 – Oui
- 02 – No

DEMANDER AUX PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU/MÉNAGES AVEC ENFANTS

13. Avez-vous déjà parlé de sécurité en matière d'armes à feu avec votre ou vos enfants?

- 01 – Oui
- 02 – Non

14. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé(e) à l'idée que vos enfants puissent avoir accès à des armes à feu entreposées de façon non sécuritaire et se mettre en danger?

- 01 – Très préoccupé(e)
- 02 – Assez préoccupé(e)
- 03 – Pas très préoccupé(e)
- 04 – Pas du tout préoccupé(e)

Section 4 : Sensibilisation aux enjeux, lois et à la réglementation liés aux armes à feu**DEMANDER À TOUS**

15. Connaissez-vous des groupes ou des organismes au Canada qui ont fait la publicité et/ou la promotion de la sensibilisation aux enjeux en matière de sécurité liée aux armes à feu? **SI OUI**, lesquels?

01 – Non, je n'en ai pas entendu parler

02 – Oui (VEUILLEZ PRÉCISER) _____

16. Avez-vous entendu parler de nouvelles mesures récemment annoncées par le gouvernement du Canada pour contrer la violence liée aux armes à feu? SI OUI, qu'avez-vous entendu à ce sujet?

01 – Non, rien

02 – Oui (VEUILLEZ PRÉCISER) _____

17. Plusieurs nouvelles politiques du gouvernement fédéral visant à contrer la violence liée aux armes à feu ont fait l'objet de discussions. Dans quelle mesure avez-vous entendu parler de chacune de ces politiques? En avez-vous...?

ROTATION. CARROUSEL.

- a. Interdiction de toutes les armes à feu de style « armes d'assaut »
- b. Nouvelles règles sur l'entreposage sécuritaire des armes à feu
- c. Programme de « rachat » dans le cadre duquel le gouvernement du Canada fournira une indemnisation aux propriétaires en échange des armes à feu interdites.
- c. Lutte contre les « achats par intermédiaire » (où une personne détenant un permis achète une arme à feu et la revend à une personne qui n'a pas le droit d'en posséder une)
- e. Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs
- d. Octroi aux municipalités/collectivités du droit de restreindre davantage ou d'interdire la possession d'armes de poing

01 – Beaucoup entendu parler

02 – Un peu entendu parler

03 – Pas du tout entendu parler

18. Dans quelle mesure seriez-vous pour ou contre chacune de ces mesures visant à contrer la violence liée aux armes à feu au Canada?

ROTATION. CARROUSEL.

- a. Interdiction de toutes les armes à feu de style « armes d'assaut »
- b. Nouvelles règles sur l'entreposage sécuritaire des armes à feu
- c. Programme de « rachat » dans le cadre duquel le gouvernement du Canada fournira une indemnisation aux propriétaires en échange des armes à feu interdites.
- d. Lutte contre les « achats par intermédiaire » (où une personne détenant un permis achète une arme à feu et la revend à une personne qui n'a pas le droit d'en posséder une)
- e. Initiative pour prendre des mesures contre la violence liée aux armes à feu et aux gangs
- f. Octroi aux municipalités/collectivités du droit de restreindre davantage ou d'interdire la possession d'armes de poing

ROTATION DE L'ÉCHELLE

- 01 – Tout à fait pour
02 – Plutôt pour
03 – Plutôt contre
04 – Tout à fait contre
99 – NSP/PR

19. Selon vous, à quel point ces mesures dans leur ensemble sont-elles ou seront-elles efficaces pour réduire la violence liée aux armes à feu au Canada? Pensez-vous que ces mesures sont ou seront...?

- 01 – Très efficaces
02 – Assez efficaces
03 – Pas très efficaces
04 – Pas du tout efficaces

DEMANDER À TOUS LES PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU :

20. En tant que personne actuellement propriétaire d'une ou de plusieurs armes à feu, dans quelle mesure aviez-vous entendu parler de ces programmes et mesures proposés par le gouvernement fédéral en lien avec les armes à feu?

- 01 – J'en avais beaucoup entendu parler
02 – J'en avais un peu entendu parler
03 – Je n'en avais pas du tout entendu parler

21. Possédez-vous actuellement l'un ou l'autre des types d'armes à feu nouvellement prohibées qui seraient admissibles au programme de « rachat » du gouvernement fédéral?

- 01 – Oui
02 – Non
03 – Je ne suis pas certain(e)
04 – Je préfère ne pas répondre

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS QUI POSSÈDENT UNE ARME À FEU PROHIBÉE À LA Q. 21 OU NE SONT PAS CERTAINS D'EN POSSÉDER UNE

22. Participeriez-vous au programme de « rachat » des armes à feu nouvellement prohibées du gouvernement fédéral?
- 01 – Oui, certainement
02 – Oui, probablement/Cela dépend
03 – Non, je ne participerais pas
23. Quelles sont vos deux principales sources de nouvelles et d'information sur les règlements en matière d'armes à feu?

GLISSER-DÉPOSER LA SOURCE PRINCIPALE, PUIS LA 2^E SOURCE LA PLUS IMPORTANTE

- 01 – Sites Web gouvernementaux (p. ex. GRC, Sécurité publique Canada)
02 – Blogs destinés aux propriétaires d'armes à feu
03 – Médias sociaux (p. ex. groupes Facebook, Twitter, etc.)
04 – Points de vente d'armes à feu en magasin
05 – Points de vente d'armes à feu en ligne
06 – Expositions d'armes à feu
07 – Autre (PRÉCISEZ) _____

Section 6 : Données démographiques – DEMANDER À TOUS

En terminant, nous aimerions vous poser quelques questions personnelles à des fins statistiques uniquement. Soyez assuré(e) que vos réponses resteront strictement confidentielles.

- G. Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux votre situation d'emploi actuelle? (Veuillez choisir une seule réponse.)
- 01 – Employé(e) à temps plein
02 – Employé(e) à temps partiel
03 – Sans emploi ou en recherche d'emploi
04 – Au foyer à temps plein
05 – Aux études
06 – À la retraite
07 – Pension d'invalidité
99 – Je préfère ne pas répondre
- H. Parmi les choix suivants, quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez terminé?
- 01 – Moins que le diplôme d'études secondaires ou l'équivalent/Je suis encore à l'école secondaire
02 – Diplôme d'études secondaires ou équivalent
03 – Certificat ou diplôme d'études professionnelles (formation d'apprenti, institut technique, école de métiers ou cours professionnel)
04 – Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme non universitaire (autre qu'un certificat ou diplôme d'études professionnelles)
05 – Diplôme d'études universitaires de premier cycle
06 – Programme d'études supérieures ou programme professionnel universitaire
99 – Je préfère ne pas répondre

- I. Êtes-vous né(e) au Canada ou dans un autre pays?
- 01 – Au Canada
 - 02 – Dans un autre pays
 - 99 – Je préfère ne pas répondre
- K. Parmi les catégories de revenu suivantes, laquelle décrit le mieux le revenu total de votre ménage, c'est-à-dire le revenu total combiné de tous les membres de votre ménage, avant impôts? Veuillez choisir une seule réponse.
- 01 – Moins de 20 000 \$
 - 02 – 20 000 \$ à moins de 40 000 \$
 - 03 – 40 000 \$ à moins de 60 000 \$
 - 04 – 60 000 \$ à moins de 80 000 \$
 - 05 – 80 000 \$ à moins de 100 000 \$
 - 06 – 100 000 \$ à moins de 150 000 \$
 - 07 – 150 000 \$ et plus
 - 99 – Je préfère ne pas répondre

Voilà qui met fin au sondage. Au nom du gouvernement du Canada, nous vous remercions de votre précieuse participation. Pour en savoir plus au sujet des nouvelles mesures visant à contrer la violence liée aux armes à feu, veuillez vous rendre à l'adresse <https://www.securitepublique.gc.ca/cnt/cntrng-crm/frrms/index-fr.aspx>.

Au cours des prochains mois, les résultats de ce sondage seront accessibles sur le site Web de Bibliothèque et Archives Canada.

Annexe D : Instruments de la recherche qualitative

25 novembre 2020

Environics Research Group Ltée
Groupes de discussion sur les communications sur la réglementation des armes de feu
Sécurité publique Canada
Projet n° 10914

Recrutement pour les groupes de discussion

Nom du répondant : _____

N° de téléphone résidentiel : _____

N° de téléphone d'affaires : _____

Groupe n° : _____

Recruteur : _____

GROUPE 7

Propriétaires d'armes à feu (Français)
Québec
jeudi 7 jan.
17 h-18 h 30

GROUPE 8

Grand publique (Français)
Québec
jeudi 7 jan.
19 h-20 h 30

NB : Chaque séance doit avoir au moins deux participants des zones rurales et un mélange de personnes de différentes parties du Québec.

Sept personnes recrutées par séance. Compensation financière : 100 \$.

Groupe 7 Propriétaires d'armes à feu.

Groupe 8 doit être âgé de 18 à 70 ans, ne PAS être propriétaire d'armes à feu et au moins 2 par groupe doivent être parents d'enfants de moins de 18 ans.

Bonjour, je m'appelle ____ et je travaille pour Trend Research, un partenaire d'Environics Research. Would you like to continue this discussion in English?/Voulez-vous continuer cette conversation en français?

Nous organisons une série de groupes de discussion en ligne par vidéoconférence [GROUPE DE PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU : parmi les propriétaires d'armes à feu] / [GROUPE GRAND PUBLIQUE : parmi les gens de votre région] au nom de Sécurité publique Canada pour examiner certains documents publicitaires et de communication. Cette étude est un projet de recherche qui n'a aucune visée de vente ou promotionnelle. Votre participation à cette recherche est complètement volontaire et confidentielle et votre décision d'y prendre part ou non n'aura aucune conséquence sur vos relations avec le gouvernement du Canada.

La discussion se déroulera par vidéoconférence à l'aide de la plateforme Zoom et sera menée par un chercheur professionnel d'Environics avec votre participation et celle d'autres membres de la communauté des vétérans. Me permettez-vous de vous poser quelques questions supplémentaires afin de vérifier si vous répondez aux critères d'admissibilité de notre étude, ou de poser quelques questions supplémentaires à un autre membre de votre ménage, afin de vérifier si cette personne répond à ces critères d'admissibilité? Cela prendra environ 5 minutes.

La séance durera au plus une heure et demie et vous recevrez un montant de 100 \$ pour vous remercier de votre participation.

La séance sera enregistrée aux fins de recherche. L'enregistrement ne sera utilisé que par le chercheur professionnel pour l'aider à rédiger son rapport des conclusions de la recherche et sera détruit une fois le rapport achevé. Les renseignements recueillis, utilisés ou dévoilés seront utilisés uniquement à des fins de recherche et traités conformément aux exigences de la Loi sur la protection des renseignements personnels. Environics a une politique de confidentialité que vous pouvez consulter <https://environicsresearch.com/politique-de-confidentialite/>

Si vous avez des questions au sujet de la légitimité de la recherche, vous pouvez les adresser par courriel à Sécurité publique Canada à l'adresse questions@tpsgc-pwgsc.gc.ca. Environics est membre du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) et adhère à toutes ses normes; le projet est enregistré au CRIC sous #20201028-EN234.

N.B. Si un participant demande des informations sur la firme de recherche qui mène l'étude, vous pouvez leur dire : Environics Research est située au 33, rue Bloor Est, bureau 900, à Toronto, en Ontario, et peut être jointe au 416-920-9010.

1. Possédez-vous personnellement ou est-ce qu'un membre de votre ménage possède une arme à feu de quelque sorte que ce soit (par exemple, arme de poing, fusil de chasse, arme d'épaule, etc.)?

01 – Oui, moi-même **GROUPE 7**
 02 – Pas moi, mais quelqu'un dans mon ménage **GROUPE 8**
 02 – Non **GROUPE 8**

2. Êtes-vous le parent ou la principale personne responsable d'un enfant de moins de 18 ans?

01 – Oui **AU MOINS DEUX POUR GROUPE 8**
 02 – Non

3. Est-ce qu'une personne de votre foyer, un membre de votre famille immédiate ou vous-même travaillez pour :

Type	Non	Oui
Une firme d'étude de marché, de communications ou de relations publiques ou une agence de publicité	1	2
Un média (radio, télévision, journaux, revues, etc.)	1	2
Sécurité publique Canada	1	2
Application de la loi (c.-à-d. Police, GRC)	1	2
Un parti politique	1	2

SI OUI À UNE OPTION CI-DESSUS – REMERCIER ET TERMINER

4. Dans quelle ville et quelle province habitez-vous?

MÉLANGE DE RÉGIONS DU QUÉBEC

5. Lequel décrit le mieux l'endroit où vous vivez?

01 – Zone urbaine
 02 – Banlieue
 03 – Petite ville, zone rurale ou région éloignée **MINIMUM 2 PAR GROUPE**

ESSAYER D'OBTENIR UN MÉLANGE DE PARTICIPANTS URBAINS, SUBURBAINS ET RURAUX

6. Quelle langue officielle parlez-vous habituellement chez vous?

Anglais 1
 Français 2 **GROUPES 7 OU 8**

7. **INDIQUER :**

Homme 1
 Femme 2

GROUPE 8 DEVRAIT ÊTRE 4/3 FEMMES À HOMMES. ESSAYEZ D'OBTENIR AU MOINS QUELQUES FEMMES QUI POSSÈDENT DES ARMES À FEU POUR GROUPE 7

8. On nous a demandé de parler avec des participants de différentes catégories d'âge. Pour pouvoir le faire de façon efficace, je vous demanderais de bien vouloir me donner votre âge exact s.v.p.

_____. **INSCRIRE**

Moins de 18 ans	1	TERMINER
18 à 24 ans	2	
25 à 34 ans	3	
35 à 44 ans	4	OBTENIR UN MÉLANGE
45 à 54 ans	5	
55 à 64 ans	6	
65 à 70 ans	7	
71 ans ou plus	8	TERMINER

9. Pourriez-vous me dire quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez terminé?

Secondaire non terminé seulement	1	
Secondaire terminé	2	
Certificat d'une école de métier	3	OBTENIR UN MÉLANGE
Post-secondaire non terminé	4	
Post-secondaire terminé	5	
Diplôme universitaire	6	

10. On demande aux personnes qui participent à des groupes de discussion d'émettre leurs opinions et commentaires. Dans quelle mesure vous sentez-vous à l'aise d'émettre vos opinions devant d'autres personnes? Vous sentez-vous...? (Lire la liste)

Très à l'aise	1	MINIMUM DE 5 PAR GROUPE
Assez à l'aise	2	
Pas très à l'aise	3	TERMINER
Très mal à l'aise	4	TERMINER

11. Avez-vous **déjà** participé à un groupe de discussion ou à un entretien en personne où l'on vous a remis une somme d'argent, ici ou ailleurs?

Oui	1	
Non	2	--> (PASSER À Q.14)

SI OUI, DEMANDER

12. À quand remonte la dernière fois que vous avez participé à une de ces discussions?

(TERMINER SI AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS)

13. À combien de groupes ou d'entreviens face à face avez-vous participé au cours des 5 dernières années?
_____ (PRÉCISER)

SI PLUS DE 5 – TERMINER

DEMANDER À TOUS

14. Les participants aux groupes de discussion devront joindre une vidéoconférence sur la plateforme Zoom à l'aide d'un ordinateur de bureau, d'un ordinateur portable ou d'une tablette. Pour prendre part à cette étude, vous devrez avoir accès à Internet à partir d'un endroit privé et tranquille. Nous ne sommes pas en mesure de vous fournir ces outils technologiques. Serez-vous en mesure d'avoir accès à Internet pour une discussion audiovisuelle d'une heure et demie tenue à l'aide d'un ordinateur de bureau, d'un ordinateur portable ou d'une tablette?

Oui **CONTINUER**

Non **TERMINER**

NOTE : CET EXERCICE NE POURRA ÊTRE RÉALISÉ À L'AIDE D'UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE

15. La séance se déroulera par l'entremise de la plateforme de vidéoconférence Zoom. Si vous n'avez pas déjà utilisé Zoom, vous devrez peut-être installer un logiciel au site <https://zoom.us/download>. Vous pourrez le supprimer après la séance si vous le souhaitez. Dans quelle mesure êtes-vous expérimenté et à l'aise avec l'utilisation de la plateforme de vidéoconférence Zoom?

Très à l'aise **1 CONTINUER**

Assez à l'aise **2 CONTINUER**

Pas très à l'aise **3 TERMINER**

Très mal à l'aise **4 TERMINER**

16. Lors des groupes de discussion, les participants sont parfois invités à saisir leurs réponses aux questions dans la fenêtre de clavardage. Y a-t-il une raison pour laquelle vous ne pourriez pas participer? Si vous utilisez des lunettes ou un appareil auditif, n'oubliez pas de les avoir à portée de main.

Oui **1 TERMINER**

Non **2**

17. J'aimerais vous inviter à un groupe de discussion où vous échangerez vos opinions avec d'autres membres de la communauté des vétérans. La séance sera enregistrée et d'autres membres de l'équipe de recherche pourront l'observer, mais votre participation sera confidentielle. Consentez-vous à faire partie du groupe de discussion? Si vous assistez à la session, vous recevrez 100 \$ pour vous remercier de votre temps. Il vous sera envoyé par voie électronique. En acceptant d'y participer, vous donnez votre consentement à ces procédures.

Oui **1**

Non **2 TERMINER**

18. Nous reprendrons contact avec vous avant la date de la séance pour confirmer votre participation. Notez que cette invitation vous est adressée personnellement et que vous ne pouvez laisser une autre personne se substituer à vous. Y consentez-vous?

Oui 1
Non 2 **TERMINER**

19. La séance durera environ une heure et demie (c.-à-d. 90 minutes), mais nous demandons à tous les participants de se connecter à la conférence en ligne Zoom cinq minutes avant l'heure du début de la séance. Êtes-vous en mesure d'appeler et de vous connecter environ 5 minutes avant l'heure de la séance?

Oui 1
Non 2 **TERMINER**

20. Veuillez me donner votre adresse courriel afin que je puisse vous envoyer les informations de connexion à la plateforme de conférence en ligne Zoom.

Adresse courriel : _____

RELIRE L'ADRESSE COMPLÈTE AFIN D'EN VÉRIFIER L'ORTHOGRAPHE.

(N. B. : Nous enverrons les liens pertinents au début de la semaine prochaine.)

S'ASSURER D'INDIQUER AUX PARTICIPANTS L'HEURE DE LA SÉANCE SELON LEUR FUSEAU HORAIRE.

INTERVIEWERS : Veuillez dire au répondant que les groupes sont petits et que toute personne qui ne se présente pas ou qui annule à la dernière minute compromettra le projet. Assurez-vous qu'ils savent que leurs opinions sont importantes pour nous et que nous tenons à savoir ce qu'ils ont à offrir.

NOTE : VEUILLEZ DIRE AUX RÉPONDANTS QU'ILS RECEVRONT UNE CONFIRMATION PAR TÉLÉPHONE ET PAR COURRIEL LA JOURNÉE AVANT LE GROUPE. SI POUR UNE RAISON QUELCONQUE ILS N'ONT PAS EU DE NOS NOUVELLES ILS DEVRAIENT NOUS CONTACTER AU _____. SI LEUR NOM N'EST PAS SUR LA LISTE DE PRÉSENCE, ILS NE SERONT PAS ADMIS AU GROUPE DE DISCUSSION. SI UN RÉPONDANT A DES QUESTIONS SUR LA RECHERCHE, IL DEVRAIT ÉGALEMENT NOUS CONTACTER À CE NUMÉRO.

5 janvier 2021

Environics Research Group Ltée
Groupes de discussion sur les communications sur les armes à feu – phase I
Sécurité publique Canada
PN10914

1.0 Présentation de la procédure (10 minutes)

Bonjour à tous, je m'appelle **[NOM]** et je travaille pour Environics Research, une société de recherche sur l'opinion publique. Bienvenue à cette séance de discussion en ligne. J'animerai cette séance. Elle s'inscrit dans une série de séances de discussion en ligne que nous menons auprès de personnes d'un bout à l'autre du pays pour le compte de Sécurité publique Canada. Elle durera au plus 90 minutes.

Nous souhaitons connaître votre opinion; n'hésitez donc pas à exprimer votre accord ou votre désaccord avec les autres participants. Je vous montrerai principalement des documents et je vous poserai des questions. Vous n'avez pas à m'adresser tous vos commentaires; vous pouvez aussi échanger des idées et des arguments entre vous.

Sachez également que notre discussion est enregistrée pour m'aider à rédiger mon rapport. Cet enregistrement ne sera utilisé qu'à l'interne pour analyser la recherche et ne sera divulgué à aucun tiers. **ANIMATEUR, LANCER L'ENREGISTREMENT À PARTIR DE L'APPLICATION ZOOM.**

De plus, quelques observateurs de l'équipe de recherche et de Sécurité publique Canada assisteront à la séance et prendront des notes en sourdine. J'aimerais également vous rappeler que tout ce que vous direz ici demeurera confidentiel et anonyme et qu'aucun de vos commentaires ne sera associé à votre nom, et ce, dans tous les rapports produits dans le cadre de ce projet.

Je suis convaincu que vous avez tous eu l'occasion de vous familiariser avec l'application Zoom – surtout dans les derniers mois! Nous échangerons principalement par vidéo, mais je vous partagerai également mon écran pour vous montrer des choses. Nous utiliserons aussi la fonction « Chat » de temps à autre, lorsque je vous demanderai de réagir par écrit à certaines choses. Je vais taper « Allô » dans la fenêtre de clavardage; pouvez-vous tous le voir? Veuillez répondre « Allô » à « Tout le monde » (« Everyone ») afin que l'on puisse s'assurer que tout fonctionne correctement pour tous les participants.

Si vous avez l'impression de ne pas avoir eu l'occasion de vous exprimer au cours de la séance, n'hésitez pas à ajouter vos commentaires par écrit à l'aide de la fonction « Chat ». Faites part de vos commentaires à tout le monde, à moins que nous ne sentiez le besoin de m'envoyer un message privé.

Avant de commencer, j'aimerais également dire que si vous croyez qu'il peut y avoir du bruit de votre côté (p. ex., des enfants, un chien qui aboie, etc.), veuillez appuyer sur le bouton « Sourdine » (« Mute »). Réactivez le son lorsque vous désirez dire quelque chose. Vous recevrez la compensation financière promise par voie électronique au cours des 1 ou 2 prochaines semaines.

Faisons un tour de table virtuel pour que chacun de vous se présente. Veuillez nous donner votre prénom, nous dire d'où vous appelez et vous décrire brièvement en nous indiquant, par exemple, le type d'emploi que vous occupez et la composition de votre ménage (famille, animaux de compagnie, etc.).

GROUPES DE PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU : Nous vous avons invités à cette séance car vous avez indiqué être propriétaires d'une arme à feu. Pouvez-vous nous indiquer le type d'arme à feu que vous possédez, depuis quand vous la possédez et ce pour quoi vous vous en servez?

2.0 Concepts publicitaires sur la sensibilisation aux armes à feu – évaluation individuelle (50 minutes)

Durant cette séance, nous examinerons quelques concepts publicitaires que Sécurité publique Canada met actuellement au point pour diffusion sous forme de publicités virtuelles apparaissant sur Facebook, sur Twitter, dans une recherche sur Google, etc. Il y aura trois concepts au total, et j'afficherai chacun d'eux à l'écran. Il s'agit de versions préliminaires que l'on appelle également « scénarimages » (ou scénarios illustrés). Chaque document contiendra une série d'images accompagnées de texte. Sachez que ces concepts publicitaires seraient produits professionnellement, avec des acteurs, si nous décidions d'aller de l'avant avec certains d'entre eux. Veuillez donc user d'imagination en examinant chacun d'eux.

CONCEPT D – « La vérité en face »

CONCEPT H – « Être responsable »

CONCEPT M – « Un endroit sécuritaire »

ANIMATEUR, PRÉSENTER LES CONCEPTS L'UN APRÈS L'AUTRE, EN ROTATION, DANS LA CONFÉRENCE ZOOM AVANT DE REVENIR À CHACUN D'EUX POUR ÉVALUATION ET DISCUSSION.

Avant de procéder à l'évaluation individuelle de chacune des publicités, j'aimerais que répondiez à une question, que j'inscrirai dans la fenêtre de clavardage. La voici : **ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT** : « Quelle est la chose que vous retenez le plus de ces trois publicités que nous venons de voir? »

Discutons brièvement de ce qui s'est démarqué à vos yeux.

CONCEPT D – « La vérité en face »

Revenons au premier concept publicitaire, le concept D. Je le ferai jouer pour vous deux fois, puis je vous poserai une question à laquelle vous pourrez répondre dans la fenêtre de clavardage.

ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT : « Quel est le message principal que vous retenez du concept D, et quelle image précise ou quelle ligne précise de cette publicité retenez-vous? »

Voyons ce que chacun de vous a inscrit comme message principal véhiculé par ce concept.

Quelle image ou quelle ligne avez-vous retenue de ce concept, ou laquelle s'est démarquée à vos yeux?

Cette publicité vous a-t-elle appris quelque chose que vous ne saviez pas auparavant?

EXPLORER : A-t-elle influencé votre perception des propriétaires d'armes à feu ou de la violence par armes à feu?

Dans l'ensemble, qu'avez-vous pensé de ce concept publicitaire? Y a-t-il des éléments précis qui vous ont plu ou déplu?

Qu'avez-vous pensé de l'utilisation de tableaux et de statistiques dans ce concept publicitaire?

Y a-t-il des tableaux ou des statistiques qui se sont démarqués à vos yeux? **EXPLORER AU BESOIN** :

1. Les agressions impliquant une arme à feu ont augmenté de 81 % depuis 2009.
2. Les homicides par arme à feu ont augmenté de 43 % depuis 2009.

3. Le taux d'agressions violentes par arme à feu est 14 % plus élevé dans les zones rurales que dans les zones urbaines.
4. Les entrées par effraction commises spécifiquement dans le but de voler des armes à feu ont plus que triplé entre 2009 et 2018.

À votre avis, à qui s'adresse ce concept publicitaire?

EXPLORER : Ce concept s'adresse-t-il précisément aux personnes qui possèdent actuellement des armes à feu, ou est-il également pertinent pour la population générale?

À votre avis, qu'est-ce que Sécurité publique Canada tente d'accomplir par l'entremise de ce concept publicitaire? Selon vous, quel est l'objectif poursuivi?

S'il y a lieu, que seriez-vous amené à faire après avoir vu cette publicité?

EXPLORER : Est-ce que quelqu'un a remarqué le site Web à la fin, Canada.ca/armes-à-feu? Visiteriez-vous ce site après avoir vu cette publicité?

CONCEPT H – « Être responsable »

Passons au deuxième concept publicitaire, le concept H. Je le ferai jouer pour vous deux fois, puis je vous poserai une question à laquelle vous pourrez répondre dans la fenêtre de clavardage.

ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT : « Quel est le message principal que vous retenir du concept H, et quelle image précise ou quelle ligne précise de cette publicité retenir-vous? »

Voyons ce que chacun de vous a inscrit comme message principal véhiculé par ce concept.

Quelle image ou quelle ligne retenir-vous de ce concept, ou laquelle s'est démarquée à vos yeux?

Cette publicité vous a-t-elle appris quelque chose que vous ne saviez pas auparavant?

Quelle image cette publicité donne-t-elle des types de personnes qui possèdent des armes à feu? Cela vous semble-t-il crédible?

EXPLORER : A-t-elle influencé votre perception des propriétaires d'armes à feu ou de la violence par armes à feu?

Dans l'ensemble, qu'avez-vous pensé de ce concept publicitaire? Y a-t-il des éléments précis qui vous ont plu ou déplu?

À votre avis, à qui s'adresse ce concept publicitaire?

EXPLORER : Ce concept s'adresse-t-il précisément aux personnes qui possèdent actuellement des armes à feu, ou est-il également pertinent pour la population générale?

À votre avis, qu'est-ce que Sécurité publique Canada tente d'accomplir par l'entremise de ce concept publicitaire? Quel est son objectif?

S'il y a lieu, que seriez-vous amené à faire après avoir vu cette publicité? **EXPLORER** : Est-ce que quelqu'un a remarqué le site Web à la fin, Canada.ca/armes-à-feu? Visiteriez-vous ce site après avoir vu cette publicité?

CONCEPT M – « Un endroit sécuritaire »

Passons au troisième concept publicitaire, le concept M. Je le ferai jouer pour vous deux fois, puis je vous poserai une question à laquelle vous pourrez répondre dans la fenêtre de clavardage.

ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT : « Quel est le message principal que vous retenez du concept M, et quelle image précise ou quelle ligne précise de cette publicité retenez-vous? »

Voyons ce que chacun de vous a inscrit comme message principal véhiculé par ce concept.

Quelle image ou quelle ligne retenez-vous de ce concept, ou laquelle s'est démarquée à vos yeux?

Cette publicité vous a-t-elle appris quelque chose que vous ne saviez pas auparavant?

EXPLORER : A-t-elle influencé votre perception des propriétaires d'armes à feu ou de la violence par armes à feu?

Dans l'ensemble, qu'avez-vous pensé de ce concept publicitaire? Y a-t-il des éléments précis qui vous ont plu ou déplu?

Qu'avez-vous pensé de l'utilisation d'images dans ce concept publicitaire? Y en a-t-il qui se sont démarquées à vos yeux?

À votre avis, à qui s'adresse ce concept publicitaire?

EXPLORER : Ce concept s'adresse-t-il précisément aux personnes qui possèdent actuellement des armes à feu, ou est-il également pertinent pour la population générale?

À votre avis, qu'est-ce que Sécurité publique Canada tente d'accomplir par l'entremise de ce concept publicitaire? Quel est son objectif?

S'il y a lieu, que seriez-vous amené à faire après avoir vu cette publicité? **EXPLORER :** Est-ce que quelqu'un a remarqué le site Web à la fin, Canada.ca/armes-à-feu? Visiteriez-vous ce site après avoir vu cette publicité?

3.0 Concepts publicitaires sur la sensibilisation aux armes à feu – évaluation comparative (10 minutes)

Veillez maintenant penser aux trois concepts publicitaires dont nous avons discuté; je vais vous les présenter une fois de plus.

ANIMATEUR, PRÉSENTER LES TROIS CONCEPTS PUBLICITAIRES.

ANIMATEUR, SAISIR DANS LA FENÊTRE DE CLAVARDAGE : « Lequel de ces concepts publicitaires parvient le mieux à vous inciter à en apprendre davantage sur les nouveaux programmes du gouvernement du Canada visant à réduire la violence par armes à feu et à assurer la sécurité de nos communautés? D, H ou M? »

À tour de rôle, veuillez indiquer le concept que vous avez choisi, et les raisons derrière votre réponse.

CONCEPT D – « La vérité en face »

CONCEPT H – « Être responsable »

CONCEPT M – « Un endroit sécuritaire »

Y a-t-il des éléments que vous tireriez d'un autre concept pour l'ajouter à celui que vous préférez?

Laquelle de ces publicités parvient le mieux à faire en sorte que les propriétaires d'armes à feu sentent qu'ils font partie de la solution?

Y a-t-il autre chose que vous aimeriez voir dans une annonce du gouvernement du Canada sur ce sujet?

4.0 Adresse URL de la campagne (10 minutes)

J'aimerais aussi savoir ce que vous pensez de l'adresse URL qui se trouvait à la fin de chacune des publicités dont nous venons de discuter, soit Canada.ca/armes-à-feu. D'autres adresses URL pourraient également être utilisées. Je vais vous montrer six adresses possibles à l'écran. **MONTREZ LA LISTE DES ADRESSES URL.**

- A. Canada.ca/armes-à-feu
- B. Canada.ca/réduire-la-violence-par-armes-à-feu
- C. Canada.ca/arrêter-la-violence-par-armes-à-feu
- D. Canada.ca/armes-à-feu-sécuritaires
- E. Canada.ca/sécurité-des-armes-à-feu
- F. Canada.ca/collectivites-sans-armes-a-feu

Je vous demanderais de lire ces six adresses URL et d'indiquer dans la fenêtre de clavardage les deux adresses sur lesquelles vous seriez le plus susceptible de cliquer.

ANIMATEUR, SAISIR DANS LA FENÊTRE DE CLAVARDAGE : « Quelles sont les deux adresses URL parmi celles présentées sur lesquelles vous seriez le plus susceptible de cliquer? »

POUR CHAQUE ADRESSE URL, DEMANDER : Combien d'entre vous ont choisi celle-ci parmi leurs deux choix?

Pourquoi l'avez-vous choisie?

Pourquoi les gens ne l'ont-ils PAS choisie?

Quelles informations vous attendriez-vous à retrouver sur un site Web ayant cette adresse URL?

5.0 Conclusion (10 minutes)

Nous avons abordé plusieurs sujets aujourd'hui. Faisons un dernier tour de table afin que vous puissiez me faire part des autres commentaires que vous souhaitez peut-être formuler sur les documents que nous avons examinés et sur la question globale des armes à feu et de la sécurité publique.

Au nom de Sécurité publique Canada, je vous remercie de votre participation à ce groupe de discussion. Le montant promis vous sera envoyé électroniquement au cours de la semaine à venir. Le rapport sur ce projet sera disponible sur le site de Bibliothèque et Archives Canada à l'automne 2021.

24 février 2021

Environics Research Group Ltée
Groupes de discussion sur les communications sur la réglementation des armes de feu
Sécurité publique Canada
Projet n° 10914

Recrutement pour les groupes de discussion

Nom du répondant : _____

N° de téléphone résidentiel : _____

N° de téléphone d'affaires : _____

Groupe n° : _____

Recruteur : _____

GROUPE 9

Propriétaires d'armes à feu (Français)
Québec
mardi 9 mars
17 h-18 h

GROUPE 10

Grand publique (Français)
Québec
Mardi 9 mars
18 h 30 – 19 h 30

NB : Chaque séance doit avoir au moins deux participants des zones rurales et un mélange de personnes de différentes parties du Québec.

Sept personnes recrutées par séance. Compensation financière : 100 \$.

Groupe 9 Propriétaires d'armes à feu.

Groupe 10 doit être âgé de 18 à 70 ans, ne PAS être propriétaire d'armes à feu et au moins 2 par groupe doivent être parents d'enfants de moins de 18 ans.

Bonjour, je m'appelle ____ et je travaille pour Trend Research, un partenaire d'Environics Research. Would you like to continue this discussion in English?/Voulez-vous continuer cette conversation en français?

Nous organisons une série de groupes de discussion en ligne par vidéoconférence [GROUPE DE PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU : parmi les propriétaires d'armes à feu] / [GROUPE GRAND PUBLIQUE : parmi les gens de votre région] au nom de Sécurité publique Canada pour examiner certains documents publicitaires et de communication. Cette étude est un projet de recherche qui n'a aucune visée de vente ou promotionnelle. Votre participation à cette recherche est complètement volontaire et confidentielle et votre décision d'y prendre part ou non n'aura aucune conséquence sur vos relations avec le gouvernement du Canada.

La discussion se déroulera par vidéoconférence à l'aide de la plateforme Zoom et sera menée par un chercheur professionnel d'Environics avec votre participation et celle d'autres membres de la communauté des vétérans. Me permettez-vous de vous poser quelques questions supplémentaires afin de vérifier si vous répondez aux critères d'admissibilité de notre étude, ou de poser quelques questions supplémentaires à un autre membre de votre ménage, afin de vérifier si cette personne répond à ces critères d'admissibilité? Cela prendra environ 5 minutes.

La séance durera environ une heure et vous recevrez un montant de 100 \$ pour vous remercier de votre participation.

La séance sera enregistrée aux fins de recherche. L'enregistrement ne sera utilisé que par le chercheur professionnel pour l'aider à rédiger son rapport des conclusions de la recherche et sera détruit une fois le rapport achevé. Les renseignements recueillis, utilisés ou dévoilés seront utilisés uniquement à des fins de recherche et traités conformément aux exigences de la Loi sur la protection des renseignements personnels. Environics a une politique de confidentialité que vous pouvez consulter <https://environicsresearch.com/politique-de-confidentialite/>

Si vous avez des questions au sujet de la légitimité de la recherche, vous pouvez les adresser par courriel à Sécurité publique Canada à l'adresse questions@tpsgc-pwgsc.gc.ca. Environics est membre du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) et adhère à toutes ses normes; le projet est enregistré au CRIC sous #20201028-EN234.

N.B. Si un participant demande des informations sur la firme de recherche qui mène l'étude, vous pouvez leur dire : Environics Research est située au 33, rue Bloor Est, bureau 900, à Toronto, en Ontario, et peut être jointe au 416-920-9010.

1. Possédez-vous personnellement ou est-ce qu'un membre de votre ménage possède une arme à feu de quelque sorte que ce soit (par exemple, arme de poing, fusil de chasse, arme d'épaule, etc.)?

01 – Oui, moi-même **GROUPE 9**
 02 – Pas moi, mais quelqu'un dans mon ménage **GROUPE 10**
 02 – Non **GROUPE 10**

2. Êtes-vous le parent ou la principale personne responsable d'un enfant de moins de 18 ans?

01 – Oui **AU MOINS DEUX POUR GROUPE 10**
 02 – Non

3. Est-ce qu'une personne de votre foyer, un membre de votre famille immédiate ou vous-même travaillez pour :

Type	Non	Oui
Une firme d'étude de marché, de communications ou de relations publiques ou une agence de publicité	1	2
Un média (radio, télévision, journaux, revues, etc.)	1	2
Sécurité publique Canada	1	2
Application de la loi (c.-à-d. Police, GRC)	1	2
Un parti politique	1	2

SI OUI À UNE OPTION CI-DESSUS – REMERCIER ET TERMINER

4. Dans quelle ville et quelle province habitez-vous?

MÉLANGE DE RÉGIONS DU QUÉBEC

5. Lequel décrit le mieux l'endroit où vous vivez?

01 – Zone urbaine
 02 – Banlieue
 03 – Petite ville, zone rurale ou région éloignée **MINIMUM 2 PAR GROUPE**

ESSAYER D'OBTENIR UN MÉLANGE DE PARTICIPANTS URBAINS, SUBURBAINS ET RURAUX

6. Quelle langue officielle parlez-vous habituellement chez vous?

Anglais 1
 Français 2 **GROUPES 9 OU 10**

7. **INDIQUER :**

Homme 1
 Femme 2

GROUPE 9 DEVRAIT ÊTRE 4/3 FEMMES À HOMMES. ESSAYEZ D'OBTENIR AU MOINS QUELQUES FEMMES QUI POSSÈDENT DES ARMES À FEU POUR GROUPE 9

8. On nous a demandé de parler avec des participants de différentes catégories d'âge. Pour pouvoir le faire de façon efficace, je vous demanderais de bien vouloir me donner votre âge exact s.v.p.

_____. **INSCRIRE**

Moins de 18 ans	1	TERMINER
18 à 24 ans	2	
25 à 34 ans	3	
35 à 44 ans	4	OBTENIR UN MÉLANGE
45 à 54 ans	5	
55 à 64 ans	6	
65 à 70 ans	7	
71 ans ou plus	8	TERMINER

9. Pourriez-vous me dire quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez terminé?

Secondaire non terminé seulement	1	
Secondaire terminé	2	
Certificat d'une école de métier	3	OBTENIR UN MÉLANGE
Post-secondaire non terminé	4	
Post-secondaire terminé	5	
Diplôme universitaire	6	

10. On demande aux personnes qui participent à des groupes de discussion d'émettre leurs opinions et commentaires. Dans quelle mesure vous sentez-vous à l'aise d'émettre vos opinions devant d'autres personnes? Vous sentez-vous...? (Lire la liste)

Très à l'aise	1	MINIMUM DE 5 PAR GROUPE
Assez à l'aise	2	
Pas très à l'aise	3	TERMINER
Très mal à l'aise	4	TERMINER

11. Avez-vous **déjà** participé à un groupe de discussion ou à un entretien en personne où l'on vous a remis une somme d'argent, ici ou ailleurs?

Oui	1	
Non	2	--> (PASSER À Q.14)

SI OUI, DEMANDER

12. À quand remonte la dernière fois que vous avez participé à une de ces discussions?

(TERMINER SI AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS)

13. À combien de groupes ou d'entreviens face à face avez-vous participé au cours des 5 dernières années?
_____ (PRÉCISER)

SI PLUS DE 5 – TERMINER

DEMANDER À TOUS

14. Les participants aux groupes de discussion devront joindre une vidéoconférence sur la plateforme Zoom à l'aide d'un ordinateur de bureau, d'un ordinateur portable ou d'une tablette. Pour prendre part à cette étude, vous devrez avoir accès à Internet à partir d'un endroit privé et tranquille. Nous ne sommes pas en mesure de vous fournir ces outils technologiques. Serez-vous en mesure d'avoir accès à Internet pour une discussion audiovisuelle d'une heure et demie tenue à l'aide d'un ordinateur de bureau, d'un ordinateur portable ou d'une tablette?

Oui **CONTINUER**

Non **TERMINER**

NOTE : CET EXERCICE NE POURRA ÊTRE RÉALISÉ À L'AIDE D'UN TÉLÉPHONE CELLULAIRE

15. La séance se déroulera par l'entremise de la plateforme de vidéoconférence Zoom. Si vous n'avez pas déjà utilisé Zoom, vous devrez peut-être installer un logiciel au site <https://zoom.us/download>. Vous pourrez le supprimer après la séance si vous le souhaitez. Dans quelle mesure êtes-vous expérimenté et à l'aise avec l'utilisation de la plateforme de vidéoconférence Zoom?

Très à l'aise **1 CONTINUER**

Assez à l'aise **2 CONTINUER**

Pas très à l'aise **3 TERMINER**

Très mal à l'aise **4 TERMINER**

16. Lors des groupes de discussion, les participants sont parfois invités à saisir leurs réponses aux questions dans la fenêtre de clavardage. Y a-t-il une raison pour laquelle vous ne pourriez pas participer? Si vous utilisez des lunettes ou un appareil auditif, n'oubliez pas de les avoir à portée de main.

Oui **1 TERMINER**

Non **2**

17. J'aimerais vous inviter à un groupe de discussion où vous échangerez vos opinions avec d'autres membres de la communauté des vétérans. La séance sera enregistrée et d'autres membres de l'équipe de recherche pourront l'observer, mais votre participation sera confidentielle. Consentez-vous à faire partie du groupe de discussion? Si vous assistez à la session, vous recevrez 100 \$ pour vous remercier de votre temps. Il vous sera envoyé par voie électronique. En acceptant d'y participer, vous donnez votre consentement à ces procédures.

Oui **1**

Non **2 TERMINER**

18. Nous reprendrons contact avec vous avant la date de la séance pour confirmer votre participation. Notez que cette invitation vous est adressée personnellement et que vous ne pouvez laisser une autre personne se substituer à vous. Y consentez-vous?

Oui 1
Non 2 **TERMINER**

19. La séance durera environ une heure (c.-à-d. 60 minutes), mais nous demandons à tous les participants de se connecter à la conférence en ligne Zoom cinq minutes avant l'heure du début de la séance. Êtes-vous en mesure d'appeler et de vous connecter environ 5 minutes avant l'heure de la séance?

Oui 1
Non 2 **TERMINER**

20. Veuillez me donner votre adresse courriel afin que je puisse vous envoyer les informations de connexion à la plateforme de conférence en ligne Zoom.

Adresse courriel : _____

RELIRE L'ADRESSE COMPLÈTE AFIN D'EN VÉRIFIER L'ORTHOGRAPHE.

(N. B. : Nous enverrons les liens pertinents au début de la semaine prochaine.)

S'ASSURER D'INDIQUER AUX PARTICIPANTS L'HEURE DE LA SÉANCE SELON LEUR FUSEAU HORAIRE.

INTERVIEWERS : Veuillez dire au répondant que les groupes sont petits et que toute personne qui ne se présente pas ou qui annule à la dernière minute compromettra le projet. Assurez-vous qu'ils savent que leurs opinions sont importantes pour nous et que nous tenons à savoir ce qu'ils ont à offrir.

NOTE : VEUILLEZ DIRE AUX RÉPONDANTS QU'ILS RECEVRONT UNE CONFIRMATION PAR TÉLÉPHONE ET PAR COURRIEL LA JOURNÉE AVANT LE GROUPE. SI POUR UNE RAISON QUELCONQUE ILS N'ONT PAS EU DE NOS NOUVELLES ILS DEVRAIENT NOUS CONTACTER AU _____. SI LEUR NOM N'EST PAS SUR LA LISTE DE PRÉSENCE, ILS NE SERONT PAS ADMIS AU GROUPE DE DISCUSSION. SI UN RÉPONDANT A DES QUESTIONS SUR LA RECHERCHE, IL DEVRAIT ÉGALEMENT NOUS CONTACTER À CE NUMÉRO.

5 mars 2021

Environics Research Group Ltée
Groupes de discussion sur les communications sur les armes à feu – phase II
Sécurité publique Canada
PN10914

1.0 Présentation de la procédure (10 minutes)

Bonjour à tous, je m'appelle [NOM] et je travaille pour Environics Research, une société de recherche sur l'opinion publique. Bienvenue à cette séance de discussion en ligne. J'animerai cette séance. Elle s'inscrit dans une série de séances de discussion en ligne que nous menons auprès de personnes d'un bout à l'autre du pays pour le compte de Sécurité publique Canada. Elle durera environ 1 heure.

Nous souhaitons connaître votre opinion; n'hésitez donc pas à exprimer votre accord ou votre désaccord avec les autres participants. Je vous montrerai principalement des documents et je vous poserai des questions. Vous n'avez pas à m'adresser tous vos commentaires; vous pouvez aussi échanger des idées et des arguments entre vous.

Sachez également que notre discussion est enregistrée pour m'aider à rédiger mon rapport. Cet enregistrement ne sera utilisé qu'à l'interne pour analyser la recherche et ne sera divulgué à aucun tiers. **ANIMATEUR, LANCER L'ENREGISTREMENT À PARTIR DE L'APPLICATION ZOOM.**

De plus, quelques observateurs de l'équipe de recherche et de Sécurité publique Canada assisteront à la séance et prendront des notes en sourdine. J'aimerais également vous rappeler que tout ce que vous direz ici demeurera confidentiel et anonyme et qu'aucun de vos commentaires ne sera associé à votre nom, et ce, dans tous les rapports produits dans le cadre de ce projet.

Je suis convaincu que vous avez tous eu l'occasion de vous familiariser avec l'application Zoom – surtout dans les derniers mois! Nous échangerons principalement par vidéo, mais je vous partagerai également mon écran pour vous montrer des choses. Nous utiliserons aussi la fonction « Chat » de temps à autre, lorsque je vous demanderai de réagir par écrit à certaines choses. Je vais taper « Allô » dans la fenêtre de clavardage; pouvez-vous tous le voir? Veuillez répondre « Allô » à « Tout le monde » (« Everyone ») afin que l'on puisse s'assurer que tout fonctionne correctement pour tous les participants.

Si vous avez l'impression de ne pas avoir eu l'occasion de vous exprimer au cours de la séance, n'hésitez pas à ajouter vos commentaires par écrit à l'aide de la fonction « Chat ». Faites part de vos commentaires à tout le monde, à moins que vous ne sentiez le besoin de m'envoyer un message privé.

Avant de commencer, j'aimerais également dire que si vous croyez qu'il peut y avoir du bruit de votre côté (p. ex., des enfants, un chien qui aboie, etc.), veuillez appuyer sur le bouton « Sourdine » (« Mute »). Réactivez le son lorsque vous désirez dire quelque chose. Vous recevrez la compensation financière promise par voie électronique au cours des 1 ou 2 prochaines semaines.

Faisons un tour de table virtuel pour que chacun de vous se présente. Veuillez nous donner votre prénom, nous dire d'où vous appelez et vous décrire brièvement en nous indiquant, par exemple, le type d'emploi que vous occupez et la composition de votre ménage (famille, animaux de compagnie, etc.).

GROUPES DE PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU : Nous vous avons invités à cette séance car vous avez indiqué être propriétaires d'une arme à feu. Pouvez-vous nous indiquer le type d'arme à feu que vous possédez, depuis quand vous la possédez et ce pour quoi vous vous en servez?

2.0 La vérité en face – évaluation du succès (30 minutes)

Durant cette séance, nous examinerons une publicité que Sécurité publique Canada met actuellement au point et qui est sur le point d'être achevée. Il s'agit d'une publicité virtuelle qui pourrait apparaître sur Facebook, sur Twitter, sur YouTube, dans une recherche sur Google, etc.

J'afficherai d'abord une publicité vidéo sur votre écran et je la ferai jouer quelques fois. Par la suite, je vais vous demander de répondre à quelques questions au sujet de la publicité que j'inscrirai dans la fenêtre de clavardage.

ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT DANS LA FENÊTRE DE CLAVARDAGE : « *Quelle est votre réaction instinctive à cette publicité? Comment vous sentez-vous en la regardant?* »

D'accord. Maintenant que vous avez tous saisi vos réponses, j'aimerais vous demander, à tour de rôle, d'expliquer de façon plus approfondie votre réaction instinctive à la publicité et la façon dont vous vous êtes senti en la regardant.

Y a-t-il des éléments précis qui vous ont plu ou déplu au sujet de la publicité?

Voici maintenant une autre question à laquelle vous devrez répondre dans la fenêtre de clavardage :

ANIMATEUR, SAISIR CE QUI SUIT DANS LA FENÊTRE DE CLAVARDAGE : « *Quel est le message principal que vous reprenez de la publicité? Qu'est-ce qu'elle tentait de vous communiquer?* »

Pouvez-vous, à tour de rôle, expliquer de façon plus approfondie ce qui semble être pour vous le message principal véhiculé par la publicité?

À votre avis, qu'est-ce que Sécurité publique Canada tente d'accomplir par l'entremise de cette publicité? Selon vous, quel est l'objectif poursuivi?

À votre avis, à qui s'adresse cette publicité?

EXPLORER : Cette publicité s'adresse-t-elle précisément aux personnes qui possèdent actuellement des armes à feu, ou est-elle également pertinente pour la population générale?

Cette publicité contenait-elle un message s'adressant plus précisément aux propriétaires d'armes à feu?

Quel est le message dans cette publicité qui s'adresse aux personnes qui ne possèdent pas d'armes à feu?

Cette publicité vous a-t-elle appris quelque chose que vous ne saviez pas auparavant?

EXPLORER : A-t-elle influencé votre perception de la violence par armes à feu?

Quelles images, lignes ou statistiques ou quels faits en particulier de cette publicité reprenez-vous?

Qu'avez-vous pensé de l'utilisation de tableaux et de statistiques dans ce concept publicitaire? Y a-t-il des tableaux ou des statistiques qui se sont démarqués à vos yeux?

EXPLORER :

1. Les agressions impliquant une arme à feu ont augmenté de 81 % depuis 2009.
2. Le taux d'agressions violentes par arme à feu est 14 % plus élevé dans les zones rurales que dans les zones urbaines. **REMARQUE : EXPLORER CE POINT DE FAÇON PLUS APPROFONDIE**

3. Les entrées par effraction commises spécifiquement dans le but de voler des armes à feu ont plus que triplé entre 2009 et 2018.

Selon cette publicité, que fait le gouvernement du Canada pour contrer la violence par armes à feu?

S'il y a lieu, que seriez-vous amené à faire après avoir vu cette publicité?

EXPLORER : La partager sur les réseaux sociaux, aller visiter le site Web, etc. (Est-ce que quelqu'un a remarqué le site Web à la fin, Canada.ca/armes-à-feu?)

3.0 Bannières publicitaires – évaluation du succès (15 minutes)

Voici quelques bannières publicitaires que vous pourriez voir en ligne sur ce même sujet. Les premières que je vais vous montrer alternent entre deux images. **PARTAGER L'ÉCRAN ET AFFICHER LES BANNIÈRES PUBLICITAIRES DE LA PAGE 1** :

1. « Depuis 2009, les entrées par effraction... ont triplé » (A : main sur arme à feu, B : femme au champ de tir)
2. « Depuis 2009, les entrées par effraction... ont triplé » (A : voleur avec pied-de-biche, B : chasseur)

Quelle serait votre réaction si vous voyiez l'une ou l'autre de ces publicités pendant que vous consultiez un site Web?

Laquelle seriez-vous le plus susceptible de remarquer et sur laquelle seriez-vous le plus susceptible de cliquer? Pourquoi?

Que pensez-vous des images utilisées dans chaque publicité? Illustrent-elles clairement ce que l'on tente de représenter?

À votre avis, à qui s'adressent ces bannières publicitaires?

EXPLORER POUR LES PROPRIÉTAIRES D'ARMES À FEU : Cette bannière publicitaire s'adresse-t-elle aux propriétaires d'armes à feu? Comment vous sentez-vous en la regardant?

Comment réagissez-vous au fait de voir des images de propriétaires d'armes à feu dans la publicité?

EXPLORER : Est-ce que vous avez une préférence pour les images dans la première ou la deuxième publicité?

DIAPPOSITIVES A : une main sur une arme à feu ou un voleur avec un pied-de-biche?

DIAPPOSITIVES B : une femme au champ de tir ou un chasseur?

Voici une version légèrement différente de ces bannières publicitaires – ici, au lieu d'alterner entre deux diapositives, cette version ne présente qu'une seule image. **AFFICHER LA PAGE 2**

Que pensez-vous de cette version dans laquelle l'information que nous avons vue sur la première page est fusionnée sur une seule diapositive?

Maintenant, voici un autre ensemble de bannières publicitaires que vous pourriez voir sur Facebook ou Instagram. Ce ne sont que les images – du texte apparaîtra également sous celles-ci **AFFICHER LA PAGE 3**

3. *Flèches vers le haut, carte du Canada*
4. *Flèches vers le haut, phares d'une voiture de police*
5. *Combinaison sur un coffre-fort pour armes à feu*

Que pensez-vous de ces bannières publicitaires? Sur laquelle d'entre elles seriez-vous le plus susceptible de cliquer?

Voit-on clairement ce que les images de fond présentent?

EXPLORER : Que signifie l'image dans la bannière publicitaire n° 5 (combinaison)?

4.0 Conclusion (5 minutes)

Faisons un dernier tour de table afin que vous puissiez me faire part des autres commentaires que vous souhaitez peut-être formuler sur les publicités vidéo et à images fixes, et sur la question globale des armes à feu et de la sécurité publique.

Au nom de Sécurité publique Canada, je vous remercie de votre participation à ce groupe de discussion. Le montant promis vous sera envoyé électroniquement au cours de la semaine à venir. Le rapport sur ce projet sera disponible sur le site de Bibliothèque et Archives Canada à l'automne 2021.