



Enquête de suivi sur la notoriété de Parcs Canada 2018-2019

Sommaire

Préparé pour l'Agence Parcs Canada

Nom du fournisseur : ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS

Numéro de contrat : EP363-140002/004/CY

Valeur du contrat : 135 571,75 \$

Date d'octroi du contrat : 20 avril 2018

Date de livraison : 28 mars 2019

Numéro d'enregistrement : ROP 003-18

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence Parcs Canada à :

information@pc.gc.ca ou

1-888-773-8888.

This report is also available in English

Enquête de suivi sur la notoriété de Parcs Canada 2018-2019

Sommaire

Préparé pour l'**Agence Parcs Canada**

Nom du fournisseur : **ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS**

Mars 2019

Ce rapport de recherche d'opinion publique est le résultat d'un sondage téléphonique effectué par les ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS pour le compte de l'Agence Parcs Canada. L'étude a été menée auprès de 8 061 Canadiens adultes entre le 30 mai 2018 et le 6 mars 2019 (environ 2 000 cas par mois, une fois par trimestre).

Cette publication est aussi disponible en anglais sous le titre : Parks Canada Awareness Tracking Study 2018-2019.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence Parcs Canada. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'Agence Parcs Canada à information@pc.gc.ca ou au :

1-888-773-8888
Agence Parcs Canada
30, rue Victoria, 2^e étage
Gatineau (QC) J8X 0B3

Numéro de catalogue :

R62-557/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-30317-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 003-18) :

Numéro de catalogue ISBN R62-557/2019F-PDF

978-0-660-30318-5

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par l'Agence Parcs Canada, 2019

ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS

Personne-ressource : Susan Galley

Bureau d'Ottawa

359, rue Kent, pièce 300

Ottawa (Ontario)

K2P 0R6

Tél : (613) 235 7215

Télécopieur : (613) 235 8498

Courriel : pobox@ekos.com

www.ekos.com

SOMMAIRE

L'Agence Parcs Canada (APC) protège et présente des exemples d'importance nationale du patrimoine naturel et culturel du Canada et favorise la compréhension, l'appréciation et le plaisir du public afin d'assurer l'intégrité écologique et commémorative de ces lieux pour les générations actuelles et futures. Les parcs nationaux, lieux historiques nationaux et aires marines nationales de conservation attirent plus de 20 millions de visiteurs canadiens et étrangers chaque année.

L'APC utilise l'Enquête de suivi de la notoriété pour mesurer, suivre, de façon continue, et comprendre le succès à court terme de ses efforts de communications proactives sur la notoriété et la compréhension de l'Agence et des lieux qu'elle administre.

L'instrument de sondage utilisé en 2019 est conforme aux itérations antérieures du sondage. Le sondage téléphonique bilingue comportait un échantillon aléatoire de Canadiens âgés de 18 ans et plus. L'échantillon incluait tous les territoires et provinces, avec des suréchantillons à Montréal, Toronto et Vancouver. Chaque vague du sondage avait une marge d'erreur respective de plus ou moins 2,2 %, 19 fois sur 20. L'échantillon global compte 8 061 entrevues réalisées. Voici les détails de l'échantillon pour chaque vague du sondage :

- Vague 1 – 30 mai au 22 juin 2018 – 2 036 entrevues réalisées, y compris 1 608 répondants joints sur un téléphone de ligne terrestre, et 428 joints sur un téléphone cellulaire;
- Vague 2 – 6 au 24 septembre 2018 – 2 007 entrevues réalisées, y compris 1 657 répondants joints sur un téléphone de ligne terrestre, et 350 joints sur un téléphone cellulaire;
- Vague 3 – 27 novembre au 13 décembre 2018 – 2 011 entrevues réalisées, y compris 1 628 répondants joints sur un téléphone de ligne terrestre, et 383 joints sur un téléphone cellulaire;
- Vague 4 – 1^{er} au 16 mars 2019 – 2 007 entrevues réalisées, y compris 1 670 répondants joints sur un téléphone de ligne terrestre, et 337 joints sur un téléphone cellulaire.

Constatations

Notoriété de Parcs Canada

La notoriété de Parcs Canada est forte en 2018-2019, et a augmenté considérablement par rapport à 2017-2018.

- Trente-trois pour cent (33 %) des répondants se sont souvenus (sans aide) de Parcs Canada en tant qu'organisme qui gère les parcs et les lieux historiques nationaux désignés

officiellement au Canada, allant de 30 % en juin et décembre, pour atteindre un sommet de 35%, en septembre, ce qui représente une augmentation considérable par rapport à 24 % en 2017-2018.

- Le rappel non assisté est le plus élevé en Alberta et au Canada atlantique (40 % and 37 %, respectivement), et le plus faible en Ontario (27 %).
- La notoriété générale assistée de Parcs Canada est très omniprésente, à 86 %, où seulement 14% des répondants ne pouvant nommer l'Agence ou la reconnaître. La notoriété générale semble également avoir augmenté, dans ce cas quelque peu, par rapport à 2017-2018, qui était à 82 %. Les résultats sont également constants tout au long de l'année.
 - La notoriété générale est la plus grande en Alberta, à 94 %, bien que la Colombie-Britannique et le Canada Atlantique suivent de près, à 91%.
- La mémorisation du logo de Parcs Canada (reconnaissant le castor en tant que symbole utilisé) est, en gros, similaire au rappel spontané, à 33 %.
 - La reconnaissance est plus élevée au Canada atlantique (49 %) et en Alberta (44 %), et la plus faible en Ontario (25 %).

Mémorisation des messages

- Pour ce qui est de se souvenir d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet de « Parcs Canada » et/ou des « parcs nationaux du Canada », la mémorisation varie également entre 29 % et 31 %; allant d'un niveau élevé de 36 % pour « Parcs Canada » en septembre à un bas niveau de 23 % en mars 2019. Le contenu concernant les « lieux historiques nationaux du Canada » est mémorisé à un même niveau par 29% des répondants, et est plus ou moins constant tout au long de l'année.
 - Comme pour la notoriété, la mémorisation de nouvelles spécifiques est plus élevée en Alberta et au Canada atlantique, et généralement plus faible en Ontario.
- La télévision se classe comme le moyen le plus efficace pour atteindre les Canadiens avec de l'information sur Parcs Canada, avec 22 % pour les émissions ou les documentaires (pourcentage les plus élevés en décembre 2018, et en mars 2019, à 25 %), et 20 % pour les publicités télévisées (pourcentage le plus élevé en juin 2018, à 23 %).
 - Les médias sociaux sont également signalés en tant que source importante (12%), bien que légèrement moins en hiver.
 - Ces taux sont comparables aux mesures antérieures prises plus tôt en 2018, qui avaient diminué par rapport à 2017.
- Les thèmes populaires ayant du contenu de Parcs Canada et dont les répondants se souvenaient ont trait :
 - aux attractions et aux caractéristiques des parcs (11 %; plus souvent en juin, à 16 %);
 - aux voyages et au tourisme (9 %; plus souvent en juin 2018, à 13 %);
 - aux lieux historiques (9 %);
 - à l'information sur la nature et la faune (8 %).

Appui pour le mandat de Parcs Canada

Les Canadiens appuient fortement le mandat de Parcs Canada.

- À raison d'un pourcentage de 88 %, les Canadiens appuient, ou appuient entièrement, ce qui est remarquablement constant tout au long de l'année. Cependant, le soutien semble avoir augmenté de façon assez marquée par comparaison à 81 % en 2017-2018.
 - L'appui est également largement constant d'une région à l'autre, allant de 84 % en Alberta en juin, dans les 80 % et les débuts des 90 %, mais atteignant un sommet de 93% au Canada atlantique en septembre.

Thèmes particuliers

- Parcs Canada évoque une grande variété d'images positives pour les Canadiens, notamment des images de la nature et du milieu sauvage (19 %), de beaux paysages pittoresques (14 %), ainsi que de terrains de camping/VR, de conservation et protection de l'environnement, et d'espaces organisés et bien entretenus (8 % chacun).
- Des pourcentages appréciables de Canadiens estiment que certaines activités de conservation particulières de Parcs Canada leur sont familières, y compris les efforts déployés pour protéger les espèces en péril (selon 54 % des répondants) et, en second lieu, le suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux (47 %), ainsi que l'utilisation de feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers (44 %).
 - La recherche scientifique sur l'environnement dans les parcs nationaux, les mesures prises pour protéger de nouvelles aires marines et terrestres, les collaborations avec les peuples autochtones, la participation du public et la surveillance et la limitation des impacts du changement climatique sur les parcs nationaux varient également entre 35 % et 39 %.
 - La connaissance est généralement plus élevée en Alberta et au Canada atlantique, et plus faible au Québec.
- Les résultats suggèrent également à entendre que le public désire fortement en apprendre davantage au sujet de l'Agence, 56 % des répondants étant intéressés à en apprendre davantage au sujet des activités scientifiques et de conservation menées par Parcs Canada.
 - L'intérêt est relativement constant partout au Canada.

La valeur du contrat pour ce projet de recherche sur l'opinion publique (ROP) est de 135 571,75 \$ (TVH incluse).

Nom du fournisseur : ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS

Numéro de contrat de TPSGC : EP363-140002/004/CY

Date d'octroi du contrat : 20 avril 2018

Pour obtenir plus de renseignements au sujet de la présente étude, veuillez communiquer avec l'Agence Parcs Canada à : information@pc.gc.ca

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., que les produits livrables sont parfaitement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, prévues dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

En particulier, ces produits livrables ne renferment pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants

Signature : Susan Galley (vice-présidente)

Mars 2019