



Public Safety
Canada

Sécurité publique
Canada

Recherche sur l'opinion publique : Campagne de sensibilisation à la préparation aux situations d'urgence - Sommaire.

Préparé pour Sécurité publique Canada

Nom de la firme de recherche : Ipsos

Numéro du contrat : OD160-212871/001/CY

Valeur du contrat : 223 215,96 \$ (TVH comprise)

Date d'attribution des services : Novembre 2020

Date de livraison des services : Janvier 2021

Numéro d'enregistrement : POR [POR 054-20](#)

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

This report is also available in English.

Canada 

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage représentatif et de groupes de discussion menés par Ipsos pour le compte de Sécurité publique Canada.

This report is also available in English with the following title : Public opinion research study: Emergency Preparedness Awareness Campaign Findings Report.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Il faut obtenir une permission écrite au préalable de Sécurité publique Canada pour toutes autres utilisations. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à : ps.communications-communications.sp@canada.ca.

Sécurité publique Canada

269, avenue Laurier Ouest, 13^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0P8

Numéro de catalogue : PS4-280/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-38725-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement : [POR POR 054-20](#)) :

- Numéro de catalogue PS4-280/2021E-PDF – (Rapport définitif, français)
- ISBN 978-0-660-38724-6

Énoncé sur la neutralité politique

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne contiennent 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.



Mike Colledge
Président
Affaires publiques Ipsos

1. Sommaire

Ce rapport présente les résultats de recherches qualitatives et quantitatives quant à l'attitude du public en matière de préparation aux situations d'urgence.

1.1 Contexte

En janvier 2019, les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux (FPT) responsables de la gestion des urgences ont approuvé la Stratégie de sécurité civile pour le Canada (SSCC). La Stratégie établit cinq priorités afin d'accroître la résilience de la société canadienne d'ici 2030, dont deux qui seront appuyées par une campagne publicitaire nationale : améliorer la compréhension des risques de catastrophes dans tous les secteurs de la société et se consacrer davantage aux activités axées sur la prévention des catastrophes et l'atténuation de leurs conséquences dans l'ensemble de la société.

Un des éléments clés pour renforcer le Canada et accroître sa résilience est de donner à la population les moyens de s'éduquer et de prendre les mesures nécessaires pour atténuer les risques pour leurs biens et leur sécurité personnelle. Une campagne publicitaire nationale sera créée pour sensibiliser et renseigner un grand nombre de Canadiens et de Canadiennes sur les risques dans leur région. Dans le cadre de cette campagne, une autre campagne bien réussie de 2006, *Préparez-vous*, sera relancée. Il y aura refonte de la marque et des ressources existantes pour une nouvelle cohorte de parents et de propriétaires.

Pour étayer cette campagne publicitaire, Sécurité publique Canada a commandé un programme de recherche sur l'opinion publique comprenant une recherche qualitative, une enquête de référence quantitative et des sondages d'évaluation en ligne avant et après la campagne au moyen de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF).

1.2 Objectifs de la recherche

Les objectifs pour chacune des méthodologies figurent dans le tableau ci-dessous.

Méthodologie	Objectifs
Recherche qualitative	<ul style="list-style-type: none">Évaluer, du point de vue qualitatif, trois concepts créés pour la future campagne de préparation aux situations d'urgence
Enquête de référence quantitative	<ul style="list-style-type: none">Établir une base de référence quantitative de l'état de l'opinion du public sur la question de la préparation aux situations d'urgence, y compris la connaissance, les attitudes et les comportements en la matière

1.3 Méthodologie

1.3.1 Recherche qualitative

Trois concepts ont été élaborés, soit « Plonge dans l'action », « Préparé et n'a pas peur » et « Catastrophe ambulante ». Les concepts ont été évalués dans 10 groupes de discussion en ligne du 8 au 16 décembre 2020. Comme l'illustre le tableau ci-dessous, la recherche a permis de recueillir les points de vue de Canadiens et de Canadiennes de partout au pays et dans les deux langues officielles. Les personnes de 25 à 55 ans et les parents d'enfants de moins de 17 ans ont été classés dans la catégorie à faible risque. La catégorie à risque élevé comprend les personnes âgées, les personnes ayant un handicap, les personnes issues de communautés autochtones, les personnes à charge pour des raisons

médicales, les personnes à faible revenu, les personnes à faible niveau d'instruction, les ménages ne comprenant que des femmes, les nouveaux arrivants et les minorités culturelles. Un exemplaire du questionnaire d'admissibilité est annexé au présent document.

Numéro de groupe	Province	Niveau de risque	Langue	Nombre de participants
1	(Ontario)	Faible	Anglais	6
2	(Ontario)	Élevé	Anglais	8
3	Québec	Faible	Français	8
4	Québec	Élevé	Français	8
5	Canada atlantique	Faible	Anglais	7
6	Canada atlantique	Élevé	Anglais	8
7	Alberta	Faible	Anglais	7
8	Alberta	Élevé	Anglais	7
9	Colombie-Britannique	Faible	Anglais	6
10	Colombie-Britannique	Élevé	Anglais	7

Les discussions, d'une durée de 90 minutes, se sont tenues sur une plateforme virtuelle. Les participants ont visionné des dessins animés par ordinateur illustrant les concepts, puis ont fait part de leurs réactions en donnant des réponses par écrit, en participant à une discussion verbale et en « votant » pour des réponses à des questions fermées. Un exemplaire du guide de discussion est annexé au présent document. Les participants ont reçu une somme de 100 \$ en guise de remerciement.

Les résultats présentés dans la deuxième section du présent rapport sont de nature qualitative, c'est-à-dire que leur valeur est associée à la compréhension des facteurs et des interactions entre les facteurs qui sous-tendent les attitudes et les réactions face aux concepts. Le décompte des réponses aux questions fermées visant à évaluer les réactions des participants face aux concepts a été inclus. Ces chiffres doivent uniquement être interprétés comme un aperçu des opinions dans les discussions. Ils ne doivent pas être extrapolés à la population dans son ensemble.

1.3.2 Enquête de référence quantitative

Une enquête a été menée en ligne du 16 au 30 décembre 2020 auprès d'un échantillon représentatif de n = 2 022 Canadiens et Canadiennes de 25 à 55 ans. La répartition naturelle par âge et par critère parent/non-parent a permis d'inclure dans l'échantillon un nombre relativement important de parents d'enfants âgés de 5 à 18 ans, un public cible de la future campagne de préparation aux situations d'urgence (n = 580). Un suréchantillonnage a aussi permis de veiller à ce qu'un minimum de n = 100 de chacun des groupes suivants soient inclus : Canadiens autochtones (n = 164), personnes ayant immigré au Canada il y a moins de 10 ans (n = 124), et immigrants arrivés au Canada il y a plus de 10 ans (n = 234).

L'enquête a été proposée dans les deux langues officielles et durait en moyenne 18 minutes.

Plus de détails sur la méthodologie sont présentés à l'annexe B.1.

Avis au lecteur :

- Tout au long du rapport, le terme « Canadien » est utilisé pour désigner les répondants au sondage.
- À moins d'indication contraire, tous les résultats présentés dans le rapport sont exprimés en pourcentage.
- Dans certains cas, il est possible que les pourcentages ne totalisent pas 100 % en raison du facteur d'arrondissement ou si les répondants étaient autorisés à donner plus d'une réponse (p. ex., « veuillez choisir tout ce qui s'applique »).
- Toujours en raison du facteur d'arrondissement, il est possible que certains pourcentages ne correspondent pas à ceux présentés dans les données totalisées (qui sont présentées dans un document distinct).
- Sauf indication contraire, les valeurs de base indiquées dans les tableaux annexés au présent rapport sont pondérées.

1.4 Faits saillants

Le présent rapport n'expose que les résultats de la recherche qualitative et de l'enquête de référence quantitative.

1.4.1 Recherche qualitative

- Parmi les trois concepts évalués, « Plonge dans l'action » a reçu l'accueil le plus favorable, principalement en raison de sa nature très directe, puis pour ses qualités pédagogiques et inspirantes.
- La plupart des participants s'entendent pour dire que « Préparé et n'a pas peur » a le potentiel de « rester dans la tête », mais son effet est plus clivant. D'une part, les participants ont affirmé qu'ils pouvaient bien imaginer le « refrain publicitaire » « accrocheur » et « ringard » devenir un air obsédant. Cependant, le concept a été perçu comme étant « enfantin », une caractéristique désagréable pour certains.
- Quant au concept « Une catastrophe ambulante », il semblait être le pire des trois concepts, plusieurs participants le trouvant difficile à comprendre après le visionnement initial. L'analogie entre une catastrophe naturelle et un invité indésirable n'a pas été communiquée de façon assez claire et fréquente.

1.4.2 Enquête de référence quantitative

- La plupart des Canadiens (74 %) croient vivre dans une zone à faible risque (53 %) ou à risque modéré (22 %). Deux participants sur dix (21 %) ne connaissent pas le niveau de risque précis (12 %) ou n'y ont jamais réfléchi (9 %). Seuls 4 % des Canadiens croient vivre dans une zone à risque élevé.
- La plupart des Canadiens (76 %) ne sont pas préoccupés (29 %) ou ne sont pas conscients (47 %) des risques particuliers associés aux urgences météorologiques et aux catastrophes naturelles. Seul un Canadien sur dix (11 %) affirme avoir pris des mesures pour réduire le risque que sa maison soit touchée par une urgence météorologique ou une catastrophe naturelle telle qu'une inondation, un incendie de forêt, une tornade, un ouragan, une tempête de verglas, un blizzard ou un froid extrême. Parmi eux, seuls 2 % ont aussi pris des mesures pour aider leur communauté.
- L'expérience de catastrophes naturelles antérieures ou le fait de vivre dans une zone à risque modéré à élevé ont peu d'incidence sur la préparation subséquente. En effet, l'enquête a révélé que l'expérience de catastrophes naturelles antérieures n'a pas une forte influence sur le degré de préparation subséquente. Bien que les Canadiens ayant connu une catastrophe naturelle par le passé aient plus tendance à être conscients des risques que court leur communauté et à avoir pris des mesures pour se protéger, seuls 20 % d'entre eux disent avoir pris des mesures pour se protéger de risques futurs, et cela même si 41 % d'entre eux déclarent que la catastrophe a causé des dommages

à leur habitation nécessitant des réparations et si 84 % n'ont pas quitté la région après l'événement.

- Presque tous les Canadiens (98 %) ont *au moins quelques* articles de sécurité d'urgence chez eux, mais très peu d'entre eux (27 %) affirment avoir pris *la plupart ou toutes* les mesures particulières mentionnées dans le sondage pour protéger leur maison¹. Près d'un quart (23 %) affirment avoir pris *certaines* mesures nécessaires et 50 % déclarent n'avoir pris *aucune des mesures nécessaires*.
- Les Canadiens ont plus tendance à s'attendre à ce que le gouvernement fournisse des services de secours plutôt qu'un soutien financier. La moitié des Canadiens âgés de 25 à 55 ans (51 %) pensent que le gouvernement a l'obligation de fournir des services de secours et 41 % affirment que tout dépend du type d'événement ou d'urgence ou de l'ampleur des répercussions sur leur vie. Seuls 3 % ne pensent pas que le gouvernement soit obligé de fournir des services de secours en cas d'urgence. En revanche, seuls 27 % des Canadiens de 25 à 55 ans estiment que le gouvernement a absolument l'obligation de fournir une aide financière pour couvrir leurs besoins immédiats en cas d'urgence. Cependant, en fonction du type d'événement ou d'urgence ou de l'ampleur des répercussions sur leur vie, la plupart s'attendent à un certain appui financier de la part du gouvernement.
- La moitié des Canadiens (55 %) affirment que la pandémie de COVID-19 a influencé la façon dont ils se préparent aux situations d'urgence, notamment le stockage supplémentaire d'aliments et d'articles essentiels (34 %) et le fait de mettre de l'argent, ou plus d'argent, de côté pour les dépenses imprévues (29 %). Les données semblent indiquer que les personnes qui affirment que la COVID-19 a influencé la façon dont ils se préparent sont souvent celles qui se préparaient déjà (des personnes qui ont un plan en cas d'urgence, par exemple : 68 % contre 49 %).
- Il n'y a guère de consensus sur la durée de survie possible à la maison en situation d'urgence. Une importante minorité estime pouvoir tenir au moins une semaine (39 %), dont 11 % pendant 2 semaines et 15 % pendant plus de 2 semaines.
- Pour ce qui est des sources d'information et des ressources pour la préparation aux situations d'urgence, les Canadiens considèrent que toutes celles nommées dans l'enquête sont crédibles. Ils estiment cependant que les premiers intervenants sont *très crédibles* par rapport aux autres, mais le degré de crédibilité accordé aux autres (le gouvernement du Canada, les gouvernements provinciaux et les municipalités) est tout de même élevé.

¹ Par exemple, l'installation d'une pompe de puisard dans le sous-sol pour prévenir les inondations; la rénovation de la structure extérieure de la résidence avec des matériaux ignifuges; l'installation de volets ou d'autres couvre-fenêtres pour atténuer les dommages causés par les tempêtes, les tornades et les ouragans; l'installation d'un clapet antiretour dans le drain du sous-sol; l'amélioration du nivellement autour des fondations de la maison pour faciliter l'écoulement de l'eau; l'enlèvement du bois mort de la propriété; l'extension des tuyaux de descente pour détourner l'eau de pluie des fondations, etc.