



Transports
Canada

Transport
Canada

Recherche sur l'opinion publique : connaissances et compréhension de la population canadienne concernant les épaulards résidents du sud et la sécurité nautique

Sommaire

Préparé pour Transports Canada

Fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc. (Phoenix SPI)

Numéro de contrat : T8053-210135

Valeur du contrat : 84 709,25 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 2021-11-26

Date de présentation du rapport : 2022-03-31

Numéro d'enregistrement : POR 050-21

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Transports Canada à l'adresse TC.Publicopinion-Opinionpublique.TC@tc.gc.ca.

This report is also available in English.

Recherche sur l'opinion publique : connaissances et compréhension de la population canadienne concernant les épaulards résidents du sud et la sécurité nautique

Sommaire

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par Phoenix SPI pour le compte de Transports Canada. L'étude a été menée auprès de 1003 Canadiens entre le 26 janvier et le 20 mars 2022.

This publication is also available in English under the title : Whales Initiative: Canadians' Awareness and Understanding of Southern killer whales and Boating Safety.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Transports Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Transports Canada à l'adresse suivante :

TC.Publicopinion-Opinionpublique.TC@tc.gc.ca.

Transports Canada

330, rue Sparks
Ottawa (Ontario)
K1A 0N5

Numéro de catalogue : T22-251/1-2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-43896-2

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 050-21) :

- Numéro de catalogue : T22-251/1-2022E-PDF (rapport final, version anglaise)
- ISBN : 978-0-660-43894-8

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2022.

Sommaire

Transports Canada a chargé Phoenix Strategic Perspectives Inc. (Phoenix SPI) de mener une recherche sur l'opinion publique auprès des résidents de la côte sud de la Colombie-Britannique et de certaines régions de l'île de Vancouver qui utilisent ou prévoient utiliser des embarcations de plaisance.

But et objectifs de la recherche

Le but principal de la recherche était de mener une étude faisant suite à celle réalisée en 2021 sur le niveau de sensibilisation aux mesures obligatoires et volontaires visant à protéger les épaulards résidents du sud et à mieux faire connaître la sécurité nautique dans les eaux côtières méridionales de la Colombie-Britannique. L'étude visait précisément à mesurer le niveau de sensibilisation aux efforts déployés par Transports Canada pour protéger les épaulards résidents du sud, à déterminer la mesure dans laquelle les participants étaient au courant du déploiement d'une campagne publicitaire connexe et s'en souvenaient, et à cerner l'utilisation de la technologie de sondeur à écho, car la réduction de l'impact du bruit sous-marin est l'un des objectifs de l'Initiative de protection des baleines.

Méthodologie

Un sondage téléphonique à composition aléatoire de 11 minutes a été administré à 1003 adultes de 18 ans et plus qui résident dans des collectivités côtières du sud de la Colombie-Britannique et dans certaines régions de l'île de Vancouver et qui répondent aux critères d'admissibilité à la navigation de plaisance. Le travail sur le terrain a été effectué entre le 26 janvier et le 20 mars 2022. Aux fins de cette recherche, pour être classés comme plaisanciers, les adultes devaient avoir fait ce qui suit au moins une fois au cours des 12 mois précédents ou avoir l'intention de le faire au cours des 12 prochains mois :

- 1) posséder, exploiter ou louer une embarcation de plaisance, motorisée ou à voile, ou être passager à bord d'une telle embarcation;
- 2) faire de la planche à pagaie ou naviguer sur l'océan à bord d'un kayak ou d'un canot.

En raison de la taille de l'échantillon, les résultats globaux peuvent être considérés comme précis à 3,1 % près, 19 fois sur 20. La marge d'erreur est plus grande pour les résultats relatifs aux sous-groupes de l'échantillon complet. Les données ont été pondérées pour refléter la population en termes d'âge, de genre et de région (avec les paramètres géographiques de l'étude). Pour une description plus complète de la méthodologie, prière de consulter l'annexe 1, [Spécifications techniques](#).

Principaux constats

Plus de la moitié des répondants savent que des mesures sont en place pour protéger les épaulards résidents du sud dans les eaux côtières de la Colombie-Britannique. Le niveau de sensibilisation est considérablement plus faible lorsque l'accent est mis sur les mesures particulières.

Les mesures de protection en place pour protéger les épaulards résidents du sud dans les eaux côtières de la Colombie-Britannique sont relativement bien connues des répondants (60 %, ce qui représente une légère augmentation par rapport à 2021, lorsque 56 % ont déclaré qu'ils étaient au courant de l'adoption de telles mesures). Les propriétaires d'embarcation, les utilisateurs d'embarcation à longueur d'année, les résidents de l'île de Vancouver et les personnes âgées de 35 ans et plus étaient plus susceptibles d'être au courant de la mise en place de mesures de protection.

Le niveau de connaissance des mesures de protection obligatoires et volontaires spécifiques variait considérablement. En tout, 73 % ont dit qu'ils étaient au courant (47 % assurément, 25 % un peu) de la mesure selon laquelle les bateaux devraient réduire leur vitesse à moins de 1 000 mètres d'un épaulard. Ensuite, près de six personnes sur 10 savaient assurément (35 %) ou un peu (24 %) que les embarcations doivent se tenir à 400 mètres des épaulards dans toutes les eaux côtières du sud de la Colombie-Britannique. Le niveau de connaissance de la mesure volontaire selon laquelle la pêche ne devrait pas avoir lieu à moins de 1 000 mètres d'un épaulard était divisé : 46 % des répondants étaient un peu (20 %) ou assurément (26 %) au courant et 53 % n'étaient pas au courant. La majorité des répondants ne savaient pas que les bateaux d'observation des baleines ne devraient pas être suivis et n'étaient au courant d'aucune zone sanctuaire provisoire.

Les deux tiers des répondants ont utilisé une embarcation de plaisance au cours de la dernière année. Beaucoup naviguent sur l'océan en tant que passagers d'une embarcation.

Les deux tiers des répondants ont utilisé une embarcation de plaisance au cours de la dernière année. Notons que les propriétaires d'embarcation étaient plus susceptibles que les locataires et les passagers d'avoir navigué sur l'océan au cours de la dernière année. Les autres (34 %) ont l'intention de partir en mer à bord d'une embarcation de plaisance au cours de la prochaine année, en tant que propriétaire et exploitant d'embarcation, locataire ou passager.

Parmi les répondants qui ont navigué sur l'océan l'année dernière, 42 % ont déclaré y être allés en tant que passagers, 32 % en tant que propriétaires d'embarcation et 19 % en tant que locataires d'embarcation. En revanche, 59 % de ceux qui prévoient naviguer sur l'océan au cours de la prochaine année ont l'intention d'y aller en tant que passagers, 9 % en tant que propriétaires d'embarcation et 22 % en tant que locataires d'embarcation. Dans l'ensemble, près de la moitié des répondants au sondage (48 %) étaient (ou prévoient être) des passagers, 24 % étaient (ou prévoient être) des propriétaires/exploitants d'embarcation et 20 % louaient (ou prévoient louer) une embarcation.

Les bateaux à moteur et les kayaks sont les embarcations nautiques les plus courantes chez les répondants. Plus d'un tiers des participants utilisent un sondeur à écho. La navigation et la pêche sont les principales raisons invoquées pour l'utilisation d'un sondeur à écho.

Environ quatre répondants sur 10 (43 %) ont navigué sur l'océan à bord d'un bateau à moteur au cours des dernières années, tandis que 31 % y sont allés en kayak. Une gamme d'autres

embarcations ont été utilisées ou seront utilisées par au plus 14 % des répondants. Les résidents de la Sunshine Coast et du centre de l'île de Vancouver étaient plus susceptibles que les autres d'avoir été à bord d'un bateau à moteur au cours des dernières années, en particulier si on les compare à ceux de la grande région de Vancouver.

Deux répondants sur cinq (37 %) utilisent un sondeur à écho lorsqu'ils sont sur l'océan. Les propriétaires d'embarcation et les passagers étaient plus susceptibles que les locataires d'embarcation de recourir à un sondeur à écho. Les utilisateurs de bateaux à moteur et d'embarcations nautiques à longueur d'année étaient également plus enclins à avoir utilisé un sondeur à écho. Un peu plus des deux tiers (68 %) des répondants qui ont recours à un sondeur à écho s'en servent à des fins de navigation, tandis que 57 % l'utilisent pour la pêche. Sans surprise, les propriétaires d'embarcation étaient plus susceptibles que les passagers d'utiliser un sondeur à écho pour la navigation.

La grande majorité des répondants portent ou porteraient un gilet de sauvetage ou un dispositif de flottaison à bord d'une embarcation.

En tout, 78 % des répondants portent toujours ou prévoient porter un gilet de sauvetage ou un dispositif de flottaison lorsqu'ils sont en mer. Les propriétaires et les locataires d'embarcation étaient plus susceptibles que les passagers de dire qu'ils portent un gilet de sauvetage ou un dispositif de flottaison. Les utilisateurs saisonniers d'embarcation sont également plus enclins que les plaisanciers à longueur d'année à porter un gilet de sauvetage ou un dispositif de flottaison. Ceux qui sortent en kayak ont également plus tendance à porter un gilet de sauvetage ou un dispositif de flottaison.

Google est la principale source d'information sur la sécurité nautique et la réglementation.

Lorsqu'on leur a demandé quelle était leur source d'information sur la sécurité nautique et la réglementation, les répondants (16 %) ont fait mention le plus souvent de Google. Par ailleurs, 14 % se tournent vers leurs amis, leur famille et leurs collègues, tandis qu'un nombre presque aussi important (13 %) ont déclaré avoir obtenu ce type d'information auprès des magasins de location de bateaux. Neuf pour cent ont indiqué que Transports Canada et Internet étaient leurs principales sources d'information sur la sécurité nautique et la réglementation. Neuf pour cent des personnes interrogées ont déclaré qu'elles n'avaient jamais eu besoin de chercher ce type d'informations. Les propriétaires d'embarcation étaient plus susceptibles de dire qu'ils obtiennent des renseignements sur la sécurité nautique et la réglementation en consultant Internet (24 %), tandis que les locataires ont plus tendance à mentionner les magasins de location de bateaux (44 %) et les passagers, à faire mention de leurs amis, de leur famille et de leurs collègues (17 %).

Environ la moitié des répondants disent se souvenir d'une campagne publicitaire. Parmi ces derniers, un tiers se souviennent d'avoir vu une publicité à la télévision, et plusieurs autres sources ont également été mentionnées avec une certaine fréquence. « Aidez à assurer la sécurité des épaulards » était le message auquel ont fait référence le plus grand nombre de répondants.

Un peu moins de la moitié (47 %) des répondants se souviennent d'avoir entendu ou vu une publicité sur la protection des épaulards dans les eaux côtières de la Colombie-Britannique leur demandant de rester éloignés d'eux lorsqu'ils naviguent. Les propriétaires d'embarcation et les utilisateurs d'embarcation à longueur d'année étaient les plus susceptibles de se souvenir d'avoir vu ou entendu une publicité. Les résidents de l'île de Vancouver étaient également plus nombreux à se souvenir d'avoir entendu ou vu une publicité.

Parmi les répondants qui se souviennent d'avoir vu ou entendu des publicités sur la protection des épaulards dans les eaux côtières de la Colombie-Britannique (n = 531), le tiers (32 %) ont déclaré qu'ils se souvenaient d'avoir vu une publicité à la télévision.¹ Un peu moins d'un quart ont déclaré se souvenir d'une publicité diffusée dans les médias sociaux ou à la radio (23 %, respectivement). Les répondants de la grande région de Vancouver et du centre de l'île de Vancouver étaient plus susceptibles de se souvenir d'une publicité à la télévision. Les propriétaires d'embarcation avaient plus tendance à se souvenir d'une publicité sur une affiche, un panneau ou dans un dépliant papier, tandis que les passagers avaient plus tendance à se souvenir d'une publicité présentée à la télévision.

Vingt-huit pour cent des répondants qui se sont souvenus d'une publicité ont déclaré que le message principal était le suivant : « aidez à assurer la sécurité des épaulards ». Ensuite, 24 % des participants ont fait mention du message « ralentissez et gardez vos distances si vous apercevez une baleine ». De plus, 19 % ont dit se souvenir du message « Demeurez à 400 mètres des épaulards ». Les propriétaires d'embarcation étaient plus susceptibles de se souvenir d'un message concernant le fait de « demeurer à 400 mètres des épaulards ».

Limites et utilisations de la recherche

L'étude repose sur un échantillonnage probabiliste. Les résultats peuvent donc être généralisés à la population cible. La seule limite constitue la taille plus petite des échantillons lorsqu'il s'agit d'analyser les résultats pour les sous-groupes de la population. Les résultats du sondage seront utilisés par Transports Canada dans le but d'orienter les activités de planification des communications, de sensibilisation et d'éducation, et d'améliorer la confiance, la sensibilisation et la conformité des plaisanciers aux mesures de protection volontaires et obligatoires pour les épaulards résidents du sud et aux règlements connexes sur la sécurité nautique.

Valeur du contrat

La valeur du contrat s'élevait à 84 709,25 \$ (incluant la TVH).

Déclaration de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites 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 finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de

¹ Remarque : La campagne publicitaire n'a pas été diffusée à la télévision. Malgré cela, la télévision était le moyen ou la source de rappel mentionné par la plus grande proportion de répondants.

partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



Alethea Woods
Présidente