



National Défense
Defence nationale

Centenaire de l'ARC 2024 : étude de base

Résumé exécutif

Préparé à l'intention du ministère de la Défense nationale du Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group
Numéro de contrat : W8484-212102/001/CY
Valeur du contrat : 79 059,55 \$
Date d'attribution des services : 23 décembre 2021
Date de livraison : 4 mars 2022

Numéro d'enregistrement : ROP 071-21

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le ministère de la Défense nationale par courriel à l'adresse suivante :

POR-ROP@forces.gc.ca

This summary is also available in English.

Centenaire de l'ARC 2024 : étude de base

Résumé exécutif

Préparé à l'intention du ministère de la Défense nationale du Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group
Mars 2022

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne réalisé par Earnscliffe Strategy Group pour le compte du ministère de la Défense nationale et des Forces armées canadiennes. Le projet de recherche s'est déroulé en janvier et février 2022.

This publication is also available in English under the title: RCAF 2024 Centennial – Baseline Study

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite du ministère de la Défense nationale (MDN). Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec le MDN par courriel à POR-ROP@forces.gc.ca ou par la poste à l'adresse suivante :

Le ministère de la Défense nationale
1745, promenade Alta Vista
Ottawa (Ontario) K1A 0K6

N° de catalogue : D2-606/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-42825-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement) : POR 071-21

RCAF 2024 Centennial – Baseline Study (Rapport final, version anglaise) 978-0-660-42824-6

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de la Défense nationale, 2022

Résumé

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter au ministère de la Défense nationale (MDN) ce rapport qui résume les résultats de son projet de recherche quantitative visant à soutenir l'organisation de la campagne du centenaire de l'Aviation royale canadienne (ARC).

Le 1^{er} avril 2024 marquera le centième anniversaire de l'ARC en tant qu'entité indépendante, ce qui représente une occasion unique de lancer une vaste campagne pour célébrer ce jalon important, tisser des liens avec la population canadienne et examiner la façon dont l'ARC continuera de servir les Canadiens au cours des 100 prochaines années.

La campagne du centenaire en 2024 présentera l'ARC comme une puissance aérienne et spatiale pertinente, adaptable et efficace, en plus de montrer ses contributions passées, présentes et futures à la sécurité nationale ainsi qu'à la paix et à la stabilité internationales.

Cette étude visait à fournir des données de référence sur l'opinion publique canadienne à l'égard de l'ARC, dans le but plus précis d'orienter la planification des communications et d'évaluer les chances de réussite de la campagne. Aucun projet de recherche officiel sur l'opinion publique relative à l'ARC n'avait encore été mené, et les résultats de l'étude de suivi *Points de vue sur les Forces armées canadiennes* suggèrent que la population connaît peu l'ARC. L'étude avait pour but d'aider l'ARC à mieux comprendre les perceptions et les attitudes du public à son égard, en vue de la planification de la campagne du centenaire 2024. Le projet sert également les objectifs suivants : évaluer les activités de communication existantes de l'ARC, orienter la prise de décisions, améliorer les stratégies de communication avec la population canadienne et les publics cibles, et rendre compte du rendement du Ministère.

Avec ces objectifs en tête, Earnscliffe a mené un sondage en ligne auprès de 3 075 Canadiens de 17 ans et plus recrutés à partir du panel exclusif à participation volontaire de Léger. Offert en français et en anglais, le sondage était accessible du 2 au 17 février 2022 et les participants ont mis en moyenne 10 minutes pour y répondre.

Les principales constatations de la recherche sont présentées ci-dessous.

Principales constatations

- Près des trois quarts (73 %) des répondants disent avoir déjà vu le logo de l'ARC, mais seulement 22 % l'associent correctement à l'organisation qu'elle représente.
- La grande majorité des répondants connaissent au moins un peu chaque environnement des Forces armées canadiennes (FAC); les FAC (40 %) et l'Armée canadienne (39 %) leur

sont plus souvent très ou assez familières, alors que c'est moins le cas pour l'ARC (30 %) et la Marine royale du Canada (25 %).

- Dans l'ensemble, les impressions à l'égard de l'ARC sont positives : plus de la moitié des répondants (55 %) ont une opinion positive de l'organisation, alors que seulement 6 % en ont une opinion négative.
 - Les mots les plus souvent utilisés pour décrire l'ARC sont « Canada/Canadiens » (15 %), « avions/aéronefs/aviation » (13 %) et « armée/forces armées » (12 %).
- Les deux tiers des répondants (67 %) ont une impression favorable à l'égard des personnes qui servent dans l'ARC, et ceux pour qui ce n'est pas le cas ont davantage tendance à en avoir une impression neutre (25 %) qu'une impression défavorable (4 %).
- Plus de la moitié (60 %) des répondants jugent que l'ARC est essentielle (note de 4 ou 5 sur une échelle de 5 points) et qu'elle est une source de fierté pour les Canadiens (57 %). Encore une fois, la plupart de ceux qui n'ont pas une impression positive de l'organisation en ont une plus neutre que négative.
- Plus de la moitié (59 %) des répondants estiment également que l'ARC représente les valeurs canadiennes. Très peu sont en désaccord avec cette affirmation, et environ un tiers ne sont ni d'accord ni en désaccord ou n'ont pas exprimé d'opinion à ce sujet.
 - Les répondants se montrent un peu plus incertains lorsqu'on leur demande si l'ARC partage leurs propres valeurs : la plupart disent que oui (43 %), mais la moitié sont neutres (25 %) ou ne sont pas en mesure de se prononcer sur la question (22 %).
- Certains rôles de l'ARC sont mieux connus des Canadiens que d'autres. Par exemple, plus de la moitié des répondants savent que l'ARC fait des démonstrations aériennes (64 %) et du transport de troupes (62 %), qu'elle soutient les opérations de l'OTAN (59 %) et qu'elle participe à des opérations de recherche et de sauvetage (59 %).
 - Un peu moins de la moitié sont au courant des activités de l'ARC dans les domaines de l'alerte et du contrôle aérospatiaux (47 %), du transport de responsables gouvernementaux (45 %) et de l'aviation maritime (40 %).
 - Le rôle de l'ARC le moins connu (26 %) est celui qui consiste à surveiller le territoire, à recueillir des renseignements et à identifier des cibles au moyen de satellites dans l'espace.
- Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer l'importance de chaque rôle, plus des deux tiers des répondants (69 %) ont indiqué que la recherche et le sauvetage sont très importants (note de 5 sur une échelle de 5 points). Environ la moitié des personnes interrogées estiment que d'autres rôles très importants sont les services d'alerte et de contrôle aérospatiaux (56 %) et le transport de troupes et d'équipements (50 %).

- Les rôles suivants se classent tous de manière semblable en ce qui a trait à leur importance : soutien aux alliés, y compris l'OTAN, dans les opérations à l'étranger (44 %), activités liées à l'aviation maritime (43 %) et utilisation de satellites dans l'espace pour surveiller le territoire et recueillir des renseignements (42 %).
- Le transport de responsables gouvernementaux et de dignitaires (21 %) et les démonstrations aériennes (17 %) sont considérés comme les activités les moins importantes.
- Tous les jeunes de 17 à 34 ans qui ont répondu au sondage ont été interrogés sur la probabilité qu'ils s'enrôlent dans chacun des environnements des FAC. Si bien peu disent qu'il est très probable qu'ils s'enrôlent dans l'une ou l'autre des organisations, plus d'un tiers ont exprimé une certaine probabilité d'enrôlement, dans l'ARC notamment (38 %).
- Peu de répondants se considèrent très bien (4 %) ou assez bien (15 %) renseignés sur les possibilités d'emploi au sein de l'ARC.
- Un répondant sur cinq (20 %) se dit très ou assez intéressé par l'idée de s'enrôler dans l'ARC.
- Si un membre de leur famille ou un ami leur demandait à quel point une carrière dans l'ARC leur semble attrayante, plus de la moitié des personnes interrogées (54 %) répondraient qu'il s'agit d'une option assez ou très attrayante.
- Plus de la moitié (59 %) des personnes interrogées accueilleraient favorablement la décision d'un membre de leur famille ou d'un ami de se joindre à l'ARC.
- Environ les deux tiers (65 %) des répondants sont d'accord pour dire qu'il y a une grande variété d'emplois au sein de l'ARC. En ce qui concerne l'affirmation selon laquelle la plupart des emplois au sein de l'ARC sont destinés aux pilotes, les réponses sont plus divisées : une majorité relative de répondants (43 %) indiquent qu'ils ne sont pas d'accord avec cette affirmation, alors que 24 % sont d'accord et un tiers (33 %) ont préféré ne pas se prononcer à ce sujet ou ne savaient pas quoi répondre.
- La grande majorité (91 %) des personnes interrogées disent connaître au moins un peu l'escadron des Snowbirds, parmi lesquelles un quart (23 %) affirment qu'il leur est très familier.
 - Environ la moitié de tous les répondants ont déjà vu un spectacle des Snowbirds en personne, et un autre 20 % les ont vus en vidéo.
 - Les personnes qui connaissent au moins un peu les Snowbirds les considèrent généralement de manière favorable; les trois quarts d'entre elles (74 %) en ont une impression fortement ou assez positive.
 - Environ les trois quarts (76 %) estiment que les Snowbirds constituent un symbole reconnaissable de l'ARC, et plus des deux tiers (71 %) s'accordent pour dire qu'ils sont

une source de fierté nationale. Près de la moitié (48 %) des répondants affirment que la présence d'un escadron comme les Snowbirds est importante pour eux en tant que Canadiens.

- Très peu de répondants (10 %) ont entendu parler du 100^e anniversaire de l'ARC, mais près des deux tiers (63 %) admettent qu'il est important de le souligner.
- Plus de la moitié (61 %) des personnes interrogées ont une opinion favorable du logo du centenaire; très peu en ont une opinion défavorable et les deux tiers (67 %) conviennent que son utilisation est appropriée.
- Dans l'ensemble, la réaction à la devise choisie pour le centenaire est positive – plus de la moitié des répondants (56 %) en ont une opinion favorable. La devise est toutefois accueillie de façon neutre dans une proportion un peu plus grande (32 %) que ce n'est le cas pour le logo.
- La moitié (53 %) des personnes interrogées manifestent un intérêt à en savoir plus sur l'ARC. Même si peu de personnes suivent l'ARC sur les médias sociaux, un quart (24 %) seraient ouverts à l'idée d'utiliser ce moyen pour en apprendre davantage sur l'organisation.
 - Les répondants aimeraient également obtenir de l'information sur l'ARC à la télévision (32 %), dans des articles de nouvelles (29 %), sur YouTube (21 %) et sur le site Web des FAC (21 %).

Société responsable de la recherche :

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)
Numéro de contrat : HT372-213864/001/CY
Date d'attribution du contrat : 23 décembre 2021

Par la présente, je certifie, en ma qualité de représentant pour la société Earnscliffe Research Group, que les produits livrables définitifs 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.

Signature :

Date : 4 mars 2022



Doug Anderson
Partenaire, Earnscliffe