



Public Safety  
Canada

Sécurité publique  
Canada

# ***Recherche (OECP) : campagne de sensibilisation sur la traite des personnes***

## **Sommaire**

### **Préparé pour Sécurité publique Canada**

Nom du fournisseur : Environics Research

Numéro de contrat : 0D160-220287/001/CY

Valeur du contrat : 79 045,25 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution des services : 2021-07-07

Date de livraison des services : 2022-03-31

Numéro d'enregistrement : ROP 023-21

Pour plus de renseignements, envoyez un courriel à Sécurité publique Canada :

[ps.communications-communications.sp@canada.ca](mailto:ps.communications-communications.sp@canada.ca)

**This executive summary is also available in English.**

**Recherche (OECF) : campagne de sensibilisation sur la traite des personnes**  
**Sommaire**

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

Mars 2022

**Permission de reproduire**

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut obtenir l'autorisation écrite de Sécurité publique Canada. Pour plus de renseignements sur ce rapport, envoyez un courriel à Sécurité publique Canada : [ps.communications-communications.sp@canada.ca](mailto:ps.communications-communications.sp@canada.ca)

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

N° de catalogue : PS4-281/1-2022F-PDF

ISBN 978-0-660-42095-0

This publication is also available in English under the title *Human Trafficking Public Awareness Campaign (ACET) Research – Executive Summary*

## Sommaire

### A. Contexte et objectifs

Après son annonce du budget de 2019 et son évaluation officielle du Plan d'action national de lutte contre la traite des personnes, le gouvernement du Canada a présenté une nouvelle Stratégie nationale de lutte contre la traite des personnes. Elle précise exhaustivement les moyens de s'attaquer à ce problème complexe. Cette stratégie rassemble tous les efforts fédéraux pour contrer la traite des personnes au Canada et à l'étranger et les définit en fonction des quatre piliers mondiaux : prévention, protection, poursuite et partenariat. Notre stratégie ajoute un nouveau pilier : autonomisation.

La Stratégie nationale met de côté 57 millions de dollars sur cinq ans et 10 millions de dollars par la suite pour aider le Canada à intervenir au cas de traite des personnes, à appuyer les engagements généraux du gouvernement, à prévenir la violence fondée sur le genre et à assurer la sécurité des peuples autochtones.

En 2018, le gouvernement a organisé des séances de consultation partout au pays pour éclairer le document de travail *Comment mettre fin à la traite des personnes*. Grâce à ces consultations approfondies, le gouvernement a obtenu un aperçu du besoin essentiel de sensibilisation et de connaissances pour aider les communautés et les intervenants à reconnaître les premiers signes de la traite des personnes, à réduire la stigmatisation et à améliorer les interventions proactives.

Pour commencer à répondre aux besoins de sensibilisation, Sécurité publique Canada a retenu les services d'Environics Research en 2019-2020 pour mener une recherche sur l'opinion publique et définir le public cible idéal. L'objectif : découvrir les perceptions, les comportements et les connaissances de base des Canadiens concernant la traite des personnes.

En février 2021, Sécurité publique Canada a lancé une campagne de marketing nationale pour sensibiliser et éduquer les Canadiens au sujet de la traite des personnes (la plus récente diffusée entre novembre 2021 et février 2022).

Cette recherche permettra au ministère de mesurer l'efficacité de la campagne et de suivre la façon dont les connaissances du public ont évolué depuis le sondage de 2020.

Le projet de recherche a deux principaux objectifs :

- Évaluer (avant et après la campagne) l'efficacité de la campagne avec un sondage en utilisant l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), conformément à la politique de communication du gouvernement du Canada. Cette étape est obligatoire pour toutes les campagnes publicitaires d'un million de dollars ou plus;
- Suivre les changements aux connaissances, aux attitudes et aux comportements du public canadien sur le sujet.

### B. Méthodologie

Environics a mené des sondages bilingues en ligne : l'un comme point de départ avant la campagne publicitaire et l'autre près de sa fin. Ainsi, il pouvait mesurer l'impact de la campagne en évaluant les changements aux connaissances et en voyant si le public prévoyait consulter des ressources. Les deux sondages en ligne comptaient au moins 2 000 Canadiens (conformément au modèle de l'OECF du gouvernement du Canada). De ce nombre, au moins 300 étaient des jeunes de 16 à 25 ans et au moins 300 étaient des parents d'enfant de 13 à 19 ans. Chaque élément de recherche était basé sur les questions de l'OECF utilisées par le gouvernement du Canada dans toutes ses recherches sur l'évaluation de publicités.

Cependant, quelques questions sur la traite des personnes ont été ajoutées pour correspondre aux questions posées dans le sondage de 2020 (2 236 participants de 16 ans et plus)<sup>1</sup>.

La période OECF précampagne s'est déroulée du 14 au 23 juillet 2021, tandis que celui post-campagne était du 24 janvier au 7 février 2022. Les données ont été pondérées selon la région en fonction du recensement de 2016.

Le sondage n'était pas probabiliste puisque les répondants ont été recrutés à partir d'un groupe, et aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut donc 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, pourvu qu'ils soient bien conçus avec une grande participation.

Consultez l'Annexe B pour plus de renseignements sur la méthodologie.

### **C. Valeur du contrat**

La valeur de ce contrat monte à 79 045,25 \$ (TVH incluse).

### **D. À propos de ce rapport**

Le rapport présente : un résumé des principales conclusions tirées des questions de sondage sur la traite des personnes; une analyse détaillée des résultats et une description de la méthodologie utilisée. Un autre document renferme pour sa part des tableaux croisés détaillés qui présentent les résultats obtenus à toutes les questions. Ces données sont divisées par segment de la population, par régions et par caractéristiques démographiques. Dans l'analyse détaillée, chaque tableau est associé à une question.

### **E. Conclusions**

Les résultats de l'OECF permettront d'évaluer l'efficacité de la campagne. Les questions comportementales nous donnent une comparaison avec le premier sondage. Ainsi, nous pouvons déterminer les tendances liées aux changements d'attitudes, de connaissances et de comportements concernant la traite des personnes. Les résultats tirés des questions de l'OECF permettront aussi d'évaluer l'efficacité des messages et des stratégies de communication de la campagne et donneront au gouvernement du Canada des renseignements indispensables sur les habitudes de consommation des médias des Canadiens et l'efficacité de la stratégie médiatique.

---

<sup>1</sup> Remarque : Le sondage de 2020 a surreprésenté certains groupes d'intérêt : 500 parents d'enfants de 13 à 19 ans, 250 jeunes de 16 à 19 ans, 250 jeunes adultes de 20 à 25 ans et 230 parents et jeunes autochtones. Cette différence dans la composition de l'échantillon peut expliquer les différences dans les réponses.

## F. Questions sur la traite des personnes – principales conclusions

### Niveau de compréhension

- Un peu plus de la moitié des Canadiens estiment comprendre au moins assez bien le problème, dont une personne sur dix qui pense le comprendre très bien.
- Les résultats globaux concernant la compréhension sont semblables à ceux tirés du sondage précampagne, mais comptent une baisse de 11 points par rapport aux résultats de mars 2020.

### Activités qui constituent la traite des personnes

- Une forte majorité de répondants s'entendent pour dire que les déplacements frontaliers clandestins aux fins d'exploitation, le commerce du sexe forcé, le travail forcé ou le prélèvement d'organes contre son gré sont des exemples de traite des personnes. Les Canadiens sont plus divisés si une personne est trafiquée *de façon volontaire*.
- Les résultats s'accordent largement avec ceux des deux sondages précédents, sauf une baisse des répondants qui estiment que le travail forcé est un exemple de traite des personnes et une hausse de répondants qui estiment que les déplacements frontaliers *volontaires* sont un exemple de traite des personnes.

### Gravité perçue du problème au Canada

- Trois quarts des répondants jugent que la traite des personnes est un problème au moins assez présent au Canada, dont trois sur dix qui le jugent extrêmement présent. Seule une petite minorité (16 %) de répondants sont d'avis que ce problème n'est pas présent au Canada.
- Après une forte baisse entre le sondage de mars 2020 et le sondage précampagne, le pourcentage de répondants qui estiment que la traite des personnes est un problème présent au Canada a remonté, quoique pas tout à fait à son niveau de mars 2020.

### Changements perçus du problème au Canada

- Six Canadiens sur dix pensent que le problème de la traite des personnes au Canada est plus grave qu'il ne l'était. Trois répondants sur dix croient qu'il est le même et une seule personne sur dix est d'avis qu'il s'est résorbé.
- Le pourcentage de répondants qui croient que le problème de la traite des personnes s'est aggravé a légèrement augmenté depuis le sondage précampagne, mais demeure tout de même bien inférieur au pourcentage de mars 2020.

### Préoccupation des parents : si leurs enfants deviennent victimes

- Parmi les parents d'enfants de 19 ans et moins, sept personnes sur dix se disent au moins un peu préoccupées par la possibilité que leurs enfants soient victimes de traite des personnes, dont le tiers étant très préoccupés. Trois parents sur dix ne sont pas très préoccupés, voire pas du tout.
- Ce sondage marque une deuxième augmentation consécutive depuis le sondage de mars 2020, où seulement la moitié des parents avaient exprimé leur préoccupation.

### **Inquiétude des jeunes Canadiens à l'idée d'être victimes**

- Chez les Canadiens de 16 à 25 ans, le taux de préoccupation à l'idée d'être soi-même victime de traite des personnes est inférieur au taux de préoccupation des parents : quatre jeunes sur dix se disent au moins un peu inquiets, tandis que six répondants sur dix ne sont pas très ou pas du tout préoccupés, et deux sur dix ne s'inquiètent pas du tout.
- Semblables aux résultats du sondage précampagne, les taux globaux sont un peu plus élevés que ceux de mars 2020, où seulement le tiers des répondants avaient exprimé des inquiétudes.

### **Les auteurs de la traite des personnes**

- Les Canadiens sont plus portés à croire que les trafiquants sont des personnes qui n'étaient pas initialement connues de leurs victimes, comme des membres d'organisations criminelles, des étrangers ou des personnes avec un casier judiciaire. Ils ont moins tendance à sélectionner des gens que les victimes pourraient connaître dans un contexte social ou d'emploi, comme des partenaires intimes (anciens ou actuels), des entreprises de travail intérimaire, des amis, des membres de la famille ou des connaissances professionnelles. Un peu moins de deux personnes sur dix n'ont aucune idée qui sont les trafiquants.
- Ces résultats sont très semblables à ceux tirés des deux sondages précédents. Depuis mars 2020, les membres de la famille et les amis personnels ont moins tendance à être considéré comme l'auteur du crime.

### **Réaction**

- Devant un cas présumé de traite des personnes, trois quarts des Canadiens communiqueraient avec la police locale. Le quart des répondants en parleraient à un ami ou à un membre de leur famille en qui ils ont confiance. Très peu de personnes prendraient d'autres mesures.
- Au total, une personne sur cinq ne saurait pas quoi faire ni comment réagir, ou ne ferait rien du tout.
- Ces résultats sont en grande partie semblables à ceux des deux sondages précédents; le pourcentage total de répondants qui ne sauraient pas quoi faire ni comment réagir ou qui ne feraient rien du tout a toutefois diminué depuis mars 2020, et la quasi-totalité de cette diminution est attribuable aux gens qui ont indiqué qu'ils ne sauraient ni quoi faire ni comment réagir.

### **Connaissance des lignes téléphoniques ou de sites Web**

- Un peu plus de neuf Canadiens sur dix ne connaissent aucune ligne téléphonique ni aucun site Web conçu précisément pour aider les gens.
- Parmi les une personne sur dix qui ont répondu, la plupart décideraient de composer le 9-1-1 ou d'appeler la police. Seulement 1 % des répondants ont mentionné la Ligne d'urgence canadienne contre la traite des personnes.
- Ces résultats n'ont pas vraiment changé depuis les derniers sondages.

### **Connaissance de la Ligne d'urgence canadienne contre la traite des personnes**

- 8 % des Canadiens disent avoir déjà entendu parler de la Ligne d'urgence canadienne contre la traite des personnes, un service qui aide les victimes, donne des renseignements généraux sur le sujet et facilite le signalement d'incidents.
- Ce taux est environ le même par rapport aux sondages précédents.

## G. 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](mailto:derek.leebosh@environics.ca)

416 820-1963

**Nom du fournisseur :** Environics Research Group

Numéro de contrat : OD160-220287/001/CY

Date du contrat initial : 2021-07-07

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec le ministère à l'adresse :

[ps.communications-communications.sp@canada.ca](mailto:ps.communications-communications.sp@canada.ca)