

Bureau du Conseil privé

Programme de recherche appliquée sur l'action pour le climat au Canada (PRAAC Canada) : Étude longitudinale sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard des changements climatiques au fil du temps

Rapport final

Préparé pour le Bureau du Conseil privé

Nom du fournisseur: Forum Research Inc.

Numéro du contrat: 35035-24-1288

Valeur du contrat: \$108,221.31

Date d'attribution du contrat: 18 octobre 2024

Date de livraison: 22 mai 2025

Numéro d'enregistrement: POR 059-24

This report is also available in English.

Programme de recherche appliquée sur l'action pour le climat au Canada
(PRAAC Canada) : Étude longitudinale sur les croyances, les attitudes et les
comportements des Canadiens à l'égard des changements climatiques au fil
du temps

Rapport final

Préparé pour le Bureau du Conseil privé

Nom du fournisseur: Forum Research Inc.

Numéro d'enregistrement: POR 059-24

La reproduction de cette publication est autorisée à des fins personnelles ou publiques non commerciales. Pour toute autre utilisation, il faut obtenir au préalable l'autorisation écrite de Services publics et Approvisionnement Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Services publics et Approvisionnement Canada à l'adresse suivante :

Numéro de catalogue: CP22-216/2025F-PDF

ISBN: 978-0-660-77451-0

Related publications: Program of Applied Research on Climate Action (PARCA): Ongoing Surveying of Canadians' Climate Change Beliefs, Attitudes, and Behaviours Over Time

Numéro de catalogue: CP22-216/2025E-PDF

ISBN: 978-0-660-77450-3

Table des matières

1. Sommaire exécutif.....	5
1.1. Introduction	5
1.2. Objectif de la recherche.....	5
1.3. Approche globale	5
1.4. Conception du questionnaire.....	6
1.5. Conception de l'échantillon	6
1.6. Pondération.....	6
1.7. Généralisation des données.....	6
1.8. Résultats de la recherche.....	7
1.9. Valeur totale du contrat.....	7
1.10. Déclaration de neutralité politique	7
2. Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 3	8
2.1. Introduction	8
2.2. Objectif de la recherche.....	8
2.3. Approche globale	8
2.4. Conception du questionnaire.....	9
2.5. Conception de l'échantillon	9
2.6. Description de l'échantillon	9
2.7. Pondération.....	10
2.8. Taux de réponse.....	11
2.9. Généralisation des données.....	11
2.10. Résultats de la recherche.....	11
2.11. Valeur totale du contrat.....	11
2.12. Déclaration de neutralité politique	11
3. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 5	13
3.1. Introduction	13
3.2. Objectif de la recherche.....	13
3.3. Approche globale	13
3.4. Conception du questionnaire.....	14
3.5. Conception de l'échantillon	14
3.6. Description de l'échantillon	14
3.7. Pondération.....	15

3.8.	Taux de réponse.....	16
3.9.	Généralisation des données.....	16
3.10.	Résultats de la recherche.....	16
3.11.	Valeur totale du contrat.....	16
3.12.	Déclaration de neutralité politique	16
4.	Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 4	18
4.1.	Introduction	18
4.2.	Objectif de la recherche.....	18
4.3.	Approche globale	18
4.4.	Conception du questionnaire.....	19
4.5.	Conception de l'échantillon	19
4.6.	Description de l'échantillon	19
4.7.	Pondération.....	20
4.8.	Taux de réponse.....	21
4.9.	Généralisation des données.....	21
4.10.	Résultats de la recherche.....	21
4.11.	Valeur totale du contrat.....	21
4.12.	Déclaration de neutralité politique	21
	Appendix: Informations sur le panel.....	23
	Panel Sago	23
	Panel Forum Fuzion	24

1. Sommaire exécutif

1.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Ce rapport aborde les détails méthodologiques de l'étude pour la période allant du 27 novembre au 14 mars 2025. Il s'agit du rapport final.

1.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCan) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

1.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Au cours de trois vagues de collecte de données, comprenant une série de suivi et deux séries sur des thèmes émergents, Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAQ, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.

1.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire des questionnaires. Les questionnaires ont été modifiés pour chaque vague de l'étude (à la demande du Bureau du Conseil privé) afin de refléter la nature dynamique des sujets importants qui touchent les Canadiens. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. Pour chaque vague de l'étude, le questionnaire a été prétesté avant la collecte des données, à la demande du Bureau du Conseil privé. Les prétests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des prétests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'enquête, de sa logique et de la conception du questionnaire.

1.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui combine le panel Fuzion et un panel partenaire afin d'obtenir la taille d'échantillon requise de $n = 7\,610$ répondants uniques au cours des trois vagues de collecte de données, garantissant ainsi qu'aucun répondant ne sera interrogé à plusieurs reprises au cours de ces trois vagues ou des six vagues précédentes menées par Forum Research.

L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, et vise une représentation adéquate du sexe, de l'âge et de la répartition régionale à partir du recensement de 2021 de Statistique Canada. Pour chaque vague de l'étude, l'échantillon comprend des répondants de la population générale ($n=2\,000$ par vague). De plus, chacune des vagues ont inclus un suréchantillon de populations sous-représentées; des détails sont fournis dans les sections suivantes pour chaque vague de l'étude.

1.6. Pondération

Le BCP, en collaboration avec Forum Research, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée selon :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague par le chargé de projet de l'étude avec les données collectées au cours de cette vague. Les fichiers de données étant cumulatifs, les données précédemment pondérées ne l'ont pas été à nouveau.

1.7. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen

d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Ainsi, une marge d'erreur est calculée pour chaque vague de collecte de données.

1.8. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

1.9. Valeur totale du contrat

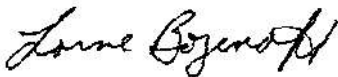
La valeur totale du contrat s'élève à 108 221,31 \$.

1.10. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:



Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.

2. Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 3

2.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique « Sujets émergents, vague 3 » traite des détails méthodologiques de l'étude portant sur la période comprise entre le 27 novembre 2024 et le 24 décembre 2024. Il s'agit du rapport final.

2.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCAN) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

2.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.

2.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire des questionnaires. Les questionnaires ont été modifiés pour chaque vague de l'étude (à la demande du Bureau du Conseil privé) afin de refléter la nature dynamique des sujets importants qui touchent les Canadiens. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. Pour chaque vague de l'étude, le questionnaire a été prétesté avant la collecte des données, à la demande du Bureau du Conseil privé. Les prétests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des prétests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'enquête, de sa logique et de la conception du questionnaire.

2.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui combine le panel Fuzion et un panel partenaire afin d'atteindre un peu moins que la taille requise de $n = 2\,000$ répondants issus de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, en visant une représentation appropriée de la répartition par sexe, âge et région selon le recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague d'enquête comprenait un suréchantillonnage ciblant les répondants ruraux et les répondants de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et de la Saskatchewan.

À l'issue du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de $n = 2\,566$ questionnaires remplis. Parmi ceux-ci, $n = 1\,874$ questionnaires provenaient de la population générale et $n = 692$ provenaient uniquement du suréchantillon du panel Sago.

2.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région				
Province	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Alberta	300	11.7%	382	14.9%
Colombie-Britannique	369	14.4%	417	16.3%
Manitoba	42	1.7%	81	3.2%
Nouveau-Brunswick	50	1.9%	45	1.8%
Terre-Neuve et Labrador	35	1.4%	33	1.3%
Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-
Nouvelle-Écosse	74	2.9%	73	2.8%
Nunavut	-	-	-	-
Ontario	983	38.3%	860	33.5%
Île-du-Prince-Édouard	17	0.7%	11	0.4%

Québec	562	21.9%	428	16.7%
Saskatchewan	133	5.2%	234	9.1%
Yukon	1	0.0%	2	0.1%
TOTAL	2566	100%	2566	100%

Répartition par Groupe d'âge				
Âge	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
18-24	274	10.7%	173	6.7%
25-34	392	15.3%	315	12.3%
35-44	364	14.2%	326	12.7%
45-54	459	17.9%	385	15.0%
55-64	414	16.1%	526	20.5%
65-74	413	16.1%	542	21.1%
75+	250	9.7%	299	11.7%
TOTAL	2566	100%	2566	100%

Répartition par Genre				
Genre	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Homme	1239	48.3%	1293	50.4%
Femme	1306	50.9%	1252	48.8%
Personne non binaire	16	0.6%	16	0.6%
Autre identité de genre	5	0.2%	5	0.2%
TOTAL	2566	100%	2566	100%

2.7. Pondération

Le BCP, en collaboration avec Forum Research, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée selon :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague par le chargé de projet de l'étude avec les données collectées au cours de cette vague. Les fichiers de données étant cumulatifs, les données précédemment pondérées ne l'ont pas été à nouveau.

2.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse pour l'échantillon de la population générale pour la vague 3 des sujets émergents était de 5,7 %, et le taux de réponse pour les répondants suréchantillonnés était de 2,7 %.

2.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de $n=2,566$ Canadiens génère une marge d'erreur globale de $\pm 1,94\%$, 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

2.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

2.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 108 221,31 \$.

2.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.



Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.

3. Rapport méthodologique de l'enquête de suivi Vague 5

3.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique de la cinquième vague de l'enquête de suivi traite des détails méthodologiques de l'étude portant sur la période comprise entre le 12 décembre 2024 et le 24 décembre 2024. Il s'agit du rapport final.

3.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCAN) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

3.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.

3.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire des questionnaires. Les questionnaires ont été modifiés pour chaque vague de l'étude (à la demande du Bureau du Conseil privé) afin de refléter la nature dynamique des sujets importants qui touchent les Canadiens. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. Pour chaque vague de l'étude, le questionnaire a été prétesté avant la collecte des données, à la demande du Bureau du Conseil privé. Les prétests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des prétests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'enquête, de sa logique et de la conception du questionnaire.

3.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui combine le panel Fuzion et un panel partenaire afin d'atteindre un peu moins que la taille requise de $n = 2\,000$ répondants issus de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, en visant une représentation appropriée du sexe, de l'âge et de la répartition régionale selon le recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague d'enquête comprenait un suréchantillonnage ciblant les répondants de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et de la Saskatchewan.

À l'issue du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de $n = 2\,291$ questionnaires remplis. Parmi ceux-ci, $n = 1\,921$ questionnaires provenaient de la population générale et $n = 370$ provenaient uniquement du panel Sago.

3.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région				
Province	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Alberta	251	11.0%	328	14.3%
Colombie-Britannique	316	13.8%	324	14.1%
Manitoba	32	1.4%	72	3.1%
Nouveau-Brunswick	50	2.2%	40	1.7%
Terre-Neuve et Labrador	30	1.3%	27	1.2%
Territoires du Nord-Ouest	2	0.1%	2	0.1%
Nouvelle-Écosse	61	2.7%	51	2.2%
Nunavut	1	0.1%	2	0.1%
Ontario	899	39.2%	724	31.6%
Île-du-Prince-Édouard	13	0.6%	8	0.3%

Québec	518	22.6%	447	19.5%
Saskatchewan	117	5.1%	264	11.5%
Yukon	2	0.1%	2	0.1%
TOTAL	2291	100%	2291	100%

Répartition par Groupe d'âge				
Âge	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
18-24	242	10.6%	190	8.3%
25-34	355	15.5%	366	16.0%
35-44	389	17.0%	390	17.0%
45-54	353	15.4%	370	16.2%
55-64	402	17.5%	413	18.0%
65-74	381	16.6%	396	17.3%
75+	168	7.4%	166	7.2%
TOTAL	2291	100%	2291	100%

Répartition par Genre				
Genre	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Homme	1108	48.4%	1104	48.2%
Femme	1156	50.5%	1160	50.6%
Personne non binaire	14	0.6%	14	0.6%
Autre identité de genre	13	0.6%	13	0.6%
TOTAL	2291	100%	2291	100%

3.7. Pondération

Le BCP, en collaboration avec Forum Research, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée selon :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague par le chargé de projet de l'étude avec les données collectées au cours de cette vague. Les fichiers de données étant cumulatifs, les données précédemment pondérées ne l'ont pas été à nouveau.

3.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse pour l'échantillon de la population générale pour la vague 5 de la série de suivi était de 5,8 %, et le taux de réponse pour les répondants suréchantillonnés était de 4,1 %.

3.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de n=2,291 Canadiens génère une marge d'erreur globale de $\pm 2,05\%$, 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

3.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

3.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 108 221,31 \$.

3.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.



Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.

4. Rapport méthodologique de l'enquête des sujets émergents Vague 4

4.1. Introduction

Forum Research a été mandaté pour mener un sondage auprès des Canadiens sur des sujets importants pour le Bureau du Conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage portait sur l'évolution des croyances, des attitudes et des comportements des Canadiens en matière de changements climatiques et de protection de l'environnement. Les résultats de l'étude quantitative permettront au gouvernement du Canada d'élaborer et d'améliorer davantage les politiques, la mise en œuvre des programmes et les stratégies de communication.

Le rapport méthodologique sur la quatrième vague des thèmes émergents traite des détails méthodologiques de l'étude portant sur la période comprise entre le 20 février 2025 et le 14 mars 2025. Il s'agit du rapport final.

4.2. Objectif de la recherche

L'objectif de cette étude est de fournir à l'Unité Impact et Innovation du Bureau du Conseil privé (UII-BP), à Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) et à Ressources naturelles Canada (RNCAN) des données et des informations de haute qualité sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens en matière de changement climatique. Cela comprend :

- le soutien des politiques et des programmes existants et proposés en matière de climat;
- la perception des risques liés au changement climatique et à ses répercussions;
- l'acceptation des comportements recommandés pour lutter contre le changement climatique;
- les connaissances sur le changement climatique;
- les obstacles/les incitatifs des comportements pro-environnementaux; et
- les perceptions erronées du changement climatique et de ses causes.

Les observations tirées de cette étude quantitative permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les réglementations axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

4.3. Approche globale

Dans son appel d'offres, le Bureau du Conseil privé a défini des exigences précises pour la réalisation de l'étude. Forum Research a recueilli des informations détaillées sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique.

Les entrevues ont été réalisées à l'aide de la méthode d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO, sondage en ligne) et ont été administrées dans les deux langues officielles à la population canadienne.

4.4. Conception du questionnaire

Le Bureau du Conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire des questionnaires. Les questionnaires ont été modifiés pour chaque vague de l'étude (à la demande du Bureau du Conseil privé) afin de refléter la nature dynamique des sujets importants qui touchent les Canadiens. Forum Research a travaillé avec l'équipe du Bureau du Conseil privé pour réviser le questionnaire, en accordant une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre et au déroulement général de l'étude. Pour chaque vague de l'étude, le questionnaire a été prétesté avant la collecte des données, à la demande du Bureau du Conseil privé. Les prétests visaient à obtenir 50 réponses complètes, 25 étant administrées en français et 25 en anglais. Les données des prétests ont été communiquées au Bureau du Conseil privé. Forum Research et le Bureau du Conseil privé ont procédé à un examen approfondi du déroulement de l'enquête, de sa logique et de la conception du questionnaire.

4.5. Conception de l'échantillon

L'échantillon a été constitué à l'aide d'une méthodologie de panel en ligne, qui combine le panel Fuzion et un panel partenaire afin d'obtenir l'échantillon requis de 2 000 répondants issus de la population générale. L'échantillon cible les adultes âgés de 18 ans et plus vivant au Canada, en visant une représentation appropriée de la répartition par sexe, âge et région selon le recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, cette vague d'enquête comprenait un suréchantillonnage ciblant les répondants à faible revenu (moins de 40 000 dollars), les jeunes (âgés de 18 à 34 ans) et les répondants vivant en milieu rural.

À l'issue du travail sur le terrain, Forum Research a obtenu un total de n=2 753 questionnaires remplis. Parmi ceux-ci, n=2000 questionnaires provenaient de la population générale et n=753 provenaient uniquement du panel Sago.

4.6. Description de l'échantillon

Les tableaux suivants décrivent l'échantillon recueilli, ventilées par région, âge et sexe pour cette vague de l'étude.

Répartition par Région				
Province	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Alberta	304	11.0%	293	10.6%
Colombie-Britannique	385	14.0%	339	12.3%
Manitoba	106	3.8%	107	3.9%
Nouveau-Brunswick	49	1.8%	53	1.9%
Terre-Neuve et Labrador	43	1.6%	50	1.8%
Territoires du Nord-Ouest	1	0.1%	2	0.1%
Nouvelle-Écosse	78	2.8%	88	3.2%
Nunavut	1	0.0%	2	0.1%
Ontario	1075	39.1%	1090	39.6%
Île-du-Prince-Édouard	13	0.5%	19	0.7%

Québec	623	22.6%	629	22.8%
Saskatchewan	71	2.6%	77	2.8%
Yukon	3	0.1%	4	0.1%
TOTAL	2753	100%	2753	100%

Répartition par Groupe d'âge				
Âge	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
18-24	246	8.9%	206	7.5%
25-34	515	18.7%	562	20.4%
35-44	449	16.3%	430	15.6%
45-54	447	16.2%	416	15.1%
55-64	440	16.0%	459	16.7%
65-74	445	16.2%	447	16.2%
75+	212	7.7%	233	8.5%
TOTAL	2753	100%	2753	100%

Répartition par Genre				
Genre	Fréquence (pondérée)	Pourcentage (pondérée)	Fréquence (Non pondérée)	Pourcentage (Non pondérée)
Man	1330	48.3%	1305	47.4%
Woman	1401	50.9%	1426	51.8%
Another gender identity	11	0.4%	11	0.4%
Prefer not to say	11	0.4%	11	0.4%
TOTAL	2753	100%	2753	100%

4.7. Pondération

Le BCP, en collaboration avec Forum Research, a appliqué une stratégie de pondération (en utilisant les données du recensement de 2021 de Statistique Canada) qui est équilibrée selon :

- l'âge
- le sexe
- la région

La pondération a été effectuée à la fin de chaque vague par le chargé de projet de l'étude avec les données collectées au cours de cette vague. Les fichiers de données étant cumulatifs, les données précédemment pondérées ne l'ont pas été à nouveau.

4.8. Taux de réponse

Le taux de réponse est calculé en divisant le nombre de réponses de l'étude par le nombre total d'invitations envoyées. Le taux de réponse pour l'échantillon de la population générale pour la vague 4 des sujets émergents était de 6,4 % et le taux de réponse pour la population suréchantillonnée était de 3,3 %.

4.9. Généralisation des données

L'échantillon de chaque vague de collecte de données a été pondéré afin de garantir qu'il reflète fidèlement les opinions des Canadiens. Comme les études ont été réalisées au moyen d'échantillons en ligne, on ne peut pas considérer cet échantillon comme véritablement aléatoire. Bien que la marge d'erreur traditionnelle ne puisse pas être calculée pour les échantillons en ligne, il est utile de comparer ce que serait la marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de même taille comme point de référence. Un échantillon de $n=2,753$ Canadiens génère une marge d'erreur globale de $\pm 1,87\%$, 19 fois sur 20.

Des mesures ont été prises pour réduire l'influence du biais de non-réponse. Au début de l'étude, les répondants ont été assurés que leurs réponses resteraient anonymes et confidentielles. Des courriels de rappel ont également été envoyés aux répondants afin de s'assurer que les personnes qui souhaitent participer, mais qui n'étaient pas disponibles, puissent quand même le faire. En outre, pour réduire le biais de non-réponse, toutes les questions de l'étude en ligne étaient obligatoires, ce qui signifie que les répondants ne pouvaient pas passer à la question suivante sans avoir répondu à la question en cours. Toutefois, de nombreuses questions comportaient un choix de réponse « préfère ne pas répondre » pour ceux qui ne souhaitent pas fournir de réponse.

4.10. Résultats de la recherche

Les résultats de la recherche devraient être utilisés pour informer le gouvernement du Canada sur les croyances, les attitudes et les comportements des Canadiens à l'égard du changement climatique. Ces informations permettront au gouvernement du Canada de développer et d'améliorer les politiques, les programmes, les communications et les règlements axés sur le changement climatique afin de répondre aux besoins spécifiques des Canadiens.

4.11. Valeur totale du contrat

La valeur totale du contrat s'élève à 108 221,31 \$.

4.12. Déclaration de neutralité politique

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur de Forum Research Inc., que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la *Politique sur les communications et l'image de marque* et dans la *Directive sur la gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique)*.



Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'informations sur les intentions de vote, les préférences des partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature:

Dr. Lorne Bozinoff

President & CEO

Forum Research Inc.

Appendix: Informations sur le panel

Panel Sago

Le panel Sago est le principal partenaire utilisé dans les trois vagues d'enquêtes pour atteindre la population générale et la population suréchantillonnée. Sago est un fournisseur de panel mondial qui compte des millions de panélistes à travers le monde. Bien que Sago soit un fournisseur de panels non probabilistes, ses panels sont représentatifs des populations respectives à l'échelle nationale.

Recrutement, validation et entretien du panel

Le panel de Sago est composé d'environ 487 000 panélistes à travers le Canada. Les participants sont recrutés à partir d'un large éventail de sources afin de garantir une composition diversifiée pour les panels de consommateurs, de B2B, de soins de santé et de patients, couvrant des échantillons représentatifs à l'échelle nationale ainsi que des cibles difficiles à atteindre.

Sago utilise plusieurs canaux de recrutement, notamment les médias sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, Reddit), les applications mobiles, la radio, la presse écrite, les panneaux d'affichage, les affiliés, les réseaux, les éditeurs, les influenceurs et les recommandations. Pour tous les canaux de recrutement utilisés, Sago emploie un processus "ouvert à tous" afin d'offrir un mélange diversifié de panélistes et de répondre à des protocoles de vérification rigoureux.

Sago répartit les budgets entre les différents canaux afin d'assurer un recrutement diversifié et représentatif qui varie en fonction de la zone géographique et qui répond aux besoins prévus des clients. Dans tous les cas, Sago surveille attentivement la conversion du panel, l'attrition et la composition démographique pour s'assurer qu'il répond à des normes de qualité rigoureuses.

Sago utilise un processus de double activation pour chaque panéliste qui rejoint un panel. Tous les répondants potentiels doivent remplir une page d'inscription où ils doivent fournir une adresse électronique valide et d'autres données démographiques clés, en plus d'accepter la politique de confidentialité et les conditions générales de Sago. Une fois l'inscription initiale terminée, les panélistes reçoivent un courriel de confirmation. Ce n'est qu'après avoir cliqué sur la confirmation dans le courriel qu'un répondant est considéré comme un panéliste à double activation valide.

Les panélistes reçoivent une invitation personnalisée par courriel qui contient des informations générales sur l'étude, telles que le numéro de référence de l'étude, la durée de l'entretien, la compatibilité de l'appareil, les exigences de l'étude (par exemple, sondage en ligne) et l'incitatif. Chaque invitation est conforme à la norme CANSPAM et comprend des liens vers le sondage unique, la politique de confidentialité de Sago et les informations de désabonnement, les coordonnées du soutien aux panélistes et une adresse physique.

Pour chaque vague de l'étude, Sago élabore les objectifs nécessaires pour atteindre l'échantillon demandé. Sago crée une base de sondage adéquate qui répond aux critères de l'échantillon demandé (par exemple, les Canadiens âgés de 18 ans ou plus). Les taux de réponse sont pris en considération afin d'obtenir une répartition optimale entre les différents groupes démographiques. L'objectif spécifique de l'étude détermine la gestion des quotas et l'échantillonnage aléatoire est

utilisé pour remplir chaque quota. De plus, pour chaque nouvelle vague d'enquête, Sago exclut les panélistes qui ont participé aux vagues précédentes de l'enquête.

Composition démographique

Un résumé de la composition démographique des panélistes de Sago est présenté ci-dessous.

Province :

- Alberta : 13%
- Colombie-Britannique : 15%
- Manitoba : 5%
- Ontario : 40%
- Québec : 14%
- Nouveau-Brunswick : 3%
- Terre-Neuve et Labrador : 2%
- Nouvelle-Écosse : 3%
- Saskatchewan : 3%
- Île-du-Prince-Édouard : 1%
- Nord (Territoires du Nord-Ouest, Nunavut, Yukon) : 1%

L'âge :

- 18-24 : 12%
- 25-34 : 26%
- 35-44 : 24%
- 45-54 : 18%
- 55-64 : 14%
- 65+ : 6%

Sexe :

- Homme : 50%
- Femme : 50%

Panel Forum Fuzion

Le panel Forum Fuzion a également été utilisé dans les trois vagues d'enquêtes pour atteindre la population générale, parallèlement à Sago. Contrairement à Sago, le panel Fuzion n'a pas été utilisé pour le suréchantillonnage. Le panel Fuzion est l'un des plus grands panels en ligne basés sur la probabilité au Canada. Il a été constitué à l'aide de la méthode de numérotation aléatoire (RDD), une méthode purement aléatoire qui garantit l'intégrité de l'échantillonnage. Le panel Fuzion est donc un panel basé sur la probabilité.

Recrutement, validation et maintenance du panel

Le panel du Forum fait l'objet d'une surveillance continue afin de garantir que toutes les données recueillies sont de la plus haute qualité. Les panélistes peuvent être exclus d'un projet spécifique après avoir participé une fois à la recherche, comme cela a été fait entre chaque vague de l'étude.

Le panel Fuzion est l'un des plus grands panels en ligne basés sur la probabilité au Canada, avec plus de 200 000 panélistes, un nombre qui ne cesse de croître, tous invités par le biais d'un recrutement par numérotation aléatoire. Grâce au Forum Poll, un sondage téléphonique mensuel récurrent basé sur la composition aléatoire des numéros, environ 2 000 à 3 000 personnes sont recrutées chaque mois dans tout le Canada. Aucun échantillonnage en cours de route ni aucun marché n'est utilisé pour le recrutement, ce qui permet de contrôler la circulation des sondages.

Afin de garantir la qualité des données, tous les panélistes sont soumis à une validation lors de leur inscription, qui comprend la suppression des doublons, des restrictions de mot de passe et un profilage détaillé. L'engagement est surveillé à l'aide d'AccuPanel Score, un système d'apprentissage automatique qui détecte les répondants de mauvaise qualité, qui sont bloqués si leur note est inférieure à 5. Les panélistes ont également une note de santé afin d'éviter le suréchantillonnage et d'encourager une participation équilibrée. Les panélistes peuvent également être exclus d'un projet spécifique après avoir participé une fois à la recherche, comme cela a été fait entre chaque vague de l'étude.

La maintenance du panel comprend un processus de confirmation d'inscription en deux étapes, des mises à jour de profil tous les six mois et la suppression des membres inactifs. Des mesures de contrôle de la qualité, telles que l'empreinte digitale numérique, des contrôles de vitesse et des tests de logique, identifient et éliminent les réponses frauduleuses. La participation est contrôlée, avec un maximum d'une enquête par semaine et des périodes d'exclusion minimales afin de réduire la lassitude des participants.

Le panel du Forum est surveillé en permanence afin de garantir que toutes les données collectées sont de la plus haute qualité et représentatives de la recherche.

Composition démographique

Un résumé de la composition démographique des panélistes de Fuzion est présenté ci-dessous.

Province :

- Alberta : 14%
- Colombie-Britannique : 16%
- Manitoba : 4%
- Ontario : 39%
- Québec : 17%
- Saskatchewan : 3%
- Maritimes : 6%
- Nord (Territoires du Nord-Ouest, Nunavut, Yukon) : <1%

L'âge :

- 18-24 : 10%

- 25-34 : 23%
- 35-44 : 23%
- 45-54 : 16%
- 55-64 : 15%
- 65+ : 13%

Sexe :

- Homme : 48%
- Femme : 52%