



Global Affairs
Canada

Affaires mondiales
Canada

Évaluation de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka, Japon

RAPPORT FINAL – Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : Léger Marketing Inc.

Numéro de contrat : CW2390792

Numéro d'enregistrement : ROP100-24

Date d'attribution : 2025-01-31

Valeur du contrat : 165 279,45 \$ (TVH incluse)

Date de livraison: 2026-04-22

Pour obtenir plus de renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Affaires mondiales Canada à l'adresse suivante: POR-ROP@international.gc.ca

This report is also available in English

Canada 

Évaluation de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka, Japon

RAPPORT FINAL

Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : Léger Marketing Inc.

Numéro d'enregistrement: ROP 100-24

This publication is also available in English under the title: **Evaluation of Canada's Participation in Expo 2025 Osaka, Japan.**

Cette publication peut être reproduite à des fins personnelles ou non commerciales seulement. Toute autre utilisation requiert l'autorisation écrite préalable d'Affaires mondiales Canada.

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Affaires mondiales Canada à l'adresse suivante POR-ROP@international.gc.ca

Numéro de catalogue:

FR5-253/2026F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN):

ISBN 978-0-660-98834-4

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP no 100-24):

FR5-253/2026E-PDF

ISBN 978-0-660-98833-7

Table des matières

SOMMAIRE EXÉCUTIF	5
CONTEXTE ET OBJECTIF	5
UTILISATION PRÉVUE DES RÉSULTATS	5
OBJECTIFS DE LA RECHERCHE	5
MÉTHODOLOGIE	6
PRINCIPAUX CONSTATS.....	7
VALEUR DU CONTRAT.....	10
NOTES SUR L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	10
DÉCLARATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE ET COORDONNÉES.....	11
PARTIE I – PROLOGUE : CONTEXTE STRATÉGIQUE.....	12
1.1 EXPO 2025 OSAKA : IMPORTANCE STRATÉGIQUE POUR LE CANADA	12
1.2 MESSAGES CLÉS ET PRIORITÉS DU CANADA À L'EXPO 2025	12
PARTIE II – CONSTRUCTION DU PAVILLON DU CANADA : UNE PLATEFORME STRATÉGIQUE.....	14
2.1 CONCEPTION DU PAVILLON ET FIL NARRATIF	14
2.2 AMÉNAGEMENT DES ESPACES POUR L'EXPÉRIENCE DU PUBLIC ET LES ACTIVITÉS STRATÉGIQUES.....	16
<i>Espaces de rassemblement pour l'expérience des visiteurs.....</i>	<i>16</i>
<i>Espaces de collaboration pour les activités stratégiques.....</i>	<i>17</i>
2.3 OFFRE D'ACTIVITÉS	17
<i>Canada en spectacle ! comme principal volet des événements publics et culturels</i>	<i>18</i>
<i>Démonstrations culinaires.....</i>	<i>18</i>
2.4 LES VISAGES DU PAVILLON DU CANADA	19
<i>Une approche de direction visible et collaborative.....</i>	<i>19</i>
<i>Composition de l'équipe et structure organisationnelle</i>	<i>19</i>
<i>Le personnel de première ligne comme principal point de contact avec le public.....</i>	<i>20</i>
PARTIE III – L'EXPÉRIENCE DU PUBLIC : COMMENT LES VISITEURS ONT DÉCOUVERT LE CANADA	20
3.1 L'EXPÉRIENCE INTERACTIVE DES VISITEURS	20
<i>Connaissance du Canada et profil des visiteurs.....</i>	<i>20</i>
<i>Motivations de visite</i>	<i>21</i>
<i>Façade et premières impressions du Pavillon</i>	<i>22</i>
<i>L'expérience immersive et participative</i>	<i>22</i>
<i>Dimension émotionnelle et souvenir laissé par la visite.....</i>	<i>23</i>
<i>L'interaction humaine comme soutien à l'expérience immersive.....</i>	<i>24</i>
<i>Découvrir la culture canadienne</i>	<i>24</i>
<i>Une expérience distincte dans le contexte de l'Expo</i>	<i>25</i>
3.2 UNE EXPÉRIENCE VISITEUR TRÈS POSITIVE	25
PARTIE IV – ÉCHANGES STRATÉGIQUES ET PARTENARIATS	26

4.1 ACTIVITÉS STRATÉGIQUES MENÉES GRÂCE AU PAVILLON DU CANADA	26
<i>Une plateforme au service des gouvernements et des partenaires</i>	26
<i>Échanges entre gouvernements et diplomatie de haut niveau</i>	27
<i>Délégations provinciales et participation infranationale</i>	27
<i>Utilisation des espaces du Pavillon pour les activités ciblées.....</i>	29
<i>Collaborations avec d'autres pavillons et mobilisation d'audiences communes</i>	29
<i>Résumé des retombées stratégiques</i>	30
PARTIE V – IMPACT ET HÉRITAGE	30
5.1 PERCEPTIONS INTERNATIONALES ET RÉPUTATION	30
<i>Le Pavillon comme expérience positive que l'on recommande</i>	31
<i>Évolution des perceptions des visiteurs après la visite du Pavillon</i>	31
<i>La place du Canada dans l'environnement de l'Expo.....</i>	31
<i>Reconnaissance au sein du milieu de l'Expo</i>	32
<i>Le Canada : un participant collaboratif guidé par des valeurs.....</i>	32
<i>Résumé des effets sur la réputation</i>	33
5.2 RETOMBÉES DURABLES ET HÉRITAGE	33
<i>Intérêt durable envers le Canada</i>	33
<i>Retombées humaines et développement des compétences</i>	34
<i>Retombées institutionnelles et renforcement des réseaux</i>	34
<i>Héritage matériel et symbolique.....</i>	35
<i>L'approche du Canada comme point de référence pour l'avenir</i>	35
<i>Observation finale sur les retombées durables</i>	35
PARTIE VI – EPILOGUE	35
6.1 D'UNE OCCASION STRATÉGIQUE À UNE PRÉSENCE DURABLE AU-DELÀ DE L'EXPO 2025	35
ANNEXE	38
APERÇU MÉTHODOLOGIQUE	38
<i>Volet quantitatif : sondage sur le site auprès des visiteurs sur place (CAWI)</i>	38
<i>Volet qualitatif : entrevues auprès d'informateurs clés</i>	40
<i>Observation directe</i>	42
<i>Données secondaires : indicateurs administratifs et de suivi de l'organisation de l'Expo</i>	43
DATA COLLECTION TOOLS	44
<i>Survey Questionnaire.....</i>	44
<i>Guides d'entrevue</i>	77
<i>Résultats du sondage</i>	95

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Contexte et objectif

La présente recherche sur l'opinion publique (ROP) a été commandée par Affaires mondiales Canada afin d'évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 d'Osaka (du 13 avril 2025 au 13 octobre 2025). Cette recherche est conforme à la Politique sur les résultats du Conseil du Trésor et appuie la reddition de comptes, la mesure du rendement et l'amélioration continue des initiatives du gouvernement du Canada. Elle vise à évaluer la pertinence, le rendement et l'influence perçue de la participation du Canada à l'Expo 2025, y compris la façon dont la présence du Canada, ses messages et ses activités ont été reçus par les visiteurs et les parties prenantes.

Utilisation prévue des résultats

La recherche a été conçue à la fois comme un exercice formatif et sommatif. Les résultats intermédiaires ont servi à appuyer, à partir des données recueillies, des ajustements à l'offre d'activités du Canada et à l'expérience offerte au Pavillon du Canada pendant l'Expo 2025, tandis que les résultats finaux visent à éclairer les décisions futures, l'apprentissage organisationnel et la planification de la participation du Canada à des événements internationaux.

Objectifs de la recherche

Les objectifs de la recherche étaient les suivants:

- évaluer la notoriété et les perceptions du Canada à la suite de l'expérience vécue au Pavillon du Canada et de la participation aux activités dirigées par le Canada;
- examiner les perceptions du Canada dans des domaines clés, notamment la collaboration, la créativité, la diversité, la durabilité, l'innovation et la contribution à la réponse aux défis mondiaux;
- évaluer l'efficacité et la pertinence de l'expérience offerte au Pavillon du Canada ainsi que du calendrier des activités;
- recueillir des points de vue qualitatifs auprès des visiteurs en général, des intervenants clés et des interlocuteurs cibles ayant participé à la présence du Canada à l'Expo 2025 d'Osaka ou ayant interagi avec celle-ci;
- cerner les points forts, les défis et les possibilités d'amélioration dans la conception et la mise en œuvre du programme;
- dégager des constats et des éléments à prendre en compte pour appuyer les futures participations du Canada à des événements internationaux.

Méthodologie

La recherche reposait sur une approche mixte combinant des méthodes quantitatives et qualitatives, de l'observation directe sur le site de l'Expo et l'analyse de données secondaires.

Le volet quantitatif consistait en un sondage sur le site administré aux visiteurs de l'exposition immersive principale du Pavillon du Canada. La collecte des données du sondage s'est déroulée en deux phases. La première phase a eu lieu sur une période de huit jours, du 15 au 22 juin 2025, au cours de laquelle 508 visiteurs ont été interceptés sur place après leur visite et invités à répondre au sondage. La seconde phase de collecte s'est déroulée du 16 au 23 septembre 2025, au cours de laquelle 505 visiteurs ont été interceptés pour répondre au questionnaire.

Les sondages ont été administrés en personne par des intervieweurs formés, au moyen d'un questionnaire en ligne accessible sur appareil mobile. Le sondage était offert en plusieurs langues et visait à recueillir les perceptions et les impressions des visiteurs à la suite de leur expérience au Pavillon du Canada. Pour appuyer l'administration du sondage sur place, Léger a travaillé en collaboration avec McLaren Group, une firme de recherche et de marketing établie à Tokyo, chargée de déployer et de gérer des intervieweurs japonophones au pavillon.

Le volet qualitatif consistait en des entrevues approfondies menées auprès d'informateurs clés ayant une connaissance directe de la participation du Canada à l'Expo 2025 ou y ayant pris part. Les entrevues ont commencé le 15 juin 2025 et se sont terminées le 19 janvier 2026. Lors d'une visite sur place en juin 2025, sept entrevues en personne ont été réalisées, principalement auprès de représentants de pavillons étrangers et d'organismes de l'Expo 2025. Lors d'une visite sur place en septembre 2025, dix-sept entrevues additionnelles en personne ont été réalisées auprès de divers intervenants, y compris des commissaires généraux d'autres pays, des membres de l'équipe du Pavillon du Canada et des organisations partenaires. À la suite de la deuxième visite sur place, d'autres entrevues ont été menées à distance à partir du Canada afin d'assurer une couverture complète des groupes d'intervenants pertinents. Toutes les entrevues ont été menées par le chercheur principal de Léger afin d'assurer la cohérence de l'approche, la profondeur de l'analyse et la comparabilité entre les entrevues. Voir l'annexe pour une explication détaillée des différentes catégories d'informateurs clés.

Deux visites sur place au Pavillon du Canada ont été effectuées par le chercheur principal, en juin 2025 et en septembre 2025. Ces visites ont appuyé la collecte des données du sondage, la réalisation des entrevues et l'observation directe de l'expérience des visiteurs, du fonctionnement du pavillon et du déroulement des activités, assurant ainsi une supervision méthodologique et un suivi informel des activités de terrain. Lors de ces visites,

le chercheur principal a visité le Pavillon du Canada comme un visiteur, y compris dans le cadre d'une visite guidée. Cela lui a permis d'acquérir une compréhension complète du parcours visiteur prévu et des messages transmis, et de mieux situer et interpréter la rétroaction recueillie auprès des visiteurs et des informateurs clés.

De plus, lors des visites sur le site, le chercheur principal a visité plusieurs autres pavillons internationaux, ainsi que différentes zones commerciales et aires de restauration de l'Expo. Ces observations comparatives ont fourni des repères utiles pour évaluer l'expérience offerte au Pavillon du Canada par rapport aux autres expériences proposées à Expo 2025 Osaka, notamment en ce qui concerne l'achalandage, les moyens utilisés pour attirer les visiteurs et susciter leur intérêt, les approches d'interprétation, l'accueil et l'ambiance générale. Cette perspective comparative a permis de situer la participation du Canada dans le contexte plus large de l'Expo.

Les données secondaires et administratives fournies par Affaires mondiales Canada et les organisateurs d'Expo 2025 Osaka ont également été intégrées à l'analyse. Une description détaillée de la méthodologie figure à l'annexe.

Principaux constats

Les résultats de la recherche indiquent que la participation du Canada à l'Expo 2025 d'Osaka a été un succès. Dans l'ensemble de l'évaluation, les éléments recueillis montrent une solide performance sur le plan de l'expérience publique offerte au Pavillon, une communication claire de l'image et des valeurs du Canada, une utilisation efficace du Pavillon comme plateforme de mobilisation stratégique et des retombées susceptibles de se prolonger au-delà de la période de l'Expo. Le Pavillon a bien rempli un double rôle, à la fois comme attraction destinée au grand public et comme lieu d'activités officielles. Ce double rôle a constitué une force de la participation du Canada et a contribué aux résultats observés à l'égard des quatre premiers objectifs de recherche.

Dans l'ensemble, 98 % des visiteurs se sont dits satisfaits de leur visite, dont 72 % très satisfaits. Cela montre que le Pavillon a été extrêmement bien reçu par les visiteurs. Le niveau de satisfaction était également très élevé à l'égard de l'exposition interactive principale (97 %), de l'utilisation des tablettes dans l'exposition (96 %), de l'extérieur du Pavillon (96 %) et du personnel d'accueil et de première ligne (99 %). Comparativement aux autres pavillons qu'ils ont visités, 81 % des visiteurs ont dit que le Pavillon du Canada était meilleur que les autres ou figurait parmi les meilleurs, et 89 % ont indiqué qu'ils seraient susceptibles de le recommander. Pris ensemble, ces résultats indiquent que le Canada a offert une expérience publique qui a non seulement été reçue positivement, mais qui s'est aussi démarquée dans le cadre d'un événement international d'envergure et exigeant.

Le Pavillon a contribué à rendre les perceptions du Canada plus positives et à accroître l'intérêt envers le pays après la visite. Dans l'ensemble, 92 % des visiteurs ont dit que leur perception du Canada était devenue plus positive, et 90 % ont dit s'y intéresser davantage à la suite de leur expérience. Cela laisse entendre que le Pavillon a fait plus qu'attirer l'attention. Il a contribué à renforcer le lien avec le Canada, la curiosité envers le pays et la bonne volonté à son égard chez les visiteurs.

Cet intérêt laissait également entrevoir des suites possibles au-delà de la visite elle-même. Les visiteurs ont surtout mentionné un intérêt accru à découvrir la culture canadienne (54 %) et à visiter le Canada au cours des trois prochaines années (38 %). De plus faibles proportions ont indiqué un intérêt accru pour l'achat de produits canadiens (19 %), les possibilités d'études (6 %) et les possibilités d'affaires (4 %). Ces résultats donnent à penser que la participation à l'Expo a suscité un intérêt pouvant se traduire par des retombées dans les domaines culturel, touristique, éducatif et économique.

Les résultats solides obtenus par le Canada reposaient en grande partie sur un alignement étroit entre les messages clés visés et la conception des principales composantes de sa présence, notamment l'expérience du Pavillon, l'offre d'activités et les opérations quotidiennes. Dans l'ensemble de l'évaluation, l'expérience vécue a amené visiteurs et partenaires à associer le Canada à des valeurs d'ouverture, de collaboration, d'inclusion, d'égalité entre les genres, de valorisation des capacités et d'engagement tourné vers l'avenir, toutes liées aux objectifs établis par le Canada. Il s'en dégage une leçon importante : des messages intentionnels et cohérents contribuent directement à l'atteinte des résultats recherchés.

Un autre facteur de succès a été la place accordée à des interactions humaines fréquentes dans l'expérience globale du Pavillon. Les prestations culturelles et les activités comme les démonstrations culinaires, les rencontres et les échanges avec des Canadiens ont contribué à façonner l'expérience vécue par les visiteurs et leur perception du Canada. Les résultats du sondage vont dans le même sens : 28 % des visiteurs ont mentionné l'interaction avec des Canadiens comme l'un des éléments marquants de leur visite, tandis que la satisfaction à l'égard du personnel canadien d'accueil et de première ligne a atteint 99 %, soit l'élément mesuré ayant obtenu la cote la plus élevée. Ces résultats indiquent que le fait de créer des occasions de contact humain constitue pour le Canada une stratégie efficace pour projeter une image positive à l'étranger.

Pendant les six mois de l'Expo 2025, l'offre d'activités du Pavillon a permis d'étendre la portée du Canada au-delà de l'exposition immersive principale et d'accroître sa visibilité sur l'ensemble du site. La scène extérieure du Pavillon et sa place centrale découlaient de choix de conception délibérés qui permettaient au Canada d'être perçu comme ouvert, actif et accessible, y compris par les visiteurs qui découvraient le Pavillon de façon spontanée ou

qui n'entraient pas dans l'exposition principale. Le Canada a aussi utilisé d'autres plateformes et lieux de l'Expo pour tenir des activités, notamment des prestations, des collaborations et des discussions, y compris une série mensuelle de panels bien accueillie au Pavillon des femmes. Cette stratégie d'activation plus large a permis au Canada de rejoindre des publics à la fois au Pavillon et au-delà, tout en renforçant sa présence générale sur le site.

De plus, le Pavillon a soutenu un large éventail d'activités de mobilisation stratégique et de développement de relations. Au cours de l'Expo 2025, le Canada a organisé et soutenu plus de 600 événements, dont 42 mobilisations axées sur les affaires et le commerce. L'évaluation indique que le Pavillon a offert un cadre canadien crédible pour des réunions, des échanges, des délégations et des activités de rayonnement impliquant des organisations fédérales, des délégations provinciales et des partenaires. Il a favorisé l'accès, des interactions répétées et des échanges de suivi dans les domaines diplomatique, gouvernemental, culturel, universitaire et économique.

Ces résultats stratégiques ont été particulièrement importants dans le contexte des liens du Canada avec le Japon et, plus largement, avec la région indo-pacifique. L'évaluation montre que la participation du Canada a contribué à renforcer les relations bilatérales et régionales en créant, sur une période de six mois, des occasions fréquentes de visibilité, de mobilisation et de renforcement de la confiance. Des informateurs clés issus de la direction du Pavillon du Canada, d'autres participants à l'Expo, de délégations provinciales, de ministères fédéraux et d'autres partenaires ont décrit le Pavillon comme une plateforme utile pour le développement de relations, le dialogue continu et le suivi des échanges. Dans certains cas, les entrevues ont indiqué que des liens et des collaborations amorcés ou renforcés grâce à la présence du Canada à l'Expo se poursuivaient après l'événement.

L'évaluation met également en lumière un héritage durable, fondé sur les perceptions positives des visiteurs et sur les activités marquantes réalisées pendant la période de l'Expo. Sur le plan institutionnel, la participation du Canada à l'Expo 2025 a contribué à renforcer les canaux de communication et le niveau de connaissance mutuelle entre les acteurs canadiens et leurs homologues internationaux. Des informateurs clés ont aussi évoqué des plans concernant les éléments matériels du Pavillon après l'Expo, notamment la réutilisation ou la relocalisation de composantes de sa structure au Japon afin qu'elles demeurent un symbole de l'exploitation durable du Pavillon.

Le sondage a permis de recueillir des données sur les aspects à améliorer, tant pour l'expérience globale que pour l'exposition principale. Près de la moitié des visiteurs interrogés (47 %) ont dit qu'ils ne changeraient rien. Les suggestions les plus fréquentes portaient sur le poids de la tablette utilisée dans l'exposition principale (11 %), la réactivité de la tablette ou sa facilité d'utilisation (8 %), les temps d'attente (4 %) et des éléments de

confort, comme les places assises ou la température (3 %). Une faible proportion (2 %) a mentionné le souhait d'avoir un espace de vente ou de souvenirs où les visiteurs pourraient acheter un article canadien. Ces résultats donnent à penser que la mise en œuvre générale était solide, tout en pointant vers certains ajustements opérationnels ciblés qui pourraient renforcer une participation future. Les éléments recueillis indiquent également que l'équipe du Pavillon a pris des mesures pendant l'Expo pour améliorer l'expérience, notamment par l'ajout de places assises, d'activités pour les personnes en file d'attente ainsi que par l'utilisation de tentes et de parapluies pendant les périodes de météo plus difficile.

Dans l'ensemble, les résultats indiquent que le Canada a fait un usage solide et stratégique de sa participation à l'Expo 2025 d'Osaka. Il a offert une expérience publique positive, présenté une image claire et cohérente du pays, soutenu un volume important d'activités stratégiques, renforcé les bases des relations bilatérales et régionales et suscité de l'intérêt, des liens et un héritage qui se prolongeront au-delà de la période de l'Expo 2025. Pour les futures participations du Canada à des événements internationaux, l'évaluation met en évidence l'importance d'une planification claire, d'un fort alignement entre le message et sa mise en œuvre, d'interactions en personne significatives ainsi que d'une conception du Pavillon permettant de concilier l'accès du public, les fonctions officielles, la tenue d'activités et la mobilisation des partenaires.

Valeur du contrat

La valeur du contrat pour cette étude s'élevait à 165 279,45 \$ (TVH incluse).

Notes sur l'interprétation des résultats

Les résultats présentés dans ce rapport doivent être interprétés en tenant compte de plusieurs considérations méthodologiques. Le sondage sur le site reposait sur une approche d'échantillonnage non probabiliste, les participants ayant été recrutés sur place au Pavillon du Canada. Par conséquent, les données du sondage ne proviennent pas d'un échantillon aléatoire. Il n'a pas été possible de pondérer les résultats du sondage, puisque le nombre total de visiteurs du Pavillon du Canada et leur composition démographique pendant l'ensemble de la durée de l'Expo sont difficiles à établir avec une certitude complète. En conséquence, les résultats du sondage ne peuvent pas être considérés comme statistiquement représentatifs de l'ensemble des visiteurs du Pavillon du Canada pendant l'Expo 2025. Ils fournissent néanmoins un portrait crédible et utile des opinions et des perceptions des visiteurs ayant participé à l'étude pendant les périodes de collecte.

Le volet qualitatif de la recherche repose sur des entrevues approfondies menées auprès d'informateurs clés sélectionnés. Les résultats qualitatifs reflètent les points de vue, les expériences et les perspectives des personnes interrogées et visent à apporter de la

profondeur, du contexte et des éclairages sur la participation du Canada à l'Expo 2025. Ces résultats ne doivent pas être interprétés comme représentatifs des points de vue de l'ensemble des intervenants ayant interagi avec le Pavillon du Canada ou avec les activités dirigées par le Canada pendant les six mois de l'Expo.

Ces résultats permettent de mieux comprendre, avec nuance, la participation du Canada à l'Expo 2025, tout en respectant les limites inhérentes au devis de recherche.

Déclaration de neutralité politique et coordonnées

Léger atteste que les livrables finaux sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, telles qu'elles sont énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et dans la Directive sur la gestion des communications.

Plus précisément, les livrables ne contiennent aucune information sur les intentions de vote, les préférences à l'égard des partis politiques, l'appui de l'électorat envers ceux-ci, ni sur l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Sébastien Poitras, Chercheur principal
Marketing Léger Inc.

PARTIE I – PROLOGUE : CONTEXTE STRATÉGIQUE

1.1 Expo 2025 Osaka : importance stratégique pour le Canada

L'Expo 2025 a créé d'importantes possibilités pour le Canada au Japon et dans l'ensemble de la région indo-pacifique. Dans ce contexte, la décision du Canada d'y participer s'inscrivait dans ses objectifs de politique étrangère à long terme.

Il a été noté que l'Expo 2025 revêtait une grande importance nationale pour le Japon. Le Japon est considéré comme un hôte expérimenté, ayant organisé cinq Expositions universelles avant 2025, y compris la première Expo tenue en Asie, à Osaka, en 1970. Dans ce contexte, la participation du Canada a été décrite comme un signe de respect et d'engagement envers un important partenaire bilatéral. Des informateurs ont aussi souligné que la crédibilité et la confiance au Japon se développent souvent grâce à un engagement soutenu au fil du temps.

L'Expo 2025 a aussi été décrite comme un lieu de rassemblement rare. Pendant six mois, elle a réuni plus de 160 pays, des organisations internationales et des entités japonaises, et a servi de point de rencontre pour des autorités régionales et locales, des entreprises, des établissements universitaires, des organisations culturelles, des groupes communautaires et des visiteurs de tous âges. Les informateurs ont souligné que cette concentration exceptionnelle de personnes et d'activités rendait possibles des échanges fréquents, tant formels qu'informels, d'une façon difficile à reproduire dans le cadre de missions diplomatiques régulières, de délégations commerciales ou d'événements propres à un secteur.

Des informateurs clés issus de la direction du Pavillon du Canada, d'autres pavillons nationaux et des organisateurs de l'Expo ont en outre souligné que les Expositions universelles offrent d'importantes possibilités de visibilité et d'interaction avec la population du pays hôte. Conformément aux projections officielles, l'Expo 2025 a enregistré 29,02 millions de visites entre le 13 avril et le 13 octobre 2025, soit une moyenne de 158 000 visiteurs par jour. Les organisateurs ont indiqué qu'une forte majorité des visiteurs provenaient du Japon (94,8 %), tandis que 5,2 % venaient de l'étranger, selon les données de billetterie Expo ID¹.

1.2 Messages clés et priorités du Canada à l'Expo 2025

« Le Canada a toujours été perçu [...] comme l'un des pavillons qui voyaient l'Expo comme une façon de mettre en valeur la collaboration et la coopération sous un jour positif. »
Commissaire général d'un autre pavillon participant

¹ Données de l'Association japonaise pour l'Exposition universelle de 2025 (EN_EXPO2025inData)

La participation du Canada à l'Expo 2025 était guidée par des messages et des priorités clairs, en cohérence avec les thèmes établis par le Japon et avec les objectifs internationaux plus larges du Canada. Au cœur de cette approche se trouvait le thème canadien de la Régénération, présenté comme un cadre narratif permettant au Canada de projeter une image d'ouverture, de résilience et de renouveau sur les plans environnemental, social, culturel et économique. Des membres de l'équipe du Pavillon du Canada ont indiqué que la Régénération était conçue comme un concept polyvalent, représentatif d'une approche pancanadienne et capable de rejoindre différents publics.

Les résultats montrent que la Régénération a été bien comprise par les visiteurs du Pavillon et transmise par l'expérience elle-même, plutôt que par un discours explicatif ou par la signalétique. En s'appuyant sur des images liées aux saisons, aux paysages et aux cycles de la vie, le Canada a présenté le renouveau d'une manière ancrée dans les personnes, les relations et le monde naturel. Selon les informateurs, cette approche cadrerait bien avec le thème de l'Expo 2025, « Concevoir la société du futur, Imaginer notre vie de demain », et aidait le récit du Canada à s'intégrer à l'ensemble de l'expérience de l'Expo.

Dans ce cadre, des informateurs clés, notamment des organisateurs de l'Expo, des représentants d'autres pavillons nationaux et d'autres partenaires, ont mis en lumière les qualités qui ont distingué le Canada tout au long de l'Expo 2025. Le Canada a été décrit comme un pays axé sur la collaboration, l'inclusion et des valeurs clairement affirmées, dont l'approche mettait de l'avant l'ouverture et une responsabilité partagée face aux défis de l'avenir. Cette posture a été présentée comme cohérente avec l'identité diplomatique du Canada, avec les attentes envers des partenaires de confiance dans la région indo-pacifique, ainsi qu'avec l'emplacement du Pavillon du Canada dans la zone « Inspirer des vies » du site de l'Expo.

Les résultats montrent également que les priorités particulières du Canada ont été clairement mises de l'avant. Les informateurs ont rappelé la visibilité du Canada dans ses engagements et ses actions en matière d'égalité entre les sexes, de diversité et d'inclusion, ainsi que de développement durable. Les organisateurs de l'Expo, en particulier, ont souligné la contribution du Canada aux efforts déployés à l'échelle de l'Expo en matière de développement durable, ce qui a contribué à présenter le Canada comme un participant constructif dans les échanges tournés vers l'avenir.

« Le Canada ne s'est pas contenté de parler d'égalité entre les sexes; il l'a incarnée. »
Représentant d'un organisme ayant participé à la planification et à la réalisation de l'Expo 2025

Dans l'ensemble des entrevues, il a été souligné que les priorités du Canada ont été communiquées efficacement grâce à des approches ancrées dans l'action, et non

seulement dans les déclarations. Les informateurs ont répété que la cohérence entre le comportement de la direction, la conception du Pavillon, la composition de l'équipe et les activités a renforcé la crédibilité du Canada et la confiance à son égard, tant dans l'environnement de l'Expo qu'auprès des publics japonais.

PARTIE II – CONSTRUCTION DU PAVILLON DU CANADA : UNE PLATEFORME STRATÉGIQUE

2.1 Conception du Pavillon et fil narratif



Texte alternatif: Une photo aérienne du Pavillon du Canada le jour.



Texte alternatif: Une photo aérienne du Pavillon du Canada le soir.



Texte alternatif: Une photo de l'exposition immersive principale du Pavillon du Canada.

Il a été souligné que la conception et la construction du Pavillon du Canada devaient contribuer à renforcer et à communiquer les priorités et les valeurs du Canada. L'architecture extérieure, les espaces de rassemblement extérieurs et l'exposition intérieure reposaient tous sur l'idée de la régénération. Les embâcles printaniers et l'imagerie de l'iceberg constituaient le principal élément de conception et l'expression visuelle du concept de régénération. Voici l'explication officielle de la conception du Pavillon du Canada : Évoquant les spectaculaires formations glaciaires canadiennes, le pavillon représente un mélange saisissant de la puissance brute de la nature, du caractère chaleureux et de la grande ouverture du Canada. La façade extérieure est froide et glacée, mais dès qu'on entre dans le pavillon, on ressent le caractère chaleureux, l'ouverture et l'optimisme qui définissent le Canada. Chaque année, des fragments de glace signalent la fin de l'hiver et le début du printemps, libérant les rivières et renouvelant la terre : un puissant symbole de transformation, de croissance et d'espoir, non seulement dans la nature, mais aussi au sein des communautés partout au Canada. Selon la direction du Pavillon du Canada, ce concept devait trouver un écho au Japon, où les cycles de la nature, la continuité et le renouveau ont une forte portée symbolique.

À l'intérieur du Pavillon, l'exposition principale a été conçue comme une expérience à vivre plutôt que comme une présentation axée sur la transmission d'information. Au lieu de suivre un récit unique et figé, les visiteurs exploraient le contenu dans le cadre d'un parcours non linéaire, participatif et interactif, qui les invitait à découvrir à leur rythme les paysages, les régions, les collectivités et les histoires du Canada. L'expérience reposait sur un format de réalité augmentée sur tablette conçu par une équipe de création canadienne au sein d'un consortium plus large. Des organisateurs de l'Expo et des informateurs clés provenant d'autres pavillons nationaux ont décrit cette approche comme une force importante, en contraste avec les formats plus chargés en texte ou de type muséal utilisés dans d'autres pavillons. Les informateurs ont aussi indiqué que le Pavillon transmettait son message par l'atmosphère et l'interaction, plutôt que par des explications détaillées.

2.2 Aménagement des espaces pour l'expérience du public et les activités stratégiques

« L'utilisation de l'espace, et la façon dont tout est organisé [au Pavillon du Canada], est réellement parmi ce qui se fait de mieux. » *Commissaire général d'un autre pavillon participant*

La direction du Pavillon du Canada a souligné que celui-ci avait été expressément conçu pour répondre aux réalités et aux possibilités propres à une Exposition universelle.

L'un des objectifs centraux de la conception était de soutenir différents types d'interaction. Le Pavillon comprenait des espaces publics accessibles pouvant accueillir un grand nombre de visiteurs chaque jour, ainsi que des espaces polyvalents permettant de tenir des réunions, des échanges, des délégations commerciales et d'autres activités officielles pendant toute la période de six mois. Le Pavillon s'organisait donc autour de deux fonctions complémentaires : l'interaction avec les visiteurs et la mobilisation des parties prenantes. Sa conception permettait aussi la tenue simultanée de plusieurs activités, sans qu'elles se nuisent entre elles.

Espaces de rassemblement pour l'expérience des visiteurs

Les espaces publics du Pavillon comprenaient notamment une place extérieure, une scène et un comptoir de restauration. Ces espaces prolongeaient la présence du Canada au-delà de l'exposition en réalité augmentée et permettaient aux visiteurs de découvrir le Canada grâce à des événements en direct, à des activités culturelles, à des démonstrations culinaires et à des échanges avec des Canadiens, sans avoir à entrer dans le Pavillon ni à faire la file. Des organisateurs de l'Expo et des représentants d'autres pavillons nationaux ont décrit cette ouverture comme l'une des caractéristiques importantes de l'approche du Canada. Dans un contexte où les réservations, les longues files d'attente, la chaleur et des horaires chargés pouvaient limiter l'accès aux expositions intérieures, ces espaces extérieurs favorisaient la participation de visiteurs qui, autrement, n'y seraient peut-être pas entrés. Pour les visiteurs ayant accédé à l'exposition principale, l'animation extérieure enrichissait aussi l'expérience globale du Pavillon.

Le site du Pavillon du Canada comprenait également une aire de restauration où la poutine était le mets vedette offert à l'achat, aux côtés d'articles comme de la crème glacée au sirop d'érable et des boissons canadiennes. Selon les commentaires qualitatifs recueillis, cet espace de restauration a représenté, pour de nombreux visiteurs japonais, un premier contact avec la cuisine canadienne et une façon accessible de la découvrir.

Espaces de collaboration pour les activités stratégiques

À l'intérieur du Pavillon, les espaces de rencontre comprenaient des lieux permettant de tenir des activités et des réceptions à l'intention de publics ciblés et de partenaires, notamment un atrium, une salle de conférence, une salle de conseil et un salon d'affaires. De hauts représentants canadiens et des informateurs clés issus des délégations provinciales ont souligné l'importance de disposer d'espaces de rencontre professionnels à l'intérieur du Pavillon. Cela permettait de tenir des réunions entre gouvernements, des discussions politiques et économiques, des échanges commerciaux et universitaires, ainsi que des séances d'information, dans un cadre clairement associé au Canada. Cette configuration réduisait le recours à des hôtels ou à d'autres lieux à l'extérieur du site et renforçait le lien entre le message public du Canada et ses activités officielles.

Les entrevues ont mis en évidence l'importance de ces espaces de collaboration dans l'ensemble de la présence du Canada. Elles ont aussi montré qu'ils étaient largement admirés par d'autres pavillons pour leur capacité d'accueil et leur fonctionnalité. Conçus pour accueillir un volume élevé et une grande diversité d'activités, ces espaces permettaient la tenue de réunions formelles, d'événements réunissant plusieurs intervenants, de séances hybrides, de services d'interprétation et d'activités adaptées à des besoins changeants. Des représentants d'autres pavillons nationaux ont d'ailleurs souligné que l'« utilisation optimale de l'espace » constituait l'une des forces distinctives du Pavillon.

Les informateurs ont également indiqué que l'aménagement permettait à ces espaces d'être utilisés efficacement par un large éventail de publics, notamment des invités, des partenaires, des délégations, des représentants gouvernementaux, des universitaires, des entreprises et des acteurs culturels. La possibilité de passer facilement d'activités publiques à des fonctions officielles a permis au Canada d'élargir sa portée, tout en offrant une expérience mieux adaptée aux différents utilisateurs. Ainsi, le Pavillon a soutenu des formes d'engagement à la fois nombreuses et variées et a renforcé l'image d'un Canada organisé, fiable et bien préparé.

2.3 Offre d'activités

Au-delà de l'exposition en réalité augmentée elle-même, le Pavillon du Canada proposait un éventail d'activités destinées au public, qui élargissaient les façons dont les visiteurs pouvaient découvrir le Canada sur l'ensemble du site de l'Expo. Des prestations en direct, des démonstrations culinaires et d'autres activités venaient compléter l'expérience du Pavillon, tout en renforçant la visibilité culturelle du Canada et la mobilisation du public.

Canada en spectacle ! comme principal volet des événements publics et culturels

« Le Canada propose des événements en direct qui semblent attirer beaucoup de visiteurs. »
Commissaire général d'un pavillon participant

En partenariat avec le Centre national des Arts du Canada, « Canada en spectacle ! » constituait le principal volet de la série d'événements culturels du Canada à l'Expo 2025. Cette série mettait en valeur différents genres musicaux et styles, et faisait entendre des voix autochtones, francophones, anglophones et issues de communautés culturellement diverses. Des partenaires de l'Expo ont indiqué que le Canada semblait présenter des événements en direct chaque semaine et qu'il comptait parmi les participants les plus actifs de l'Expo. Cela donne à penser que les activités du Canada se démarquaient dans l'environnement dense de l'Expo.

De nombreuses prestations ont eu lieu sur la scène extérieure du Pavillon du Canada. L'aménagement faisait en sorte que la scène extérieure et la place centrale étaient visibles à partir de plusieurs points du site. Cette visibilité s'étendait jusqu'au Grand Ring, la structure surélevée en bois qui entourait le site de l'Expo et constituait un important axe de circulation piétonne. Des informateurs clés ont indiqué que les visiteurs circulant sur le Ring s'arrêtaient souvent pour regarder les prestations en contrebas, prenant parfois le temps de descendre pour participer plus directement.

Le Canada a aussi organisé des prestations sur d'autres scènes et dans d'autres lieux du site de l'Expo. Selon les informateurs, cela a permis de joindre des visiteurs au-delà du Pavillon, notamment des personnes circulant dans des zones très achalandées comme les portes d'entrée, les aires de repos et les secteurs autour d'autres pavillons populaires. Ainsi, des visiteurs pouvaient découvrir la culture canadienne même s'ils n'avaient pas prévu visiter le Pavillon du Canada.

Démonstrations culinaires

Dans le prolongement de l'offre culinaire sur place, les démonstrations culinaires en direct tenues sur la place centrale ont été mentionnées à plusieurs reprises, tant dans les entrevues que dans les réponses aux questions ouvertes du sondage, comme des éléments marquants de l'expérience. Ces démonstrations mettaient en vedette des chefs canadiens, y compris des chefs autochtones, qui préparaient des plats canadiens à partir d'ingrédients canadiens, en mettant l'accent sur des produits offerts sur le marché japonais. La direction du Pavillon du Canada a souligné le caractère interactif de ces démonstrations : les visiteurs pouvaient observer, apprendre des techniques et goûter les plats. Les réponses aux questions ouvertes du sondage mentionnaient aussi spontanément les démonstrations

alimentaires et les activités culinaires parmi les points forts de la visite, ce qui concorde avec les résultats qualitatifs montrant que les démonstrations culinaires occupaient une place visible dans l'environnement du Pavillon.

2.4 Les visages du Pavillon du Canada

La participation du Pavillon du Canada a été renforcée par une approche centrée sur les personnes, grâce à une équipe engagée et capable de créer des échanges.

Une approche de direction visible et collaborative

« [La commissaire générale du Canada] était partout : elle réunissait les gens, créait des liens et assurait le leadership. » *Commissaire général d'un pavillon participant*

La commissaire générale et le commissaire général adjoint étaient régulièrement présents sur le site et activement engagés dans l'ensemble de l'environnement de l'Expo. Cette présence soutenue de la direction était intentionnelle et particulièrement notable étant donné que le Canada n'était pas membre du Bureau international des Expositions (BIE), l'organisation internationale qui encadre les Expositions universelles. Des informateurs clés, y compris des représentants d'autres pavillons nationaux, ont décrit cette visibilité comme une caractéristique marquante de la participation du Canada.

Ils ont mentionné les échanges avec les visiteurs, avec d'autres pavillons et avec des interlocuteurs japonais, de même que la participation active du Canada aux activités tenues à l'échelle du site, les visites fréquentes au centre des médias de l'Expo 2025 et l'appui à des activités stratégiques organisées par des partenaires et d'autres pavillons. Selon ces témoignages, le style de leadership du Canada se distinguait par la collaboration, l'accessibilité et une présence constante dans les relations et les échanges qui ont façonné l'activité de l'Expo. Cette présence visible et soutenue a été largement reconnue et a renforcé l'image d'un Canada engagé de façon ouverte et collaborative.

Composition de l'équipe et structure organisationnelle

Au-delà de la haute direction, le modèle de dotation du Pavillon avait été conçu pour soutenir des activités continues pendant toute la période de six mois. Le Pavillon du Canada comptait moins de 100 employés sur place, y compris du personnel d'Affaires mondiales Canada, des agents d'accueil et de protocole, du personnel de sécurité et d'entretien, ainsi qu'une équipe culinaire. Cette structure avait été planifiée en fonction d'une utilisation continue du Pavillon, 12 heures par jour, 7 jours sur 7, pendant six mois.

Des informateurs clés provenant de ministères fédéraux, de délégations provinciales et d'autres organisations partenaires ont décrit l'équipe du Pavillon comme compétente, réactive et fiable, y compris dans des contextes complexes.

Le personnel de première ligne comme principal point de contact avec le public

« Le personnel canadien à l'entrée faisait une réelle différence. Cela donnait une impression d'authenticité. » *Commissaire général d'un pavillon participant*

Le personnel canadien de première ligne, y compris les équipes d'accueil et les agents de protocole, constituait le groupe le plus important au sein de l'équipe du Pavillon et représentait le principal point de contact avec le public. Son rôle allait au-delà de la gestion des files et de l'achalandage. Il comprenait aussi l'orientation des visiteurs, les réponses à leurs questions, l'aide à l'utilisation des outils numériques et le soutien aux échanges informels.

Le personnel de première ligne a été recruté dans différentes régions du Canada. La plupart des employés étaient multilingues et pouvaient s'exprimer en anglais, en français et en japonais. Selon les informateurs, les interactions avec ce personnel contribuaient à l'authenticité, à l'ouverture et à l'accessibilité du Pavillon, tout en reflétant la diversité du Canada. Des organisateurs de l'Expo et des informateurs clés issus d'autres pavillons nationaux ont également souligné la visibilité du personnel et sa facilité d'approche comme des caractéristiques importantes de la présence du Canada à l'Expo 2025.

PARTIE III – L'EXPÉRIENCE DU PUBLIC : COMMENT LES VISITEURS ONT DÉCOUVERT LE CANADA

« Je pense que le Canada s'en sort très bien. Je pense qu'il est très visible. » *Commissaire général d'un pavillon participant*

3.1 L'expérience interactive des visiteurs

L'expérience des visiteurs était façonnée par une combinaison de notoriété préalable, de visibilité sur le site, de conception immersive et d'interaction humaine. La présente section examine la façon dont les visiteurs ont découvert le Pavillon, ce qui les a attirés et les éléments ayant le plus influencé leur expérience globale.

Connaissance du Canada et profil des visiteurs

Les résultats de la recherche montrent que le Pavillon a rejoint à la fois des visiteurs déjà familiers avec le Canada et des visiteurs ayant une exposition plus limitée au pays.

Parmi les visiteurs non canadiens, les niveaux de familiarité avec le Canada étaient répartis de façon égale : 43 % se disaient familiers avec le Canada et 43 % disaient ne pas l'être. Une autre proportion de 14 % situait son niveau de familiarité à un niveau neutre. Lorsqu'on examine les résultats plus en détail, le niveau global de familiarité était de 42 % chez les visiteurs japonais, tandis que les visiteurs provenant de pays autres que le Japon et le Canada étaient plus nombreux à se dire familiers avec le Canada (51 %)². Les niveaux de familiarité étaient semblables d'un groupe d'âge à l'autre chez les visiteurs japonais, en gardant à l'esprit que les visiteurs de moins de 16 ans n'ont pas participé au sondage mené au Pavillon du Canada³.

Parmi les 43 % de visiteurs ayant indiqué être familiers avec le Canada, 64 % ont mentionné au moins un des éléments suivants : un voyage antérieur au Canada (35 %), une exposition préalable à la culture canadienne (19 %), de la famille ou des amis au Canada (16 %), ou des études ou du travail au Canada (13 %). Fait à noter, 36 % des visiteurs sondés se disaient familiers avec le Canada malgré l'absence de lien ou d'expérience préalable.

Motivations de visite

Parmi l'ensemble des répondants, les trois raisons les plus souvent mentionnées pour visiter le Pavillon étaient le fait d'avoir entendu dire qu'il valait la visite (46 %), le désir d'en apprendre davantage sur le Canada (42 %) et la curiosité suscitée au fil du parcours sur le site de l'Expo (24 %)⁴.

Les résultats du sondage montrent que 65 % des visiteurs avaient planifié leur visite à l'avance, tandis que 35 % ont décidé de visiter le Pavillon spontanément en explorant le site de l'Expo⁵. Les motivations de visite correspondent à la façon dont les visiteurs ont entendu

² Selon les données sur le profil des visiteurs de l'Expo communiquées par les organisateurs, la fréquentation globale provenait surtout du marché intérieur (94,8 % de visiteurs nationaux contre 5,2 % de visiteurs de l'étranger). Données de l'Association japonaise pour l'Exposition universelle de 2025 (EN_EXPO2025inData).

³ Les organisateurs de l'Expo distinguent des catégories de billets qui influencent la répartition par âge sur le site (adulte : 18 ans et plus; jeune : 12 à 17 ans; enfant : 4 à 11 ans). Ils estiment que les visiteurs âgés de 19 ans ou moins représentaient 16,1 % des détenteurs de billets, soit environ 1,3 million de visiteurs. Données de l'Association japonaise pour l'Exposition universelle de 2025 (EN_EXPO2025inData).

⁴ Les répondants pouvaient mentionner plus d'une réponse.

⁵ Ces modes de planification doivent être interprétés dans le contexte des conditions d'accès applicables à l'ensemble de l'Expo. Pendant certaines périodes, l'entrée aux pavillons très en demande nécessitait la réservation d'une plage horaire au moyen du système de réservation de l'Expo. Les visiteurs sans réservation pouvaient tout de même tenter d'y accéder en faisant la file, mais les temps d'attente pouvaient être longs. Ces conditions d'accès, combinées à des facteurs comme la chaleur et des horaires chargés, ont influé sur ce que les visiteurs pouvaient réalistement faire au cours d'une journée.

parler du Pavillon. Selon les réponses au sondage, ils en ont le plus souvent entendu parler par le site Web ou l'application mobile de l'Expo (38 %), suivis du bouche-à-oreille (26 %) et des médias sociaux (22 %). De plus faibles proportions ont mentionné une découverte sur place (7 %) ou la couverture médiatique (2 %).

Ces résultats concordent avec les descriptions fournies par les informateurs au sujet des efforts de communication du Pavillon du Canada, y compris une promotion continue dans les médias, les médias sociaux et le contenu diffusé en temps réel. Certains informateurs ont noté que le Canada utilisait de façon constante les canaux officiels de promotion de l'Expo et acceptait les occasions médiatiques qui se présentaient. Avec le temps, le bouche-à-oreille a aussi joué un rôle important. Des informateurs clés issus d'autres pavillons nationaux et des partenaires de l'Expo ont indiqué que le Pavillon du Canada s'était bâti une solide réputation, appuyée par une activité visible et une offre d'activités fréquente. Dans l'ensemble de l'évaluation, un fort consensus se dégageait quant au fait que la visibilité du Canada sur le site, ses efforts de communication et sa réputation dans l'environnement de l'Expo ont contribué à susciter de l'intérêt envers le Pavillon.

Façade et premières impressions du Pavillon

Les réponses au sondage montrent des impressions positives à l'égard de la conception extérieure, 96 % des visiteurs s'en étant dits satisfaits. Près du quart des répondants (24 %) ont également mentionné la conception extérieure parmi les aspects qu'ils ont le plus appréciés. Ces résultats indiquent que l'extérieur du Pavillon a laissé une forte impression chez les visiteurs. Les commentaires recueillis en entrevue donnent aussi à penser qu'il a contribué à la visibilité du Pavillon et à l'intérêt suscité autour de celui-ci. Le Pavillon du Canada a été décrit comme visuellement marquant et accueillant, avec des espaces extérieurs ouverts et animés. Plusieurs ont aussi souligné que la musique en direct, les prestations publiques et l'activité visible autour du Pavillon attiraient l'attention et encourageaient les passants à s'arrêter et à interagir, même lorsque le Pavillon ne faisait pas partie de leur visite prévue.

L'expérience immersive et participative

Les données du sondage confirment le rôle central de l'exposition en réalité augmentée. Une majorité de répondants (57 %) ont désigné l'exposition principale en réalité augmentée comme l'élément le plus mémorable de leur visite, et 24 % ont aussi mentionné la section adjacente « Le Canada vu de l'espace », qui utilisait la même technologie. Les niveaux de satisfaction étaient très élevés : 97 % étaient satisfaits de l'exposition interactive, dont 68 % très satisfaits, et 96 % étaient satisfaits de l'utilisation des tablettes, dont 64 % très satisfaits.

Les réponses ouvertes aident à comprendre ce qui a le plus retenu l'attention. Lorsqu'on leur a demandé ce qu'ils avaient le plus aimé, 18 % ont décrit l'expérience comme amusante, intéressante ou stimulante. De plus, 13 % ont fait explicitement référence à l'expérience ou à la technologie de réalité augmentée et 9 % ont mentionné les tablettes. Même si les répondants distinguaient ces éléments dans leurs commentaires, ils renvoient tous à la même expérience appuyée par la technologie, y compris à la manière dont les visiteurs interagissaient avec le contenu au moyen de la tablette. Une autre proportion de 8 % a dit avoir apprécié en apprendre davantage sur le Canada ou sur la culture canadienne.

Le sondage met aussi en évidence le rôle de la section de conclusion. Dix-sept pour cent des visiteurs ont indiqué que la salle finale, la galerie d'au revoir, faisait partie des aspects qu'ils avaient le plus appréciés. Cet espace comprenait des occasions de prendre des photos devant de grandes images de paysages canadiens et de symboles culturels du Canada, comme des chaises Muskoka et de l'équipement de hockey. Pendant certaines périodes, les visiteurs pouvaient aussi prendre des photos avec des membres de la Gendarmerie royale du Canada. L'espace comprenait également une station d'estampillage et bénéficiait de l'appui du personnel de première ligne, qui aidait les visiteurs à prendre des photos et à échanger de façon informelle.

Les visiteurs ont relevé certains aspects pratiques à améliorer. Près de la moitié (47 %) ont dit qu'il n'y avait rien à améliorer. Parmi ceux qui ont formulé des suggestions, les commentaires les plus fréquents portaient sur le poids des tablettes (11 %) et sur leur réactivité ou leur facilité d'utilisation (8 %). De plus faibles proportions ont mentionné le souhait d'avoir davantage d'explications ou de précisions (4 %) ou plus d'indications écrites et de descriptions textuelles (3 %). Dans l'ensemble, ces commentaires concernent surtout le confort d'utilisation et la clarté de l'expérience, plutôt qu'une insatisfaction à l'égard du concept de l'exposition.

Dimension émotionnelle et souvenir laissé par la visite

Les entrevues comme les résultats du sondage montrent que l'expérience en réalité augmentée avait aussi une dimension émotionnelle. Les informateurs ont décrit des visiteurs quittant le Pavillon avec une forte impression d'ensemble, souvent liée à la découverte et à la curiosité, plutôt qu'avec un souvenir détaillé de faits précis. Plusieurs ont aussi noté que la structure non linéaire, en parcours libre, faisait en sorte que chaque visiteur vivait un parcours différent selon son cheminement et le temps qu'il y consacrait, ce qui favorisait des visites plus longues et, dans certains cas, des visites répétées.

Les commentaires des visiteurs et les observations recueillies en entrevue montrent aussi un intérêt pour des articles concrets aux couleurs du Canada qui permettraient aux visiteurs de garder un souvenir du Pavillon après leur visite. Un petit espace de vente ou de souvenirs,

bien ciblé, pourrait contribuer à prolonger l'exposition aux messages du Pavillon une fois l'expérience sur place terminée.

L'interaction humaine comme soutien à l'expérience immersive

« Il s'agissait de montrer qui nous sommes comme Canadiens par l'interaction humaine et les liens créés avec les gens, de rassembler les gens et de partager qui nous sommes. »

Membre du personnel de première ligne du Pavillon du Canada

Les informateurs clés ont indiqué que l'expérience immersive en réalité augmentée était renforcée par l'interaction humaine. L'appui du personnel canadien de première ligne demeurait central tout au long de la visite, en aidant les visiteurs à utiliser la technologie de réalité augmentée, en les encourageant à explorer l'exposition et en créant des occasions d'échanges informels. Le personnel pouvait s'exprimer en anglais, en français et en japonais, et certains membres de l'équipe pouvaient aussi aider dans d'autres langues, ce qui encourageait les visiteurs à poser des questions, à demander de l'aide pour s'orienter et à échanger de façon informelle avec le personnel. Selon les informateurs, ce niveau d'interaction n'était pas toujours présent dans d'autres pavillons.

Ce type d'interaction humaine constituait un élément important de ce qui rendait le Pavillon du Canada accueillant, et les résultats du sondage vont dans le même sens. Vingt-huit pour cent des visiteurs ont mentionné les interactions avec des Canadiens, y compris le personnel, les artistes ou d'autres personnes, parmi les points forts de leur visite. La satisfaction à l'égard du personnel de première ligne était exceptionnellement élevée : 99 % des visiteurs se sont dit satisfaits, ce qui en fait l'élément ayant obtenu la cote la plus élevée dans le sondage. Les réponses ouvertes confirment aussi ce constat : 10 % des répondants ont spontanément mentionné la serviabilité, l'attention ou l'amabilité du personnel lorsqu'on leur a demandé ce qu'ils avaient le plus apprécié.

Découvrir la culture canadienne

Au-delà de l'exposition en réalité augmentée, les résultats du sondage montrent que les expériences culturelles offertes par le Pavillon du Canada étaient bien appréciées des visiteurs et ont contribué à leur façon de découvrir le Canada.

Treize pour cent des visiteurs sondés ont indiqué qu'assister à une prestation faisait partie des raisons de leur visite au Pavillon, et 12 % ont dit que les événements en direct figuraient parmi les éléments les plus mémorables de leur expérience. Parmi les visiteurs ayant assisté à un événement en direct, le niveau de satisfaction était très élevé : 95 % se sont dits satisfaits et 4 % insatisfaits.

Les résultats du sondage montrent aussi que 11 % des visiteurs ont indiqué que le fait de goûter à des aliments canadiens, par exemple au comptoir de restauration ou dans le cadre d'une démonstration culinaire, faisait partie des raisons de leur visite au Pavillon. La satisfaction à l'égard de l'offre d'aliments et de boissons était élevée, 83 % des visiteurs s'en étant dits satisfaits⁶. De plus faibles proportions de répondants ont aussi mentionné spontanément les aliments et les éléments culinaires (2 %) parmi les aspects qu'ils avaient le plus appréciés, ce qui laisse entendre que la nourriture n'était pas l'élément principal mentionné par les visiteurs, mais qu'elle a contribué positivement à l'expérience.

La scène du Pavillon du Canada avait été conçue de manière à rendre les activités culturelles visibles pour les visiteurs se trouvant sur le terrain du Pavillon ou à proximité. Même si le sondage ne mesure pas directement un effet de passage spontané, et bien que l'observation sur place indique qu'il y avait certains points de vue à partir desquels la scène était moins visible ou ne l'était pas, 35 % des visiteurs ont indiqué avoir décidé de visiter le Pavillon spontanément. Ce résultat est cohérent avec un environnement de site où des découvertes imprévues influencent les déplacements des visiteurs. Il met en lumière l'importance de l'emplacement de la scène et des lignes de vue.

Une expérience distincte dans le contexte de l'Expo

Dans l'ensemble, les résultats indiquent que les visiteurs ont été attirés vers le Pavillon du Canada par sa notoriété, sa réputation, la qualité perçue de l'expérience et l'activité observée sur place, et que l'exposition en réalité augmentée et l'offre d'activités ont répondu à leurs attentes à un degré élevé. Le niveau de satisfaction à l'égard de l'expérience du Pavillon était très élevé : 98 % des visiteurs se sont dit satisfaits, dont 72 % très satisfaits et 26 % assez satisfaits, tandis que 2 % se sont dit insatisfaits⁷.

3.2 Une expérience visiteur très positive

Dans l'ensemble, le sondage comme les entrevues montrent que le Pavillon du Canada a offert une expérience claire et bien reçue par les visiteurs. Les résultats du sondage indiquent que 98 % des visiteurs se sont dit satisfaits de leur visite. Il s'agit d'un résultat de satisfaction très élevé. Les entrevues confirment cette appréciation positive. Des informateurs clés issus

⁶ Il est à noter que tous les visiteurs n'ont pas pris part à une expérience culinaire au Pavillon.

⁷ Note méthodologique : Les organisateurs de l'Expo font état d'un taux de satisfaction global de 74,9 % à l'égard de l'Expo, selon leur questionnaire auprès des visiteurs. Cette donnée est fournie à titre indicatif seulement et ne peut pas être comparée directement au résultat du sondage mené au Pavillon du Canada, puisque les deux mesures reposent sur des questions et des échelles de réponse différentes. Plus précisément, la mesure utilisée par les organisateurs de l'Expo repose sur une échelle d'accord comprenant une catégorie neutre (« ni en accord ni en désaccord »). En revanche, le sondage du Pavillon du Canada utilisait une échelle de satisfaction et d'insatisfaction qui amenait les répondants à se situer plus clairement entre satisfaction et insatisfaction, ce qui peut influencer la répartition des réponses.

d'autres pavillons nationaux ont décrit le Canada comme l'un des participants les plus solides de l'Expo 2025 dans son ensemble, en faisant référence à la fois au Pavillon lui-même et à la qualité générale de sa mise en œuvre.

Les commentaires des visiteurs sur les aspects à améliorer portaient surtout sur de petits éléments pratiques. En dehors des suggestions liées à l'exposition en réalité augmentée, une faible proportion a mentionné les temps d'attente (4 %) et des éléments de confort, comme les places assises ou la température (3 %), tandis que près de la moitié (47 %) ont dit qu'ils ne changeraient rien. Ces commentaires doivent être interprétés dans le contexte plus large de l'Expo, où la forte affluence et le nombre élevé de visiteurs sur l'ensemble du site ont eu une incidence sur les files et les conditions d'attente, surtout pendant l'été. Dans ce contexte, des informateurs clés ont indiqué que l'équipe du Pavillon du Canada a pris des mesures pour améliorer le confort et mieux gérer l'expérience d'attente. Ces mesures comprenaient de l'animation pour les personnes dans la file, l'ajout de places assises ainsi que l'utilisation de tentes et de parapluies pendant certaines périodes.

Cette expérience visiteur très positive fournit un contexte important pour la Partie IV, qui examine comment le Pavillon a aussi appuyé les activités officielles et les relations avec les partenaires au-delà de l'expérience offerte au public.

PARTIE IV – ÉCHANGES STRATÉGIQUES ET PARTENARIATS

4.1 Activités stratégiques menées grâce au Pavillon du Canada

En plus de son rôle auprès du public, le Pavillon du Canada a servi de plateforme pour des activités stratégiques de haut niveau pendant les six mois de l'Expo 2025. Des collaborations pancanadiennes ont été mises en place avec des organisations du gouvernement fédéral, des gouvernements provinciaux et territoriaux, des partenaires du secteur privé et d'autres partenaires issus d'un large éventail de secteurs et d'industries.

La documentation d'Affaires mondiales Canada indique que le Pavillon a accueilli ou soutenu plus de 600 activités pendant la période de l'Expo. Celles-ci comprenaient un large éventail d'échanges gouvernementaux, institutionnels, universitaires, autochtones, liés au commerce et aux affaires, ainsi que des activités dirigées par des partenaires. Réparties sur l'ensemble du site et tout au long de la période de l'Expo, elles mettaient en valeur les forces du Canada et positionnaient le Pavillon comme un lieu constamment accessible et actif pour le dialogue, la coordination et le développement des relations.

Une plateforme au service des gouvernements et des partenaires

Les informateurs clés ont décrit le Pavillon comme un lieu bien coordonné réunissant des organisations fédérales, des gouvernements provinciaux, des groupes universitaires et de recherche, des organisations et des leaders autochtones, des partenaires du secteur privé ainsi que des interlocuteurs du Japon et de l'ensemble de la région indo-pacifique. De hauts représentants ont souligné la souplesse du Pavillon. Celui-ci permettait de faire avancer, dans un même cadre clairement associé au Canada, différents types d'objectifs, qu'ils soient économiques, politiques, culturels, universitaires, sociaux ou liés aux valeurs.

De nombreux informateurs ont indiqué que les résultats se construisaient dans le temps plutôt que de découler d'une seule interaction. Selon eux, le fait de réunir régulièrement des acteurs pendant six mois a créé davantage d'occasions de rencontrer des interlocuteurs de haut niveau du Japon et de la région indo-pacifique et de renforcer les relations. Les informateurs ont mentionné des suites après l'Expo, notamment la poursuite de dialogue, des visites et un plus grand rapprochement entre les institutions.

Échanges entre gouvernements et diplomatie de haut niveau

« Cela crée un cadre très différent de celui d'une salle de réunion dans un hôtel. » *Délégations provinciales*

Les relations de gouvernement à gouvernement ont constitué une part importante des activités tenues dans les espaces de collaboration du Pavillon. Cela comprenait des rencontres avec des ministères nationaux japonais, des autorités préfectorales et municipales, ainsi que des représentants de haut niveau d'autres pays participants et d'organisations internationales. De hauts représentants canadiens ont souligné que le fait de tenir ces rencontres à l'intérieur du Pavillon avait à la fois une valeur symbolique et une valeur pratique. Le cadre renforçait la crédibilité du Canada et situait les échanges dans le contexte de coopération propre à l'Expo.

Plusieurs informateurs ont décrit le Pavillon comme un point central pour les activités diplomatiques dans la région du Kansai, qui comprend Osaka. Il venait compléter le rôle de l'ambassade du Canada à Tokyo et appuyait les échanges plus près du site de l'Expo. En ce qui concerne les résultats, les informateurs ont surtout mis l'accent sur un meilleur accès et une plus grande ouverture au dialogue, y compris sur des enjeux de politique complexes. Selon eux, le Pavillon a contribué à renforcer la confiance et à créer des conditions favorables à une coopération à plus long terme, plutôt qu'à produire des résultats immédiats.

Délégations provinciales et participation infranationale

Toutes les provinces et tous les territoires du Canada ont été invités à contribuer à la présence du Canada à l'Expo 2025 d'Osaka, et les délégations provinciales ont constitué un

important volet des activités à l'Expo 2025, le Japon ayant été désigné comme marché prioritaire par plusieurs provinces. Cette participation comprenait des rencontres au niveau ministériel, des échanges entre hauts représentants, des missions commerciales, des séances de réseautage et des échanges sectoriels ciblés, en plus d'activités destinées au public. Pendant la période de l'Expo, la participation infranationale comprenait notamment des délégations dirigées par des premiers ministres et/ou des ministres de la Colombie-Britannique, de la Saskatchewan, de l'Ontario, du Québec, de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse, une mission commerciale régionale coordonnée par l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, ainsi que d'autres activités menées par l'Alberta.

En parallèle, le Pavillon a réuni des partenaires économiques et institutionnels liés au Canada, y compris les chambres de commerce canadiennes de la région indo-pacifique, et a accueilli des activités menées avec des organisations fédérales telles qu'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada, Patrimoine canadien, Pêches et Océans Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada. La présence de la Garde côtière canadienne a aussi fait partie de cet ensemble d'activités grâce à la visite d'un navire et aux activités qui y étaient liées.

Dans l'ensemble de ces activités, les résultats ont été décrits selon des tendances récurrentes. Pour les provinces et les regroupements régionaux, les entrevues ont le plus souvent fait ressortir une crédibilité accrue, un meilleur accès et un développement plus rapide des relations avec les interlocuteurs du pays hôte. Les informateurs ont lié ces résultats au rôle du Pavillon comme plateforme nationale reconnue et comme lieu de rencontre. Selon eux, le Pavillon a soutenu des réunions, des réceptions et des échanges sectoriels, tout en offrant une visibilité publique grâce aux activités culturelles et culinaires. Dans au moins un cas, les informateurs ont établi un lien entre la continuité offerte par les activités au Pavillon et un résultat concret : un premier protocole d'entente entre le gouvernement du Québec et la ville d'Osaka, dont la conclusion aurait été facilitée par les échanges rendus possibles grâce aux activités menées au Pavillon du Canada.

Pour les réseaux économiques liés au Canada, les informateurs ont surtout mis en évidence des résultats liés à la coordination et à l'harmonisation entre les marchés de la région indo-pacifique. Cela comprenait l'avancement des discussions entourant un projet de protocole d'entente réunissant les chambres de commerce bilatérales du Canada actives dans la région indo-pacifique, discussions que les informateurs ont décrites comme directement liées aux rencontres tenues pendant l'Expo 2025.

Pour les organisations fédérales, les activités menées au Pavillon ont été décrites comme ayant soutenu des échanges ciblés allant au-delà de la promotion commerciale, notamment sur des objectifs liés aux politiques publiques, à la réglementation, aux secteurs d'activité et

aux industries. Les résultats les plus souvent mentionnés étaient un renforcement de la crédibilité auprès des interlocuteurs, un meilleur accès aux publics pertinents et un élan favorable à des suivis après l'Expo. À titre d'exemple, la visite d'un navire de la Garde côtière canadienne a été décrite comme ayant produit deux types de résultats : un moment public très visible ayant permis de rejoindre des publics stratégiques au-delà des visiteurs du Pavillon, et un cadre pour des activités diplomatiques et des échanges avec des partenaires sur invitation autour d'un enjeu important pour les relations régionales du Canada et ses priorités en matière de défense.

Plus largement, les informateurs ont indiqué que les suivis après l'Expo 2025, la poursuite du dialogue, des rencontres additionnelles et d'éventuelles visites doivent être compris comme un type de résultat lié à des relations amorcées ou renforcées grâce aux activités menées dans le cadre de l'Expo, tout en évitant d'attribuer à l'Expo seule les développements ultérieurs.

Utilisation des espaces du Pavillon pour les activités ciblées

Les espaces de rencontre et les espaces de soutien du Pavillon ont joué un rôle important pour permettre cet éventail d'activités. Le fait de disposer de ces espaces à l'intérieur du Pavillon permettait un passage fluide entre la présence publique et les activités privées, tout en aidant à maintenir un lien entre l'image publique du Canada et ses activités officielles. Des informateurs clés ont aussi souligné que le Pavillon était perçu comme constamment actif pendant les six mois, ce qui reflétait une approche continue de mobilisation et de développement des relations.

Collaborations avec d'autres pavillons et mobilisation d'audiences communes

D'autres activités ont été organisées par le Pavillon du Canada en collaboration avec d'autres pavillons et avec les organisateurs de l'Expo. Les informateurs ont décrit le Canada comme ouvert et proactif dans la mise en place d'activités conjointes, notamment des performances, des événements thématiques et des activités organisées à l'échelle de l'Expo. Selon eux, ces collaborations ont aidé le Canada à rejoindre de nouveaux publics et ont soutenu sa réputation de participant collaboratif dans l'environnement de l'Expo.

Deux exemples ont été mis en évidence dans les entrevues. En août, en lien avec la Journée internationale des peuples autochtones, le Canada a coprésenté la Semaine des peuples autochtones Te Aratini. Les informateurs l'ont décrite comme une initiative multilatérale dirigée par des Autochtones, comprenant à la fois des activités sur invitation et des activités destinées au public, tenues dans plusieurs lieux. Les informateurs ont aussi mentionné les séances mensuelles RégénérationELLE organisées au Pavillon des femmes, qui ont assuré une visibilité continue autour de l'égalité entre les genres, du leadership et de l'inclusion. Ils

ont ajouté que l'implication de la direction avait contribué à rendre cette collaboration possible et que cela avait été reconnu dans le milieu de l'Expo.

Résumé des retombées stratégiques

Les entrevues indiquent que les activités de mobilisation ciblée liées au Pavillon du Canada ont généré à la fois des résultats concrets et des retombées susceptibles de se prolonger au-delà de l'Expo 2025. Dans un nombre limité de cas, ces résultats ont pris la forme de collaborations officielles, dont un protocole d'entente formel lié aux activités de concertation menées dans le cadre de l'Expo. Plus largement, les entrevues font ressortir un renforcement des relations, un meilleur accès à des interlocuteurs clés et la poursuite probable de liens établis ou consolidés pendant l'Expo, notamment dans des domaines où les processus décisionnels s'échelonnent sur une plus longue période. Le Pavillon est également décrit comme une plateforme ayant favorisé la continuité des échanges et créé des conditions propices à des suivis après l'Expo. Cet aspect est examiné plus en détail dans la section suivante, consacrée à l'héritage.

Par ailleurs, les entrevues montrent que l'efficacité de la participation des partenaires était étroitement liée au moment où l'information de planification leur a été transmise, ainsi qu'à la clarté de cette information, notamment en ce qui concerne l'orientation thématique, les formats d'activités, les paramètres logistiques et les ressources prévues à titre indicatif. Une confirmation plus hâtive de ces éléments facilite la planification interne et budgétaire et peut favoriser une meilleure coordination entre les participants. Le volume et la diversité des activités menées sur six mois montrent aussi l'importance d'aligner l'ampleur du programme sur la capacité du personnel et sur les structures de soutien requises pour assurer la mise en œuvre pendant toute la durée de l'Expo.

Certaines activités ciblées menées à l'extérieur du Pavillon du Canada et du site de l'Expo ont aussi été présentées comme un moyen complémentaire de rejoindre des publics au-delà des visiteurs du Pavillon, surtout dans le cadre de moments diplomatiques ou symboliques précis. Dans les limites opérationnelles et budgétaires, un nombre restreint d'activités hors site peut renforcer les activités menées sur place tout en demeurant intégré à l'approche générale du Canada pour l'Expo 2025.

PARTIE V – IMPACT ET HÉRITAGE

5.1 Perceptions internationales et réputation

Les entrevues menées auprès des informateurs clés et les résultats du sondage auprès des visiteurs indiquent que la participation du Canada à l'Expo 2025 a influencé les perceptions à deux niveaux : chez les visiteurs ayant fait l'expérience du Pavillon, et dans l'environnement de l'Expo auprès des publics professionnels, diplomatiques et institutionnels.

Le Pavillon comme expérience positive que l'on recommande

Le sondage auprès des visiteurs montre une forte propension à recommander le Pavillon : 89 % ont dit qu'ils seraient susceptibles de le recommander à des amis, à des membres de leur famille ou à des collègues, dont 63 % qui ont dit qu'ils seraient très susceptibles de le faire. Les informateurs clés ont indiqué que cette volonté de recommander constitue un bon indicateur du souvenir positif laissé par la visite et du bouche-à-oreille dans le contexte très animé de l'Expo. Cette mesure porte sur l'expérience du Pavillon plutôt que sur le Canada comme pays. Toutefois, comme le Pavillon constituait le principal point de contact entre les visiteurs et le Canada à l'Expo 2025, un fort taux de recommandation indique que la visite a contribué à créer des associations positives avec le Canada.

Évolution des perceptions des visiteurs après la visite du Pavillon

Les résultats du sondage montrent une évolution positive nette : 92 % des visiteurs ont indiqué que leur perception du Canada était devenue plus positive après leur visite du Pavillon. Des informateurs clés issus de la direction du Pavillon du Canada et des organisateurs de l'Expo ont indiqué que le Canada jouissait déjà d'une réputation généralement positive, surtout au Japon, où il est souvent perçu comme un pays accueillant et digne de confiance. Selon eux, l'expérience du Pavillon a ajouté de la profondeur et des repères plus concrets à cette image positive, en présentant le Canada comme un pays créatif, diversifié et ancré dans une approche humaine. Les résultats du sondage indiquent aussi que 81 % des visiteurs ont classé le Pavillon du Canada comme meilleur que les autres pavillons visités ou parmi les meilleurs.

La place du Canada dans l'environnement de l'Expo

« Il serait difficile de trouver d'autres pavillons qui ont une visibilité plus forte. » *Commissaire général d'un pavillon participant*

Des informateurs clés ont décrit le Canada comme ayant une visibilité relativement élevée dans l'environnement de l'Expo par rapport à de nombreux autres participants nationaux. Selon eux, la place qu'occupait le Canada reposait moins sur la taille ou l'effet spectaculaire que sur une présence constante, un récit clair et une atmosphère facile d'approche.

Plus largement, de hauts représentants canadiens ainsi que des informateurs clés provenant des partenaires de l'Expo et d'autres pavillons nationaux ont indiqué que la réputation du Canada dans l'environnement de l'Expo était façonnée par la présence soutenue de sa direction sur le site, par l'ampleur des activités menées pendant six mois et par des signes concrets de son engagement.

Les activités médiatiques et de relations publiques ont aussi constitué un volet important de la mobilisation plus large du Canada. Pendant la période de l'Expo, le Canada a maintenu une présence active en communications, notamment par des entrevues avec les médias et sa participation à des occasions de diffusion. Cela a contribué à accroître sa visibilité au-delà du Pavillon lui-même, à mieux faire connaître sa participation et à renforcer sa présence auprès des publics sur le site, au Japon et, dans certains cas, au Canada.

Reconnaissance au sein du milieu de l'Expo

Le Pavillon du Canada a reçu un prix d'or pour la meilleure intégration technologique et un prix d'argent dans la catégorie des grands pavillons de la part de World Expolympics. Il a aussi reçu un prix de bronze en conception d'exposition du BIE. Ces prix ont été annoncés tard pendant la période de l'Expo, tout près de la date de clôture du 13 octobre : les prix de World Expolympics ont été annoncés le 23 septembre et le prix du BIE, le 10 octobre. Il a été noté que ces distinctions venaient confirmer l'élan que le Canada avait déjà acquis, alors que l'expérience offerte aux visiteurs, les activités en cours, la visibilité du Pavillon et le bouche-à-oreille avaient déjà contribué à faire connaître sa participation et à susciter des attentes. Aux yeux des organisateurs de l'Expo et des représentants d'autres pavillons, ces prix constituaient des signes crédibles de qualité et d'innovation.

Le Canada : un participant collaboratif guidé par des valeurs

« Quand j'ai une question ou un défi à régler, le Canada est le premier vers qui je me tourne.
» *Commissaire général d'un pavillon participant*

Dans l'ensemble des entrevues, le Canada a été décrit comme un participant collaboratif, accessible et guidé par des valeurs. Les informateurs ont souligné la cohérence entre les priorités affichées, comme l'inclusion, l'égalité entre les sexes et la valorisation de la jeunesse, et la façon dont ces priorités se reflétaient dans le comportement de la direction, dans les événements et les activités, ainsi que dans les échanges au quotidien.

Les pairs ont aussi décrit le Canada comme un participant constamment visible et actif à l'Expo 2025. Les informateurs ont présenté le Pavillon comme un point de contact utile et comme un exemple souvent cité parmi les participants à l'Expo et les représentants d'autres pavillons.

Les informateurs clés ont également décrit le Canada comme un partenaire réactif et concret dans ses relations avec les médias, notamment en facilitant les entrevues, en demeurant souple lorsque des occasions se présentaient et en fournissant de façon proactive du contenu pouvant être utilisé par les médias.

Résumé des effets sur la réputation

Les éléments recueillis indiquent que la participation du Canada a renforcé la façon dont le pays a été perçu à l'Expo 2025. Les visiteurs ont fait état d'une amélioration mesurable de leur perception du Canada et d'un fort appui à l'expérience du Pavillon, tandis que les informateurs clés ont décrit la participation constante et proactive du Canada comme un facteur ayant renforcé sa crédibilité et sa fiabilité dans l'environnement de l'Expo. Ces effets sur la réputation aident à situer les retombées à plus long terme abordées dans la section suivante.

5.2 Retombées durables et héritage

Les entrevues menées auprès des informateurs clés et les résultats du sondage auprès des visiteurs indiquent que la participation du Canada à l'Expo 2025 a produit des retombées susceptibles de se prolonger au-delà des six mois de l'Expo. La direction du Pavillon du Canada, de hauts représentants canadiens et des partenaires ont souligné que, dans le contexte du Japon et de la région indo-pacifique, les retombées d'une participation comme celle du Canada se manifestent souvent à plus long terme. À leur avis, l'Expo 2025 a surtout créé des occasions utiles pour soutenir la poursuite de la mobilisation du Canada, au-delà de changements immédiats de comportement.

Intérêt durable envers le Canada

Les résultats du sondage auprès des visiteurs montrent qu'un fort intérêt pour le Canada s'est maintenu après la visite du Pavillon. Dans l'ensemble, 90 % des visiteurs ont indiqué s'intéresser davantage au Canada après leur expérience, y compris 90 % des 16 à 34 ans, 90 % des 35 à 54 ans et 91 % des 55 ans et plus. Cette proportion atteignait 90 % chez les visiteurs japonais et 96 % chez les visiteurs venant d'autres pays. Cet intérêt prenait le plus souvent la forme d'une curiosité envers la culture et les expériences canadiennes : 54 % ont dit avoir davantage envie de découvrir la culture canadienne, une proportion légèrement plus élevée chez les plus jeunes répondants (57 %).

L'intérêt pour visiter le Canada comme destination touristique ressortait également clairement. Dans l'ensemble, 38 % ont indiqué avoir davantage envie de visiter le Canada au cours des trois prochaines années. Les différences entre les groupes étaient nettes : 63 % des visiteurs venant de l'extérieur du Japon ont déclaré un intérêt accru pour un voyage au Canada, contre 35 % des visiteurs japonais. Ce résultat donne à penser que la visite de l'Expo 2025 peut renforcer l'intérêt pour un voyage au Canada chez des visiteurs venant déjà de loin, tout en suscitant aussi, quoique dans une moindre mesure, un intérêt touristique réel chez les visiteurs japonais. À ce sujet, des informateurs clés parmi les organisateurs de l'Expo ont souligné que les Expositions universelles demeurent particulièrement importantes au Japon,

en partie parce que les taux de voyage à l'étranger y sont relativement faibles. L'Expo peut donc représenter un moyen important pour le public japonais de découvrir directement d'autres pays dans un même lieu.

De plus faibles proportions de visiteurs ont indiqué un intérêt accru pour d'autres formes de relation avec le Canada. Dix-neuf pour cent ont mentionné un intérêt accru pour l'achat de produits canadiens. L'intérêt lié aux études était moins fréquent dans l'ensemble (6 %), mais variait fortement selon l'âge, passant de 7 % chez les 16 à 34 ans à 1 % chez les 55 ans et plus. L'intérêt pour explorer des possibilités d'affaires avec le Canada atteignait 4 % dans l'ensemble, dont 13 % chez les visiteurs venant de l'extérieur du Japon et 3 % chez les visiteurs japonais. Ces résultats montrent plusieurs pistes possibles pour la suite, avec des effets plus marqués dans les domaines de la culture et du tourisme, et des effets plus ciblés, mais stratégiquement importants, dans les domaines de l'éducation et des affaires pour certains groupes.

Retombées humaines et développement des compétences

Les informateurs clés ont aussi fait état de retombées sur le plan humain et professionnel découlant de la participation du Canada. Ils ont souligné l'expérience acquise par le personnel canadien de première ligne, les membres de l'équipe culinaire et d'autres membres de l'équipe du Pavillon dans un contexte international complexe, sur une longue période. Les informateurs ont aussi indiqué que la participation à l'Expo pouvait créer des possibilités économiques concrètes pour certains participants, en particulier les artistes ayant pris part à Canada en spectacle ! ainsi que les organisations dont les produits ou les services ont été mis en valeur, grâce à la visibilité obtenue, au réseautage et aux liens établis avec les publics et les partenaires rencontrés pendant l'Expo.

Retombées institutionnelles et renforcement des réseaux

Les informateurs clés ont aussi décrit des effets sur les institutions et les réseaux. Ils ont mentionné des liens renforcés entre les acteurs canadiens actifs dans la région et des relations élargies avec des interlocuteurs japonais et d'autres partenaires internationaux. Selon eux, ces résultats constituent une forme d'infrastructure relationnelle : des canaux de communication, un climat de confiance et une meilleure connaissance mutuelle qui peuvent appuyer une collaboration continue. Dans certains cas, l'Expo 2025 a été décrite comme ayant renforcé des relations existantes; dans d'autres, elle a créé de nouveaux points de contact. Dans ce contexte, les données du sondage montrant un intérêt soutenu du public apportent un signal complémentaire : la poursuite des échanges pourrait être appuyée non seulement par les institutions, mais aussi par la curiosité du public.

Héritage matériel et symbolique

Des informateurs clés issus de la direction du Pavillon du Canada et des partenaires ont aussi relevé des éléments d'héritage matériel et symbolique, notamment la réutilisation ou la relocalisation au Japon de matériaux provenant du Pavillon. Ces éléments concrets ont été décrits comme des rappels de la présence du Canada au-delà de la période de l'Expo, venant s'ajouter aux retombées sur les relations et la réputation. Ils constituaient aussi un exemple concret de durabilité, en prolongeant la valeur du Pavillon au-delà de l'événement lui-même.

L'approche du Canada comme point de référence pour l'avenir

Dans l'ensemble des entrevues, les informateurs ont laissé entendre que l'approche adoptée par le Canada à l'Expo 2025 pourrait servir de point de référence utile pour de futures initiatives internationales. La combinaison d'une expérience publique immersive, d'une offre régulière d'activités, d'activités stratégiques et d'une approche axée sur les personnes a été décrite comme un modèle conciliant visibilité et contenu de fond.

Observation finale sur les retombées durables

Dans l'ensemble, les éléments recueillis indiquent que les résultats obtenus par le Canada à l'Expo 2025 doivent surtout être compris comme des retombées durables, plutôt que comme des changements immédiats et facilement observables. Ces résultats ne découlent pas uniquement du contexte de l'Expo. Les entrevues montrent qu'ils tiennent aussi à la façon dont le Canada a utilisé cette plateforme, grâce à une visibilité soutenue, à des activités publiques répétées et à des démarches stratégiques ciblées. Ensemble, ces éléments ont contribué à renforcer la notoriété du Canada, ses relations et ses capacités, avec des effets appelés à se développer dans le temps.

PARTIE VI – EPILOGUE

6.1 D'une occasion stratégique à une présence durable au-delà de l'Expo 2025

L'Expo 2025 d'Osaka a donné au Canada une occasion importante de renforcer sa présence au Japon et dans l'ensemble de la région indo-pacifique. La valeur de cette occasion ne tenait pas seulement à la participation à un grand événement international. Elle tenait aussi à la possibilité d'entrer en contact avec le public, d'appuyer des activités officielles, de travailler avec des partenaires et de présenter, pendant six mois, une image claire du Canada. La présente évaluation montre que le Canada a su tirer parti de cette occasion de façon réfléchie et efficace.

La participation du Canada a été la plus solide là où ses objectifs, la conception du Pavillon et sa mise en œuvre quotidienne étaient étroitement alignés. Le Pavillon offrait une expérience publique immersive et accueillante, tout en soutenant à la fois des événements culturels et des activités officielles. Cela a contribué à créer une présence canadienne claire et cohérente. Les messages liés à l'ouverture, à la collaboration, à l'inclusion, à la régénération et à un engagement tourné vers l'avenir n'étaient pas seulement présentés dans l'exposition elle-même. Ils se reflétaient aussi dans le fonctionnement du Pavillon et dans la façon dont le Canada a interagi avec les visiteurs, les partenaires et les autres participants tout au long de l'Expo. Il s'agissait là d'une force importante de la participation du Canada.

Le Pavillon était plus qu'un lieu où les visiteurs pouvaient découvrir le Canada. Il servait aussi d'espace concret pour des réunions, des échanges et le développement de relations. Ainsi, le Canada a utilisé le site de l'Expo non seulement pour se présenter, mais aussi pour soutenir un large éventail d'activités diplomatiques, culturelles, gouvernementales, universitaires et économiques. L'évaluation donne à penser que cette approche à plusieurs volets a créé de la valeur pour les partenaires et les délégations participantes, en leur offrant de la visibilité, un meilleur accès et un cadre canadien crédible pour leurs échanges.

Les résultats de la participation du Canada doivent donc être compris sous plus d'un angle. Le Pavillon a offert une expérience solide aux visiteurs et a contribué à accroître l'intérêt envers le Canada au-delà de la visite elle-même. Pour de nombreux visiteurs, cet intérêt ouvrait sur des suites possibles, notamment en lien avec la culture canadienne, les voyages, les études, les produits et les affaires. En parallèle, le Pavillon a soutenu des activités stratégiques et contribué à bâtir des relations susceptibles de se poursuivre au-delà de la période de l'Expo.

Les retombées de la participation du Canada s'étendent aussi aux personnes et aux organisations qui ont contribué à sa réalisation. Pour le personnel canadien d'accueil et les membres de l'équipe culinaire, le Pavillon a créé des occasions de développer des compétences, d'acquérir de l'expérience et de contribuer directement à la façon dont le Canada a été présenté sur la scène internationale. Pour les artistes canadiens et les partenaires, il a offert des occasions de visibilité, de collaboration et de rayonnement professionnel dans le cadre d'un grand événement mondial. Ces effets constituent une part importante des retombées durables du Pavillon, car ils montrent que les bénéfices de la participation ne se limitaient pas à l'expérience des visiteurs.

Les résultats donnent à penser que le Canada a fait un usage efficace de sa participation à l'Expo 2025. Il a présenté une image claire et positive du pays, créé des occasions d'échange significatives et laissé des bases plus solides pour la poursuite des relations et de futures activités. Dans cette perspective, ce que le Canada laisse derrière lui à l'Expo 2025 ne se

limite pas à ce qui a été présenté pendant l'événement, mais comprend aussi l'intérêt suscité, les liens créés, l'expérience acquise et l'élan qui se sont prolongés au-delà de l'Expo.

ANNEXE

Aperçu méthodologique

La présente évaluation reposait sur une approche mixte combinant : (1) un sondage intercept quantitatif non probabiliste mené sur place auprès des visiteurs du Pavillon du Canada, (2) des entrevues qualitatives auprès d'informateurs clés, réalisées en personne pendant le travail sur le terrain et à distance après la période de l'Expo, (3) une observation structurée sur place lors de deux visites de terrain, et (4) des données secondaires, administratives et de suivi produites et communiquées par l'organisation de l'Expo. La combinaison de ces méthodes a permis de croiser les constats liés à l'expérience des visiteurs (résultats auprès du public) et ceux liés aux activités stratégiques (résultats opérationnels et relationnels).

Volet quantitatif : sondage sur le site auprès des visiteurs sur place (CAWI)

Devis et mode de collecte (CAWI sur place à l'aide de tablettes)

Le volet quantitatif consistait en un sondage intercept non probabiliste administré sur place au moyen d'une approche d'interview sur le Web assistée par ordinateur (CAWI). Le questionnaire a été programmé sous forme de sondage en ligne et administré sur tablette sur le site du Pavillon. Le format CAWI a permis d'appliquer de façon uniforme la structure du questionnaire à l'ensemble des répondants, y compris l'aiguillage automatisé et la logique de passage entre les questions.

Recrutement et procédures d'administration

Les intervieweurs abordaient les visiteurs sur place immédiatement après leur expérience au Pavillon du Canada et lançaient le questionnaire sur la tablette. Lorsque cela était approprié, les intervieweurs pouvaient administrer le sondage directement, c'est-à-dire guider le répondant à travers les questions. Dans le cas des visiteurs ne parlant pas japonais, les intervieweurs avaient pour consigne de remettre la tablette au participant afin qu'il puisse remplir lui-même le questionnaire dans la langue choisie (anglais, français, coréen, mandarin ou cantonais).

Comme le questionnaire avait été programmé et administré sous forme de sondage CAWI, les filtres, les instructions de passage et la structure des questions s'appliquaient automatiquement dans tous les cas, y compris lorsque le répondant remplissait lui-même le questionnaire sans l'aide de l'intervieweur. Cela a permis de réduire le risque d'erreur dans l'administration et de faire.

Périodes de collecte et taille d'échantillon obtenue

La collecte de données s'est déroulée en deux vagues :

Vague 1 : du 15 au 22 juin 2025 (n = 508)

Vague 2 : du 16 au 23 septembre 2025 (n = 505)

Total : n = 1 013

Une firme de recherche et de marketing établie à Tokyo (McLaren Group) a effectué la collecte de données sur le terrain en fournissant des intervieweurs japonophones pour l'administration du sondage sur place.

Traitement des données et contrôle de la qualité

L'assurance de la qualité a été appuyée par la programmation du questionnaire CAWI et par le suivi des données reçues. Les contrôles habituels comprenaient:

- une validation de la programmation et des instructions pour réduire les erreurs d'administration;
- le suivi de la collecte et de la cohérence interne des données;
- le retrait des cas inutilisables conformément aux pratiques courantes de nettoyage des données (par exemple, les questionnaires incomplets ne permettant pas l'analyse).

Pondération, représentativité et interprétation

Le sondage par interception reposait sur une approche de recrutement non probabiliste et les résultats n'ont pas été pondérés. Ils ne sont donc pas statistiquement représentatifs de l'ensemble des visiteurs du Pavillon du Canada pendant toute la durée de l'Expo. Les résultats quantitatifs sont présentés de façon descriptive et doivent être interprétés comme un portrait indicatif des points de vue des répondants interrogés pendant les périodes de collecte.

Nombre de questionnaires remplis selon la date de collecte

La répartition des questionnaires remplis par date est présentée dans le tableau ci-dessous.

Vague	Date de collecte	Questionnaires remplis (n)
Vague 1	2025-06-15	51
Vague 1	2025-06-16	88
Vague 1	2025-06-17	68
Vague 1	2025-06-19	72
Vague 1	2025-06-20	34
Vague 1	2025-06-21	103
Vague 1	2025-06-22	92
Vague 2	2025-09-16	97
Vague 2	2025-09-17	82
Vague 2	2025-09-19	87
Vague 2	2025-09-20	84
Vague 2	2025-09-21	48
Vague 2	2025-09-22	37

Vague 2	2025-09-23	70
	Total	1 013

Limites de l'approche

Les données ont été recueillies à partir d'un échantillon volontaire non probabiliste, et non au moyen d'un échantillonnage systématique. Par conséquent, il n'est pas possible de calculer des marges d'erreur d'échantillonnage, des intervalles de confiance, des taux de réponse ou d'autres mesures de précision statistique. De plus, comme les dates de collecte ont été déterminées par l'équipe du Pavillon du Canada, les résultats ne doivent pas être interprétés comme représentatifs de l'ensemble des visiteurs du Pavillon du Canada.

Compte tenu de l'approche d'échantillonnage retenue, les résultats ne peuvent pas être projetés statistiquement à l'ensemble de la population visée et ne permettent pas de tirer des inférences statistiques formelles au sujet des visiteurs au-delà des personnes interrogées. Les pourcentages présentés s'appliquent uniquement au groupe de répondants. Les données n'ont pas été pondérées de manière à refléter la composition démographique de l'ensemble des visiteurs du Pavillon du Canada, puisque le profil démographique de l'ensemble de cette population n'est pas disponible.

Taux de participation

Étant donné la nature de la méthode de collecte et de l'échantillon, il n'a pas été possible de calculer un taux de participation ou un taux de réponse pour ce projet.

Biais de sélection et composition de l'échantillon

L'échantillon obtenu reflète la composition des visiteurs présents au Pavillon pendant les périodes de collecte et ayant accepté de participer. Comparativement au profil global des visiteurs de l'Expo présenté par les organisateurs de l'Expo, qui était principalement composé de visiteurs du pays selon les données Expo ID, l'échantillon du sondage comprend une plus forte proportion de visiteurs venant de l'extérieur du Japon. Cette différence de composition introduit un biais de sélection possible pour les indicateurs dont les résultats varient selon l'origine des visiteurs.

Dans la présente étude, certaines mesures montrent des différences entre les visiteurs japonais et les visiteurs venant de l'extérieur du Japon. Par conséquent, si l'échantillon obtenu comprend une plus grande proportion de visiteurs internationaux que l'ensemble des visiteurs de l'Expo, les estimations globales pourraient ne pas refléter pleinement ce qui serait observé avec une répartition plus proche de celle de l'ensemble de la fréquentation de l'Expo. Les résultats doivent donc être interprétés en tenant compte de cette limite.

Volet qualitatif : entrevues auprès d'informateurs clés

Devis et approche

Des entrevues semi-structurées ont été menées auprès d'informateurs clés afin de recueillir des points de vue opérationnels, stratégiques et contextuels sur la participation du Canada. Ces entrevues visaient à faire ressortir des informations descriptives et explicatives, notamment sur les choix de mise en œuvre, les pratiques de coordination, les forces perçues, les contraintes et les résultats observés.

Moment et mode de réalisation

Les entrevues ont été réalisées entre le 15 juin 2025 et le 19 janvier 2026, soit :

- des entrevues en personne lors des visites de terrain sur place en juin 2025 et en septembre 2025;
- des entrevues de suivi à distance après les périodes sur place afin d'assurer une bonne couverture des différentes catégories d'informateurs.

Catégories d'informateurs clés

Tous les résultats qualitatifs sont présentés à l'aide des catégories d'informateurs clés ci-dessous. Aucun nom de personne ou d'organisation n'est mentionné dans le rapport, et les résultats qualitatifs sont présentés sous forme de tendances, selon les points de convergence et les éléments saillants propres à chaque catégorie.

Catégorie d'informateurs clés	Rôles inclus (à titre indicatif, sans s'y limiter)
Direction du Pavillon du Canada	Hauts représentants du Pavillon et employés d'Affaires mondiales Canada (commissaire générale, commissaire générale adjointe, conseiller principal)
Hauts représentants canadiens	Diplomates et représentants canadiens (hauts-commissaires, consuls généraux)
Organisateurs de l'Expo	Représentants d'organisations ayant participé à la planification et à la mise en œuvre de l'Expo 2025 (Association japonaise pour l'Exposition universelle de 2025, Bureau international des Expositions BIE)
Délégations provinciales	Représentants de gouvernements provinciaux canadiens
Autres ministères et organismes gouvernementaux	Ministères, organismes et organisations du gouvernement fédéral
Autres partenaires	Partenaires provenant d'autres secteurs ayant contribué à la programmation ou aux activités de mobilisation (culture, innovation, milieu universitaire, économie)
Autres pavillons nationaux	Représentants d'autres pays présents à l'Expo 2025 (commissaires généraux)

Approche d'analyse et de présentation des résultats qualitatifs

Les notes d’entrevue et/ou les transcriptions ont été synthétisées à l’aide d’une approche fondée sur le contenu et sur les thèmes, en lien avec le cadre d’évaluation.

Les résultats qualitatifs ne sont pas généralisables sur le plan statistique. Lorsque des éléments narratifs ou des réponses ouvertes sont présentés, ils le sont sous l’angle des points saillants et des convergences observées entre les catégories d’informateurs, plutôt que comme une liste hiérarchisée de points de vue.

Observation directe

L’observation a été réalisée lors de deux périodes sur place, en juin 2025 et en septembre 2025. Elle a servi à situer et à interpréter à la fois les réponses au sondage et les données issues des entrevues qualitatives, ainsi qu’à documenter les réalités opérationnelles et les conditions vécues par les visiteurs pendant les périodes de terrain.

Une observation structurée a été menée lors de ces deux périodes sur place. Elle a servi à mettre en contexte et à interpréter les réponses au sondage ainsi que les résultats des entrevues qualitatives, et à documenter les réalités opérationnelles pendant les périodes de collecte.

En plus d’observer le Pavillon du Canada, le chercheur principal a mené des observations comparatives dans plusieurs autres pavillons et plus largement sur le site de l’Expo. Cela a fourni une base utile pour interpréter le fonctionnement du Pavillon du Canada et les éléments de l’expérience visiteur par rapport aux conditions générales observées à l’Expo.

L’observation portait sur :

- la circulation des visiteurs, la dynamique des foules et les déplacements sur l’ensemble du site;
- la gestion des files, les conditions d’attente et la capacité d’accueil (au Pavillon du Canada et dans d’autres pavillons);
- la prestation de services et les pratiques opérationnelles observées dans les pavillons (par exemple, les modes d’interaction du personnel, les processus d’accès et d’entrée);
- les éléments d’interprétation et d’expérience pendant les visites des pavillons, y compris la façon dont les visiteurs progressaient dans les espaces et le contenu;
- les éléments de confort observés sur place;
- l’interaction entre les activités destinées au public et les activités stratégiques prévues au Pavillon du Canada.

L’observation a été utilisée comme élément de contexte pour appuyer l’interprétation. Elle ne visait pas à produire des estimations quantitatives.

Données secondaires : indicateurs administratifs et de suivi de l'organisation de l'Expo

Source

Les données secondaires provenaient d'une publication de l'organisation de l'Expo intitulée Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan in Data, produite et diffusée par cette organisation. Ces données reflètent les résultats administratifs, opérationnels, de suivi et de recherche de l'organisation de l'Expo. Dans la présente évaluation, ces indicateurs sont utilisés comme points de repère contextuels et ne sont pas traités comme des mesures propres au Pavillon du Canada.

Types de données incluses dans la publication in Data

La publication regroupe plusieurs types d'indicateurs, notamment :

- des mesures de fréquentation et de participation (par exemple, les volumes totaux de fréquentation et des décomptes opérationnels liés à l'accès au site et aux accréditations);
- des indicateurs d'engagement numérique (par exemple, les accès à l'Expo virtuelle et les indicateurs liés aux médias sociaux, comme le volume de publications associées à certains mots-clics);
- les résultats de questionnaires menés à l'échelle de l'Expo, y compris des mesures de satisfaction.

Utilisation des données secondaires dans la présente évaluation

Ces indicateurs de l'organisation de l'Expo sont utilisés pour :

- fournir un contexte opérationnel permettant d'interpréter les conditions observées sur place pendant le travail de terrain (par exemple, l'intensité de la fréquentation et la dynamique du site);
- situer, lorsque cela est pertinent, les résultats du Pavillon du Canada dans des tendances plus larges observées à l'échelle de l'Expo;
- appuyer des énoncés contextuels neutres (par exemple, sur la satisfaction générale à l'Expo ou sur les conditions d'accès), sans laisser entendre qu'ils sont attribuables au Canada.

Les définitions, les méthodes de collecte, les plans d'échantillonnage et les approches d'estimation de ces indicateurs ont été établis par l'organisation de l'Expo. Lorsque des pourcentages tirés de ces sources secondaires sont mentionnés, ils sont présentés tels qu'ils ont été communiqués par l'organisation de l'Expo.

Data Collection Tools

Survey Questionnaire

Hello, my name is _____ from the McLaren Group, a Tokyo-based Market Research firm. We invite you to take a short survey about your experience at the Canada Pavilion. This study, commissioned by the Government of Canada, will help us better understand visitors' opinions and perceptions.

Your participation is voluntary, and all responses are confidential and anonymous. The survey takes about 5 to 6 minutes. Thank you for your time!

READ THE FOLLOWING ONLY IF NEEDED

This study is about your experience visiting the Canada Pavilion and your impressions of Canada. Anyone can complete this survey. You don't have to be an expert or know Canada well to answer the questions. We are interested in your opinion about your experience visiting the Canada Pavillon.

May I continue?

Row:

[r1] Yes

[r2] No/Refusal

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2]

Did you go inside the Canada Pavilion?

Row:

[r1] Yes, I explored the interior experience

[r2] No, I only stayed outside

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2] What country are you from?

Row:

[r1] Japan

[r2] Canada

[r3] China

[r4] South Korea

[r5] United States

[r6] Taiwan

[r96] Another country (please specify) :

[AGE]

What is your age group?**Row:**

- [r1] Under 16
- [r8] 16-17
- [r2] 18-24
- [r3] 25-34
- [r4] 35-44
- [r5] 45-54
- [r6] 55-64
- [r7] 65+

Terminate: Term AGECondition: **(AGE.r1)****[Q4A]****Before visiting the Canada Pavilion, how familiar were you with Canada?**Condition: **not(Q2.r2)****Row:**

- [r1] Very familiar
- [r2] Somewhat familiar
- [r3] Neutral
- [r4] Not very familiar
- [r5] Not familiar at all
- [r99] I prefer not to answer

[Q4B]**Do you have any prior experience or connection with Canada? If so, what?**Condition: **(Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)**

Select all that apply

Row:

- [r1] I have visited Canada before
- [r2] I have studied/worked in Canada
- [r3] I have family or friends in Canada
- [r4] I have enjoyed Canadian entertainment, arts, cuisine (e.g. artists, movies, series, books, food, etc.)
- [r96] Other (please specify)
- [r97] I have NO previous connection or experience with Canada

[Q5]**What was your main reason for visiting the Canada Pavilion?**

Select all that apply

Row:

- [r1] I was just exploring and decided to visit
- [r2] I heard it is great Pavilion to visit
- [r3] To learn more about Canada

- [r4] To watch a cultural live performance or presentation
- [r5] To explore opportunities in Canada (education, investments, business)
- [r6] To attend a business or networking event
- [r7] To try Canadian food
- [r8] I am part of a guided / organized group
- [r96] Other (please specify)
- [r97] I don't know

[Q6]

Did you plan your visit to the Canada Pavilion in advance, or was it a spontaneous decision?

Row:

- [r1] I planned my visit in advance
- [r2] I decided to visit spontaneously

[Q8]

How did you first hear about the Canada Pavilion?

Condition: **Q6.r1**

Row:

- [r1] On social media
- [r2] On the Expo 2025 website or app
- [r3] Through recommendation (word of mouth)
- [r4] By seeing it while walking around and decided to visit
- [r5] On the news
- [r6] Through an official Expo tour or guide
- [r96] Other (please specify):

[Q9]

What did you like most about the Canada Pavilion? Was there something very memorable or something that particularly delighted you?

Row:

- [r1] The main exhibit with the illuminated monoliths and augmented reality
- [r2] The Canada from space room – the satellite view of Canada
- [r3] The farewell gallery with large-scale images of Canada landscape
- [r4] The live events and or performances / special program and screen presentation on the central plaza
- [r5] The exterior design of the Canada Pavilion
- [r6] The Canadian food & beverage offering
- [r7] Meeting Canadians (hosting staff, mascot, artists)
- [r8] The photo opportunity with the Canada sign
- [r96] Other (please specify)
- [r97] None of the above
- [r98] I don't know

[Q10]

Would you like to add any additional comments about what you liked most about the Canada Pavilion?

Condition: **not(Q9.r97 or Q9.r98)**

Row:

[r96] Please specify

[Q12]

How satisfied are you with...

Column:

[c1] Very satisfied

[c2] Somewhat satisfied

[c3] Somewhat unsatisfied

[c4] Very unsatisfied

[c97] Not applicable / I did not participate

[c99] I prefer not to answer

Row:

[r1] ...the Canada Pavilion – the exterior design of the Pavilion?

[r2] ...the Canada Pavilion - the interior interactive experience?

[r3] ...the live events / special program and screen presentation on the central plaza

[r4] ...the food and beverage offering

[r5] ...the hosting staff

[r6] ...the use of iPads for the interactive discovery

[Q13]

Thinking about your overall visit to the Canada Pavilion, how satisfied or unsatisfied/dissatisfied were you with your experience?

Row:

[r1] Very satisfied

[r2] Somewhat satisfied

[r3] Somewhat unsatisfied

[r4] Very unsatisfied

[r99] I prefer not to answer

[Q16]

How does the experience at the Canada Pavilion compare to other pavilions you have visited at Expo 2025?

Row:

[r1] Much better

[r2] Slightly better

[r3] About the same as other pavilions

[r4] Slightly worse

[r5] Much worse

[r6] I haven't visited any other pavilions

[r99] I prefer not to answer

[Q17]**How has your perception of Canada changed after visiting the Pavilion?**

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

Row:

- [r1] Much more positive
- [r2] Slightly more positive
- [r3] No change
- [r4] Slightly more negative
- [r5] Much more negative
- [r99] I prefer not to answer

[Q18]**Based on your visit today, are you more interested now in Canada, and in what way?**

Condition: not(Q2.r2)

Select all that apply

Row:

- [r1] Visit Canada as a tourist in the next three years
- [r2] Study in Canada
- [r3] Explore business opportunities with Canada
- [r4] Invest in Canadian markets
- [r5] Move to Canada to live there
- [r6] Explore Canadian culture
- [r7] Purchase products from Canada
- [r8] Not likely to engage further

[Q20]**Would you recommend the Canada Pavilion to others (friends, family, colleagues)?****Row:**

- [r1] Very likely
- [r2] Somewhat likely
- [r6] Neither likely nor unlikely
- [r3] Somewhat unlikely
- [r4] Very unlikely
- [r99] I prefer not to answer

[Q21]**Thinking about your experience today, was there anything that could have improved your experience at the Canada Pavilion? Was there anything missing that you would have liked to see?****Row:**

- [r96] Please specify:

[GENDER]

What is your gender identity?**Row:**

[r1] Male

[r2] Female

[r3] Other

[r99] I prefer not to answer

[COMPOSITION]**Who are you visiting the Expo with today?****Row:**

[r1] Alone

[r2] As a couple (with my partner only)

[r3] With my family

[r4] With friends

[r5] School group visit

[r6] With an organized group

[r7] With colleagues

[r96] Other

[r99] I prefer not to answer

Français

Bonjour, je m'appelle _____ du McLaren Group, une firme de recherche marketing basée à Tokyo. Nous vous invitons à répondre à un court sondage sur votre expérience au Pavillon du Canada. Cette étude, commandée par le gouvernement du Canada, nous aidera à mieux comprendre les opinions et perceptions des visiteurs.

Votre participation est volontaire, et toutes les réponses sont confidentielles et anonymes. Le sondage prend environ 5 à 6 minutes. Merci de votre temps !

LIRE AU BESOIN SEULEMENT

[S1] Cette étude porte sur votre expérience au Pavillon du Canada ainsi que sur vos impressions à propos du Canada. Tout le monde peut répondre à ce sondage. Il n'est pas nécessaire d'être un expert ou de bien connaître le Canada pour répondre aux questions. Nous nous intéressons simplement à votre opinion concernant votre visite au Pavillon du Canada.

Puis-je continuer ?**Rangée:**

[r1] Oui

[r2] Non/Refus

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2] Avez-vous visité l'intérieur du Pavillon du Canada ?**Rangée:**

[r1] Oui, j'ai fait l'expérience intérieure

[r2] Non, je suis seulement resté à l'extérieur

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2] De quel pays êtes-vous ?**Rangée:**

[r1] Japon

[r2] Canada

[r3] Chine

[r4] Corée du Sud

[r5] États-Unis

[r6] Taiwan

[r96] Un autre pays (veuillez spécifier) :

[AGE] Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

Rangée:

- [r1] Moins de 16 ans
- [r8] 16-17
- [r2] 18-24
- [r3] 25-34
- [r4] 35-44
- [r5] 45-54
- [r6] 55-64
- [r7] 65+

Terminate: Term AGECondition: **(AGE.r1)****[Q4A] Avant de visiter le Pavillon du Canada, à quel point étiez-vous familier(ère) avec le Canada ?**Condition: **not(Q2.r2)****Rangée:**

- [r1] Très familier(ère)
- [r2] Assez familier(ère)
- [r3] Neutre
- [r4] Peu familier(ère)
- [r5] Pas du tout familier(ère)
- [r99] Je préfère ne pas répondre

[Q4B] Avez-vous déjà eu une expérience ou un lien quelconque avec le Canada ? Si oui, lequel ou lesquels ?Condition: **(Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)**

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Rangée:

- [r1] J'ai déjà visité le Canada
- [r2] J'ai étudié ou travaillé au Canada
- [r3] J'ai de la famille ou des amis au Canada
- [r4] J'apprécie des contenus culturels ou culinaires canadiens (p. ex. artistes, films, séries, livres, cuisine, etc.)
- [r96] Autre (veuillez préciser) :
- [r97] Je n'ai aucun lien ni expérience préalable avec le Canada

[Q5] Quelle(s) était(ent) votre ou vos principale(s) raison(s) de visiter le Pavillon du Canada ?

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Rangée:

- [r1] Je me promenais simplement et j'ai décidé de visiter
- [r2] J'ai entendu dire que c'est un excellent pavillon à visiter
- [r3] Pour en apprendre davantage sur le Canada

- [r4] Pour assister à une performance culturelle ou une présentation
- [r5] Pour explorer des opportunités au Canada (études, investissements, affaires)
- [r6] Pour participer à un événement d'affaires ou de réseautage
- [r7] Pour goûter à la cuisine canadienne
- [r8] Je fais partie d'un groupe guidé ou organisé
- [r96] Autre (veuillez préciser) :
- [r97] Je ne sais pas

[Q6] Aviez-vous planifié votre visite au Pavillon du Canada à l'avance, ou s'agissait-il d'une décision spontanée ?

Rangée:

- [r1] J'avais planifié ma visite à l'avance
- [r2] J'ai décidé de visiter spontanément

[Q8] Comment avez-vous entendu parler du Pavillon du Canada pour la première fois ?

Condition: **Q6.r1**

Rangée:

- [r1] Sur les médias sociaux
- [r2] Sur le site web ou l'application de l'Expo 2025
- [r3] Par recommandation (bouche à oreille)
- [r4] En le voyant en me promenant, j'ai décidé de le visiter
- [r5] Dans les médias / aux nouvelles
- [r6] Par le biais d'un tour ou d'un guide officiel de l'Expo
- [r96] Autre (veuillez spécifier)

[Q9] Qu'avez-vous le plus aimé du Pavillon du Canada ? Y a-t-il eu quelque chose de très mémorable ou qui vous a particulièrement plu ?

Rangée:

- [r1] L'exposition principale avec les monolithes illuminés et la réalité augmentée
- [r2] La salle « Le Canada vu de l'espace » – la vue satellite du Canada
- [r3] La galerie de clôture avec les images grand format des paysages canadiens
- [r4] Les événements et spectacles en direct / la programmation spéciale et les projections sur la place centrale
- [r5] Le design extérieur du Pavillon du Canada
- [r6] L'offre de nourriture et de boissons canadiennes
- [r7] Rencontrer des Canadiens (personnel d'accueil, mascotte, artistes)
- [r8] L'occasion de prendre une photo avec l'enseigne « Canada »
- [r96] Autre (veuillez préciser) :
- [r97] Aucun de ces éléments
- [r98] Je ne sais pas

[Q10] Souhaitez-vous ajouter d'autres commentaires sur ce que vous avez le plus aimé du Pavillon du Canada ?

Condition: **not(Q9.r97 or Q9.r98)**

Rangée:

[r96] Veuillez préciser

[Q12] Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de...**Colonne:**

[c1] Très satisfait(e)

[c2] Plutôt satisfait(e)

[c3] Plutôt insatisfait(e)

[c4] Très insatisfait(e)

[c97] Ne s'applique pas / Je n'ai pas participé

[c99] Je préfère ne pas répondre

Rangée:

[r1] ...l'apparence extérieure du Pavillon du Canada ?

[r2] ...l'expérience interactive à l'intérieur du Pavillon du Canada ?

[r3] ...les événements en direct / la programmation spéciale et les projections sur la place centrale ?

[r4] ...l'offre de nourriture et de boissons ?

[r5] ...le personnel d'accueil ?

[r6] ...l'utilisation de l'iPad pour l'exploration interactive ?

[Q13] En pensant à l'ensemble de votre visite au Pavillon du Canada, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) de votre expérience ?**Rangée:**

[r1] Très satisfait(e)

[r2] Plutôt satisfait(e)

[r3] Plutôt insatisfait(e)

[r4] Très insatisfait(e)

[r99] Je préfère ne pas répondre

[Q16] Comment l'expérience vécue au Pavillon du Canada se compare-t-elle à celle des autres pavillons que vous avez visités à l'Expo 2025 ?**Rangée:**

[r1] Beaucoup mieux

[r2] Un peu mieux

[r3] À peu près la même chose que les autres pavillons

[r4] Un peu moins bien

[r5] Beaucoup moins bien

[r6] Je n'ai visité aucun autre pavillon

[r99] Je préfère ne pas répondre

[Q17] Comment votre perception du Canada a-t-elle évolué après votre visite au Pavillon ?

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

Rangée:

- [r1] Elle est devenue beaucoup plus positive
- [r2] Elle est devenue un peu plus positive
- [r3] Elle n'a pas changé
- [r4] Elle est devenue un peu plus négative
- [r5] Elle est devenue beaucoup plus négative
- [r99] Je préfère ne pas répondre

[Q18] En vous basant sur votre visite aujourd'hui, êtes-vous maintenant plus intéressé par le Canada, et de quelle manière ?

Condition: **not(Q2.r2)**

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

Rangée:

- [r1] Visiter le Canada comme touriste au cours des trois prochaines années
- [r2] Étudier au Canada
- [r3] Explorer des occasions d'affaires avec le Canada
- [r4] Investir dans les marchés canadiens
- [r5] Déménager au Canada pour y vivre
- [r6] Découvrir davantage la culture canadienne
- [r7] Acheter des produits provenant du Canada
- [r8] Il est peu probable que j'aie d'autres interactions avec le Canada

[Q20] Recommanderiez-vous le Pavillon du Canada à d'autres personnes (amis, famille, collègues) ?

Rangée:

- [r1] Très probable
- [r2] Assez probable
- [r6] Ni probable ni improbable
- [r3] Assez improbable
- [r4] Très improbable
- [r99] Je préfère ne pas répondre

[Q21] En repensant à votre expérience d'aujourd'hui, y a-t-il quelque chose qui aurait pu améliorer votre visite au Pavillon du Canada ? Y avait-il quelque chose qui manquait et que vous auriez aimé voir ?

Rangée:

- [r96] Veuillez préciser:

[GENDER] Quelle est votre identité de genre ?

Rangée:

- [r1] Homme
- [r2] Femme
- [r3] Autre (veuillez spécifier)
- [r99] Je préfère ne pas répondre

[COMPOSITION] Avec qui visitez-vous l'Expo aujourd'hui ?**Rangée:**

- [r1] Seul(e)
- [r2] En couple (avec mon/ma partenaire uniquement)
- [r3] En famille
- [r4] Avec des amis
- [r5] Avec un groupe scolaire
- [r6] Avec un groupe organisé
- [r7] Avec des collègues
- [r96] Autre (veuillez spécifier)
- [r99] Je préfère ne pas répondre

Japanese

こんにちは、東京の市場調査会社、マクラーレン・グループの _____ と申します。本日は、カナダパビリオンへのご来場経験について、簡単なアンケートを実施しておりますので、ご協力くださいますようお願い申し上げます。このアンケートはカナダ政府の依頼により実施されており、ご来場者の皆様のご意見やご印象について理解を深めることを目的にしています。

皆様のご参加は任意ですが、ご回答はすべて秘匿され、匿名で扱われます。アンケートの所要時間は5～6分ほどです。ご協力をお願い申し上げます！

必要に応じて以下を読み上げる

[S1]

このアンケートでは、カナダパビリオンへのご来場経験と、カナダの印象についてお尋ねします。あらゆる方々にアンケートへのご協力をお願いしています。カナダに精通していなくても構いません。カナダパビリオンへのご来場経験に関する皆さまのご意見をお聞かせいただきたいと存じます。ご協力いただけますか。

列:

[r1] はい

[r2] いいえ／回答を控えたい

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2]

カナダパビリオンの内部に入場されましたか。

列:

[r1] はい、内部を見学した

[r2] いいえ、外側だけを見た

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2]

どの国からいらっしゃいましたか。

列:

[r1] 日本

[r2] カナダ

[r3] 中国

[r4] 韓国

[r5] 米国

[r6] 台湾

[r96] 他の国（具体的にお答えください）：

[AGE]

年齢層をお選びください。

列:

[r1] 16歳未満

[r8] 16～17歳

[r2] 18～24歳

[r3] 25～34歳

[r4] 35～44歳

[r5] 45～54歳

[r6] 55～64歳

[r7] 65歳以上

Terminate: Term AGE

Condition: (AGE.r1)

[Q4A]

カナダパビリオンを訪れる前は、カナダについてどの程度よくご存知でしたか。

Condition: not(Q2.r2)

列:

[r1] とてもよく知っていた

[r2] いくらか知っていた

[r3] どちらとも言えない

[r4] あまりよく知らなかった

[r5] まったく知らなかった

[r99] 回答を控えたい

[Q4B]

カナダについて何らかのご経験をお持ちですか。またはカナダと何らかのつながりをお持ちですか。ある場合は、どのようなものですか。

Condition: (Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)

あてはまるものをすべて選択してください

列:

[r1] カナダに行ったことがある

[r2] カナダに留学したことがある／カナダで働いたことがある

[r3] 家族または友達がカナダにいる

[r4] カナダのエンターテインメント、アート、料理（アーティスト、映画、シリーズ、本、食べ物など）が好きだ

[r96] その他（具体的にお答えください）

[r97] カナダとのつながりや経験はない

[Q5]

カナダパビリオンを訪れたのは、主にどのような理由のためでしたか。

あてはまるものをすべて選択してください

列:

[r1] 単に歩いていて、見学してみようと思った

[r2] パビリオンを見る価値が高いと聞いた

[r3] カナダについてもっとよく知るため

[r4] 文化的なライブパフォーマンスやプレゼンテーションを見るため

[r5] カナダでの機会（留学、投資、ビジネス）について探るため

[r6] ビジネスイベントやネットワーキングイベントに参加するため

[r7] カナダの食べ物を試すため

[r8] ガイドツアー／グループツアーの一環で見学した

[r96] その他（具体的にお答えください）

[r97] わからない

[Q6]

カナダパビリオンを見学することはあらかじめ予定していましたか、それともその場で決断しましたか。

列:

[r1] あらかじめ予定していた

[r2] その場で決めた

[Q8]

カナダパビリオンについて、最初にどちらで耳にしましたか。

Condition: Q6.r1

列:

[r1] ソーシャルメディアで

[r2] Expo 2025のサイトまたはアプリで

[r3] 人から勧められた（口コミ）

[r4] 歩いていて見かけたので、見学してみようと思った

[r5] ニュースで

[r6] Expoの公式ツアーやガイドから聞いた

[r96] その他（具体的にお答えください）

[Q9]

カナダパビリオンで最もよかったことは何ですか。特に印象に残ったことや素晴らしいことありましたか？

列:

[r1] イルミネーションをあてたモノリスと拡張現実を使用したメイン展示

[r2] 宇宙から見たカナダーカナダの衛星画像

- [r3] 最後のギャラリーのカナダの大景観
- [r4] ライブイベントやパフォーマンス／特別プログラムやセントラルプラザのスクリーンのプレゼンテーション
- [r5] カナダパビリオンの建物の外観デザイン
- [r6] 提供されていたカナダの食べ物や飲み物
- [r7] カナダの人々（接待スタッフ、マスコット、アーティスト）との交流
- [r8] カナダのサインを入れた写真撮影の機会
- [r96] その他（具体的にお答えください）
- [r97] 該当なし
- [r98] わからない

[Q10]

カナダパビリオンで最もよかったことについて、他に何かコメントがあればお聞かせください。

Condition: not(Q9.r97 or Q9.r98)

列:

[r96] 具体的にお答えください

[Q12]

以下の点について、どの程度満足しましたか。

カラム:

- [c1] とても満足している
 - [c2] ある程度満足している
 - [c3] あまり満足していない
 - [c4] まったく満足していない
 - [c97] 該当しない／体験しなかった
 - [c99] 回答を控えたい
- 列:
- [r1] カナダパビリオン - 建物の外観デザイン
 - [r2] カナダパビリオン - 内部のインタラクティブ展示
 - [r3] ライブイベント／特別プログラムやセントラルプラザのスクリーンのプレゼンテーション
 - [r4] 提供されていた食べ物と飲み物
 - [r5] 接待スタッフ
 - [r6] インタラクティブ展示のためのiPadの活用

[Q13]

カナダパビリオンへのご来場経験について、全般的にどの程度満足しましたか。

列:

- [r1] とても満足している
- [r2] ある程度満足している
- [r3] あまり満足していない
- [r4] まったく満足していない

[r99] 回答を控えたい

[Q16]

Expo 2025で訪れた他のパビリオンと比較して、カナダパビリオンへのご来場経験はどう思いますか。

列:

[r1] とても優れている

[r2] 少し優れている

[r3] 他のパビリオンと変わらない

[r4] 少し劣っている

[r5] かなり劣っている

[r6] 他のパビリオンには行かなかった

[r99] 回答を控えたい

[Q17]

パビリオンへのご来場後、カナダに対する印象は変化しましたか。

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

列:

[r1] かなり好感度が高まった

[r2] 少し好感度が高まった

[r3] 変化なし

[r4] 少し好感度が下がった

[r5] かなり高感度が下がった

[r99] 回答を控えたい

[Q18]

本日ご訪問されたことで、カナダの何に対してどのような興味関心が深まりましたか？

Condition: not(Q2.r2)

あてはまるものをすべて選択してください

列:

[r1] 今後3年以内に観光でカナダを訪れる

[r2] カナダに留学する

[r3] カナダとのビジネスの機会を検討する

[r4] カナダ市場に投資する

[r5] カナダに移住する

[r6] カナダの文化を体験する

[r7] カナダの製品を購入する

[r8] 特に関わろうと思わない

[Q20]

カナダパビリオンを他の人（お友達、ご家族、ご同僚）に勧めますか。

列:

- [r1] その可能性が高い
- [r2] 可能性はいくらかある
- [r6] 可能性は半々
- [r3] 可能性はあまりない
- [r4] 可能性はほとんどない
- [r99] 回答を控えたい

[Q21]

本日のご経験について考えた場合に、カナダパビリオンで改善してほしいと思う点や追加してほしいと思うことはありますか？

列:

[r96] 具体的にお答えください：

[GENDER]

性別をお選びください。

列:

- [r1] 男性
- [r2] 女性
- [r3] その他
- [r99] 回答を控えたい

[COMPOSITION]

本日はどなたとExpoに来場されましたか。

[pipe: AUTOFIL_Q9]

列:

- [r1] 自分一人
- [r2] カップルで（パートナーと）
- [r3] 家族と
- [r4] 友達と
- [r5] 学校で
- [r6] グループで
- [r7] 同僚と
- [r96] その他
- [r99] 回答を控えたい

Korean

안녕하세요, 저는 도쿄에 소재한 마켓 리서치 회사 McLaren Group의 _____입니다.
 귀하의 캐나다 파빌리온에서의 경험에 관해 짧은 설문 조사에 참여해 주시기 바랍니다. 이
 연구는 캐나다 정부의 의뢰로 진행되며, 방문객의 의견과 인식을 더 잘 이해하는 데 도움이
 될 것입니다.

귀하의 참여는 자발적이며, 모든 응답은 기밀이 유지되고 익명으로 처리됩니다. 이
 설문조사는 5~6분 정도 소요됩니다. 시간을 내주셔서 감사합니다!

다음은 필요한 경우에만 읽으십시오

[S1] 이 연구는 귀하가 캐나다 파빌리온을 방문한 경험과 캐나다에 대한 귀하의 인상에
 관한 것입니다. 이 설문조사에는 누구나 참여할 수 있습니다. 전문 지식이 없거나 캐나다에
 대해 잘 알지 못하더라도 질문에 응답할 수 있습니다. 캐나다 파빌리온을 방문한 경험에
 대한 귀하의 의견을 듣고 싶습니다. 계속해도 될까요?

행:

[r1] 예

[r2] 아니요/거절

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2] 캐나다 파빌리온 내부에 들어가 보셨나요?

행:

[r1] 예, 내부 경험을 둘러보았다

[r2] 아니요, 밖에만 머물렀다

오늘 시간을 내어 본 설문조사를 완료해 주셔서 감사합니다.

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2] 귀하는 어느 국가 출신입니까?

행:

[r1] 일본

[r2] 캐나다

[r3] 중국

[r4] 대한민국

[r5] 미국

[r6] 대만

[r96] 다른 국가(구체적으로 알려주십시오):

[AGE] 귀하의 나이는 어느 그룹에 속합니까?

행:

[r1] 만 16세 미만

- [r8] 만 16~17세
- [r2] 만 18~24세
- [r3] 만 25~34세
- [r4] 만 35~44세
- [r5] 만 45~54세
- [r6] 만 55~64세
- [r7] 만 65세 이상

오늘 시간을 내어 본 설문조사를 완료해 주셔서 감사합니다.

Terminate: Term AGE

Condition: **(AGE.r1)**

[Q4A] 캐나다 파빌리온을 방문하기 전에는 캐나다에 대해 얼마나 알고 계셨습니까?

Condition: **not(Q2.r2)**

행:

- [r1] 매우 잘 알고 있었다
- [r2] 다소 잘 알고 있었다
- [r3] 중간 정도
- [r4] 별로 잘 알지 못했다
- [r5] 전혀 알지 못했다
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[Q4B] 귀하에게 캐나다와 관련된 경험이나 연고가 있습니까? 있다면 무엇입니까?

Condition: **(Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)**

해당하는 항목을 모두 선택해 주십시오

행:

- [r1] 이전에 캐나다를 방문한 적 있다
- [r2] 캐나다에서 공부한 적/일한 적 있다
- [r3] 캐나다에 가족이나 친구가 있다
- [r4] 캐나다의 엔터테인먼트, 예술, 요리(예: 아티스트, 영화, 시리즈, 서적, 음식 등)를 즐긴 적 있다
- [r96] 기타(구체적으로 알려주십시오)
- [r97] 이전에 캐나다에 대한 경험이나 연고가 전혀 없었다

[Q5] 귀하가 캐나다 파빌리온을 방문한 주된 이유는 무엇입니까?

해당하는 항목을 모두 선택해 주십시오

행:

- [r1] 그냥 둘러보다가 방문하기로 결정했다
- [r2] 방문하기 좋은 파빌리온이라고 들었다
- [r3] 캐나다에 대해 더 알기 위해
- [r4] 라이브 문화 공연이나 프레젠테이션을 관람하기 위해
- [r5] 캐나다에서의 기회를 탐색하기 위해(교육, 투자, 비즈니스)
- [r6] 비즈니스 또는 네트워킹 이벤트에 참석하기 위해

- [r7] 캐나다 음식을 먹어 보기 위해
- [r8] 나는 가이드 단체 / 조직의 일원이다
- [r96] 기타(구체적으로 알려주십시오)
- [r97] 모르겠다

[Q6] 귀하는 캐나다 파빌리온을 방문하기 위해 사전에 계획을 세우셨습니까, 아니면 즉흥적으로 결정하셨습니까?

행:

- [r1] 방문을 미리 계획했다
- [r2] 즉흥적으로 방문을 결정했다

[Q8] 캐나다 파빌리온에 대해 어떻게 알게 되셨습니까?

Condition: **Q6.r1**

행:

- [r1] SNS에서
- [r2] 2025년 세계 박람회(엑스포 2025) 웹사이트 또는 앱에서
- [r3] 추천(입소문)을 통해
- [r4] 주변을 산책하던 중 발견해서 방문하기로 결정했다
- [r5] 뉴스에서
- [r6] 공식 세계 박람회(엑스포) 투어 또는 가이드를 통해
- [r96] 기타(구체적으로 알려주십시오)

[Q9] 캐나다 파빌리온에서 가장 마음에 들었던 점은 무엇입니까? 기억에 남는 점이나 특별히 즐거웠던 부분이 있습니까?

행:

- [r1] 조명을 비춘 모놀리스와 증강 현실이 있는 메인 전시
- [r2] 우주에서 본 캐나다 - 캐나다 위성 사진
- [r3] 대형 캐나다 풍경 이미지가 있는 작별 갤러리
- [r4] 라이브 이벤트와 공연 / 중앙 광장의 특별 프로그램과 스크린 프레젠테이션
- [r5] 캐나다 파빌리온의 외관 디자인
- [r6] 캐나다 음식 및 음료 증정
- [r7] 캐나다인과의 만남(호스팅 스태프, 마스코트, 아티스트)
- [r8] 캐나다 표지판과 사진을 촬영할 기회
- [r96] 기타(구체적으로 알려주십시오)
- [r97] 해당 사항 없음
- [r98] 모르겠다

[Q10] 캐나다 파빌리온에서 가장 마음에 들었던 점에 대해 추가 의견을 남기시겠습니까?

Condition: **not(Q9.r97 or Q9.r98)**

행:

- [r96] 구체적으로 알려주십시오

[Q12] 귀하는 다음 항목에 대해 얼마나 만족하셨습니까?

열:

- [c1] 매우 만족스럽다

- [c2] 다소 만족스럽다
- [c3] 다소 불만족스럽다
- [c4] 매우 불만족스럽다
- [c97] 해당 없음 / 참여하지 않았다
- [c99] 응답하고 싶지 않다

행:

- [r1] 캐나다 파빌리온 - 파빌리온의 외관 디자인
- [r2] 캐나다 파빌리온 - 내부 상호작용 경험
- [r3] 라이브 이벤트와 공연 / 중앙 광장의 특별 프로그램과 스크린 프레젠테이션
- [r4] 음식과 음료 증정
- [r5] 호스텔 스태프
- [r6] 아이패드를 통한 대화형 발견

[Q13] 귀하의 캐나다 파빌리온 방문을 전체적으로 되돌아볼 때, 귀하의 경험에 얼마나 만족하거나 불만족하셨습니까?

행:

- [r1] 매우 만족스럽다
- [r2] 다소 만족스럽다
- [r3] 다소 불만족스럽다
- [r4] 매우 불만족스럽다
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[Q16] 2025년 세계 박람회(엑스포 2025)에서 방문했던 다른 전시관과 비교할 때, 캐나다 파빌리온의 경험은 어떻습니까?

행:

- [r1] 훨씬 낫다
- [r2] 조금 낫다
- [r3] 다른 파빌리온과 비슷하다
- [r4] 조금 못하다
- [r5] 훨씬 못하다
- [r6] 다른 파빌리온을 방문한 적 없다
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[Q17] 캐나다 파빌리온을 방문한 후에 캐나다에 대한 귀하의 인식이 어떻게 변했습니까?

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

행:

- [r1] 훨씬 긍정적으로
- [r2] 약간 긍정적으로
- [r3] 변화 없음
- [r4] 약간 부정적으로
- [r5] 훨씬 부정적으로
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[Q18] 오늘 방문으로 인해 캐나다에 관심이 더 많아졌습니까? 만약 그렇다면 어떤 부분입니까?

Condition: **not(Q2.r2)**

해당하는 항목을 모두 선택해 주십시오

행:

- [r1] 앞으로 3년 이내에 관광객으로서 캐나다에 방문
- [r2] 캐나다 유학
- [r3] 캐나다와의 비즈니스 기회 탐색
- [r4] 캐나다 시장에 투자
- [r5] 캐나다로 이주하여 거주
- [r6] 캐나다 문화 탐험
- [r7] 캐나다 제품 구매
- [r8] 관련 활동을 할 의향이 별로 없다

[Q20] 캐나다 파빌리온을 다른 사람(친구, 가족, 동료)에게 추천하시겠습니까?

행:

- [r1] 매우 크다
- [r2] 다소 크다
- [r6] 크지도 작지도 않다
- [r3] 다소 작다
- [r4] 매우 작다
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[Q21] 오늘의 경험을 되돌아볼 때, 캐나다 파빌리온에서의 경험을 개선할 만한 부분이 있었습니까? 귀하가 보고 싶었으나 부족했던 부분이 있었습니까?

행:

- [r96] 구체적으로 알려주십시오.

[GENDER] 귀하의 성정체성은 어떻게 됩니까?

행:

- [r1] 남성
- [r2] 여성
- [r3] 기타
- [r99] 응답하고 싶지 않다

[COMPOSITION] 오늘 세계 박람회(엑스포)에 누구와 함께 방문하셨습니까?

행:

- [r1] 혼자
- [r2] 커플로(파트너만)
- [r3] 가족과 함께
- [r4] 친구들과 함께
- [r5] 학교 단체 방문
- [r6] 조직 그룹
- [r7] 동료들과 함께
- [r96] 기타
- [r99] 응답하고 싶지 않다

Simplified Chinese (Mandarin)

您好，我的名字是_____。我来自迈凯伦集团 (McLaren Group)，一家总部位于东京的市场调研公司。我们邀请您参与一项简短的问卷调查，以了解您对于世博会加拿大馆的体验。本调查由加拿大政府委托，可以帮助我们更好地了解游客的意见和看法。

您的参与是自愿的，所有回复都会被匿名并保密。本调查大约需要 5 到 6 分钟。感谢您抽出宝贵时间！

如有需要，请阅读以下内容

[S1] 本调查有关您参观加拿大馆的经历以及您对加拿大的印象。任何人都可以完成这项调查。您不必是专家，也不必对加拿大十分了解，都可以回答问题。我们对于您参观加拿大馆的经历很感兴趣。我们可以继续吗？

Condition: (list=='3')

行:

[r1] 是

[r2] 否/拒绝

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2] 您是否进入了加拿大馆？

行:

[r1] 是，我进行了室内的探索和体验

[r2] 不，我只是在馆外观看

感谢您花时间完成这份问卷。

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2] 您来自哪个国家？

行:

[r1] 日本

[r2] 加拿大

[r3] 中国

[r4] 韩国

[r5] 美国

[r6] 台湾

[r96] 其他国家（请注明）：

[AGE] 您的年龄段是？

行:

[r1] 16 岁以下

[r8] 16 至 17 岁

[r2] 18 至 24 岁

[r3] 25 至 34 岁

[r4] 35 至 44 岁

[r5] 45 至 54 岁

[r6] 55 至 64 岁

[r7] 65 岁以上

感谢您花时间完成这份问卷。

Terminate: Term AGE

Condition: **(AGE.r1)**

[Q4A] 在参观加拿大馆之前，您对加拿大了解多少？

Condition: **not(Q2.r2)**

行:

[r1] 非常熟悉

[r2] 有点熟悉

[r3] 中间状态

[r4] 不是很熟悉

[r5] 完全不熟悉

[r99] 不愿回答

[Q4B] 您以前是否有过任何与加拿大有关的经历或联系？如果有，是什么？

Condition: **(Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)**

请选出所有适用选项。

行:

[r1] 我曾经游览过加拿大

[r2] 我曾在加拿大学习/工作

[r3] 我在加拿大有家人或朋友

[r4] 我喜欢加拿大的娱乐、艺术或美食（如艺术家、电影、连续剧、书籍、美食等）

[r96] 其他（请具体说明）：

[r97] 我以前与加拿大没有任何联系或经历

[Q5] 您参观加拿大馆的主要原因是什么？

请选出所有适用选项。

行:

[r1] 我只是在随处游览，并决定参观

[r2] 我听说这是一个值得一游的好地方

[r3] 了解更多加拿大信息

[r4] 观看文化现场表演或介绍

[r5] 探索加拿大的机遇（如教育、投资、商业等）

[r6] 参加商务或交流活动

[r7] 品尝加拿大美食

[r8] 我参与了一个有向导/团体组织的小组

[r96] 其他（请具体说明）：

[r97] 我不知道

[Q6] 您是提前计划好了参观加拿大馆，还是临时决定的？

行：

[r1] 我提前计划了我的参观

[r2] 我是临时决定的

[Q8] 您第一次听说加拿大馆是什么时候？

Condition: **Q6.r1**

行：

[r1] 在社交媒体上

[r2] 在 2025 年世博会网站或应用程序上

[r3] 通过推荐（口耳相传）

[r4] 我边走边看，并决定去参观

[r5] 在新闻报道中

[r6] 通过世博会官方参观团或导游

[r96] 其他（请具体说明）：

[Q9] 最喜欢加拿大馆的哪一点？有什么是让您记忆特别深刻或令您感到格外愉悦的吗？

行：

[r1] 包括发光巨石和增强现实技术等的主展厅

[r2] 在太空室俯瞰加拿大的图景——加拿大的卫星视图

[r3] 告别画廊中的大型加拿大风景图片

[r4] 中心广场上的现场活动或表演/特别节目和屏幕展示

[r5] 加拿大馆的外观设计

[r6] 供应的加拿大食品和饮料产品

[r7] 会见加拿大人（如主办方工作人员、吉祥物、艺术家等）

[r8] 与加拿大标志合影的机会

[r96] 其他（请具体说明）：

[r97] 以上皆非

[r98] 我不知道

[Q10] 您是否想就加拿大馆中您最喜欢的地方发表补充意见？

Condition: **not(Q9.r97 or Q9.r98)**

行：

[r96] 请说明

[Q12] 您对...的满意成都如何

栏：

[c1] 非常满意

[c2] 较为满意

[c3] 有点不满意

[c4] 非常不满意

[c97] 不适用/我未参与

[c99] 不愿回答

行：

[r1] ...加拿大馆——加拿大馆的外观设计？

- [r2] ...加拿大馆——室内互动体验？
- [r3] ...中央广场上的现场活动/特别节目和屏幕展示
- [r4] ...餐饮服务
- [r5] ...主办方工作人员
- [r6] 使用 iPad 进行的互动探索

[Q13] 在您参观加拿大馆的整个过程中，您对自己的体验是否满意？

行：

- [r1] 非常满意
- [r2] 较为满意
- [r3] 有点不满意
- [r4] 非常不满意
- [r99] 不愿回答

[Q16] 与您在 2025 年世博会上参观过的其他展馆相比，加拿大馆的体验如何？

行：

- [r1] 好很多
- [r2] 略好一些
- [r3] 与其他展馆大致相同
- [r4] 稍差
- [r5] 差很多
- [r6] 我没有参观过其他展馆
- [r99] 不愿回答

[Q17] 参观展馆后，您对加拿大的印象有何变化？

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

行：

- [r1] 积极很多
- [r2] 略微积极一些
- [r3] 无变化
- [r4] 略微消极一些
- [r5] 消极很多
- [r99] 不愿回答

[Q18] 基于您的参观，您对加拿大是否更感兴趣了？具体是哪些方面？

Condition: not(Q2.r2)

请选出所有适用选项。

行：

- [r1] 未来三年到加拿大旅游
- [r2] 留学加拿大
- [r3] 探索加拿大的商机
- [r4] 投资加拿大市场
- [r5] 移居加拿大生活
- [r6] 探索加拿大文化
- [r7] 从加拿大购买产品

[r8] 不太可能进一步参与

[Q20] 您会向其他人（朋友、家人、同事）推荐加拿大馆吗？

行：

[r1] 很有可能

[r2] 有些可能

[r6] 既不可能也非不可能

[r3] 不太可能

[r4] 极不可能

[r99] 不愿回答

[Q21] 回想一下您今天的体验，有没有什么可以改善您在加拿大馆参观的体验？有什么是您特别想参观但是现场没有的吗？

行：

[r96] 请说明：

[GENDER] 您的性别认同是什么？

行：

[r1] 男

[r2] 女

[r3] 其它

[r99] 不愿回答

[COMPOSITION] 今天您谁一起参观世博会？

[pipe: AUTOFIL_Q9]

行：

[r1] 独自一人

[r2] 夫妇结伴（仅与我的伴侣一起）

[r3] 与家人一起

[r4] 与朋友一起

[r5] 学校团体参观

[r6] 有组织的小组

[r7] 与同事一起

[r96] 其它

[r99] 不愿回答

Traditional Chinese (Cantonese)

您好，我是來自 McLaren Group 的_____。McLaren Group 是一間總部位於東京的市場調研公司。我們邀請您參與一項簡短的問卷調查，希望了解您在加拿大館的體驗。這項由加拿大政府委託進行的研究將幫助我們更好地了解遊客的意見和看法。

您的參與應屬自願，所有回覆概將保密和匿名化處理。本次調查大約需要 5-6 分鐘。感謝您的寶貴時間！

僅在必要時閱讀以下內容

[S1] 本次調研是希望了解您參觀加拿大館的體驗和您對加拿大的印象。任何人都可以完成這項調查。您不必是專家或對加拿大非常了解才可回答這些問題。我們很希望了解您對參觀加拿大館體驗的看法 我可以繼續嗎？

Condition: (list=='3')

行:

[r1] 是

[r2] 否/拒絕

Terminate: Term S1

Condition: (S1.r2)

[S2] 您去過加拿大館嗎？

行:

[r1] 是，我進行了展館室內體驗

[r2] 否，我只在館外觀看

感謝您花時間完成這份問卷。

Terminate: Term S2

Condition: (S2.r2)

[Q2] 您來自哪個國家/地區？

行:

[r1] 日本

[r2] 加拿大

[r3] 中國

[r4] 南韓

[r5] 美國

[r6] 台灣

[r96] 其他國家/地區（請註明）：

[AGE] 您的年齡段是？

行:

[r1] 16 歲以下

- [r8] 16-17 歲
- [r2] 18-24 歲
- [r3] 25-34 歲
- [r4] 35-44 歲
- [r5] 45-54 歲
- [r6] 55-64 歲
- [r7] 65 歲以上

感謝您花時間完成這份問卷。

Terminate: Term AGE

Condition: **(AGE.r1)**

[Q4A] 在參觀加拿大館之前，您對加拿大有多熟悉？

Condition: **not(Q2.r2)**

行:

- [r1] 非常熟悉
- [r2] 有點熟悉
- [r3] 既非熟悉也非陌生
- [r4] 不太熟悉
- [r5] 一點也不熟悉
- [r99] 不便回應

[Q4B] 您以前在加拿大有過任何經歷或與之有任何人脈嗎？如有，請說明

Condition: **(Q4A.r1 or Q4A.r2) and (Q2.r1 or Q2.r3 or Q2.r4 or Q2.r5 or Q2.r6 or Q2.r96)**

請選擇所有適用項

行:

- [r1] 我以前去過加拿大
- [r2] 我在加拿大學習/工作
- [r3] 我在加拿大有家人或朋友
- [r4] 我喜歡加拿大的娛樂、藝術、美食（如藝術家、電影、連續劇、書籍、食物等）
- [r96] 其他（請註明）
- [r97] 我之前與加拿大沒有人脈或相關經驗

[Q5] 您參觀加拿大館的主要原因是什麼？

請選擇所有適用項

行:

- [r1] 我只是在游覽，並決定去參觀
- [r2] 我聽說這個展館很值得參觀
- [r3] 了解更多關於加拿大的資訊
- [r4] 觀看文化現場表演或演示
- [r5] 了解加拿大的機會（教育、投資、商業）
- [r6] 參加商務或社交活動

[r7] 品嚐加拿大美食

[r8] 我是導覽/組織團體的一員

[r96] 其他（請註明）

[r97] 我不知道

[Q6] 您是提前計劃好參觀加拿大館，還是臨時決定？

行：

[r1] 我提前計劃好了本次參觀活動

[r2] 我臨時決定去參觀

[Q8] 您第一次聽說加拿大館是什麼時候？

Condition: **Q6.r1**

行：

[r1] 在社交媒體上

[r2] 在 2025 年世博會網站或應用程式上

[r3] 他人推薦（口碑）

[r4] 邊走邊看，並決定去參觀

[r5] 在新聞節目中

[r6] 透過官方世博會導覽或導遊

[r96] 其他（請註明）

[Q9] 您最喜歡加拿大館的什麼？有什麼事情讓您非常難忘或特別開心的嗎？

行：

[r1] 主展館包括發光的巨石和增強現實技術

[r2] 從太空室觀看加拿大全貌——加拿大的衛星視圖

[r3] 加拿大景觀大型圖片告別畫廊

[r4] 中央廣場的現場活動和/或表演/特別節目和熒幕演示

[r5] 加拿大館外觀設計

[r6] 加拿大餐飲產品

[r7] 會見加拿大人（接待工作人員、吉祥物、藝術家）

[r8] 與加拿大標誌合影的機會

[r96] 其他（請註明）

[r97] 以上皆非

[r98] 我不知道

[Q10] 您想就您最喜歡加拿大館的方面提供任何補充意見嗎？

Condition: **not(Q9.r97 or Q9.r98)**

行：

[r96] 請說明

[Q12] 您對...有多滿意...

欄：

[c1] 很滿意

[c2] 有點滿意

[c3] 有點不滿意

[c4] 非常不滿意

[c97] 不適用/我沒有參加

[c99] 不便回應

行:

[r1] ...加拿大館——展館的外觀設計？

[r2] ...加拿大館——展館內互動體驗？

[r3] ...中央廣場的現場活動/特別節目和螢幕演示

[r4] ...食品和飲料供應

[r5] ...接待人員

[r6] ...使用 iPad 進行互動式發現

[Q13] 回想一下您對加拿大館的整體參觀，您對這次經歷有多滿意或失望/不滿意？

行:

[r1] 很滿意

[r2] 有點滿意

[r3] 有點不滿意

[r4] 非常不滿意

[r99] 不便回應

[Q16] 與您在 2025 年世博會上參觀過的其他展館相比，加拿大館的體驗如何？

行:

[r1] 好多了

[r2] 稍微好一點

[r3] 與其他展館大致相同

[r4] 稍微更糟

[r5] 更糟糕

[r6] 我還沒有參觀過其他展館

[r99] 不便回應

[Q17] 參觀展館後，您對加拿大的看法有何變化？

Condition: (S2.r1) and not(Q2.r2)

行:

[r1] 更為積極

[r2] 稍微積極一些

[r3] 無變化

[r4] 稍微負面一些

[r5] 更為負面

[r99] 不便回應

[Q18] 根據您的參觀體驗，您是否對加拿大更加感興趣？具體是哪些方面？

Condition: not(Q2.r2)

請選擇所有適用項

行:

[r1] 未來三年以遊客身份訪問加拿大

- [r2] 在加拿大學習
- [r3] 探索與加拿大的商業機會
- [r4] 投資加拿大市場
- [r5] 遷居加拿大
- [r6] 探索加拿大文化
- [r7] 從加拿大購買產品
- [r8] 不太可能進一步接觸

[Q20] 您會向其他人（朋友、家人、同事）推薦加拿大館嗎？

行：

- [r1] 很可能
- [r2] 有可能
- [r6] 既不可能也非不可能
- [r3] 有點不太可能
- [r4] 極不可能
- [r99] 不便回應

[Q21] 回想一下您今天的經歷，有什麼可以改進您在加拿大館的體驗嗎？還有什麼是您希望看到的？

行：

[r96] 請註明：

[GENDER] 您的性別是？

行：

- [r1] 男性
- [r2] 女性
- [r3] 其他
- [r99] 不便回應

[COMPOSITION] 您今天和誰一起參觀世博會？

行：

- [r1] 獨自
- [r2] 夫婦結伴（僅與我的伴侶）
- [r3] 和我的家人
- [r4] 與朋友
- [r5] 學校團體參觀
- [r6] 有組織的團隊
- [r7] 與同事
- [r96] 其他
- [r99] 不便回應

Guides d'entrevue

Personnel d'Affaires mondiales Canada

Introduction et explication

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

Cette entrevue portera sur votre expérience en tant que personne responsable d'un programme au Pavillon du Canada. Nous souhaitons surtout documenter l'ensemble du processus, de la planification à la mise en œuvre, puis aux réflexions pour l'avenir, afin que le Canada puisse tirer parti de ces enseignements s'il participe à de futures expositions universelles.

Règles de la discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commencions?

Planification (avant l'Expo) – 10 minutes

1. Pour commencer, pourriez-vous décrire brièvement votre rôle et vos responsabilités en lien avec le ou les programmes dont vous étiez responsable?
2. En repensant à l'étape de planification et à la conception du programme, comment avez-vous procédé pour l'élaborer?

Relance : Quelles ont été les étapes? Qui d'autre a participé au processus?

3. Quels aspects de la planification, de la conception et du développement se sont bien déroulés?

Relance : Y a-t-il eu des moments où la vision s'est mise en place facilement? Avez-vous bénéficié de directives claires, d'une bonne collaboration ou d'une forte contribution des partenaires?

4. Quels ont été les défis ou les obstacles pendant l'étape de planification et de conception?

Relance : Avez-vous rencontré des difficultés liées à l'alignement entre les partenaires, à des ressources limitées, à des échéances serrées, etc.?

5. Avec le recul, si vous deviez repenser ou redévelopper le programme, que feriez-vous différemment?

Mise en œuvre (pendant l'Expo) – 10 minutes

6. Une fois sur place, dans quelle mesure la mise en œuvre du programme a-t-elle correspondu à ce qui avait été planifié et conçu?

Relance : Les choses se sont-elles déroulées comme prévu? Y a-t-il eu des surprises, positives ou négatives?

7. Qu'est-ce qui a particulièrement bien fonctionné pendant la mise en œuvre? Pouvez-vous donner des exemples de réussites et expliquer ce qui les a rendues possibles?

Relance : Y a-t-il eu des événements, des interactions ou des résultats dont vous êtes particulièrement fier? Quels facteurs ont contribué à leur réussite (planification, collaboration, souplesse, ressources)?

8. Quelles difficultés ou quels défis avez-vous rencontrés pendant la mise en œuvre?

Relance : Comment y avez-vous réagi?

9. Dans quelle mesure la collaboration avec les autres membres du personnel du Pavillon, les ministères ou organismes gouvernementaux, ou les partenaires a-t-elle influencé la réussite de votre programme, ou au contraire créé des difficultés?

Relance : Y a-t-il eu des points de friction qui ont compliqué la mise en œuvre?

10. Avec le recul, qu'est-ce qui aurait pu rendre la mise en œuvre plus fluide?

Avenir (prochaines Expos et leçons retenues) – 10 minutes

11. De votre point de vue, quelles sont les principales leçons tirées de cette expérience?

Relance : Quelles innovations, pratiques ou activités ont eu les effets les plus positifs?

12. Si le Canada devait participer à une autre Expo, quels conseils donneriez-vous aux personnes responsables de la planification et de la mise en œuvre des programmes?

Relance : Si vous deviez rédiger un guide pratique pour la prochaine Expo, quels seraient les deux ou trois conseils les plus importants?

13. Y a-t-il des éléments du programme qui, selon vous, devraient être repris ou élargis à l'avenir?

14. À l'inverse, y a-t-il des éléments que vous recommanderiez de ne pas reprendre, ou d'aborder différemment?

15. Enfin, quel est le principal enseignement que le Canada devrait retenir de cette expérience pour les prochaines Expos?

Merci beaucoup pour votre temps et pour vos observations.

Vos réflexions seront très utiles pour aider le Canada à planifier et à améliorer sa participation aux futures expositions internationales.

Partenaire de contenu

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

L'objectif de cette entrevue est d'obtenir votre point de vue sur l'efficacité du Pavillon du Canada et des programmes qui y sont associés. Plus précisément, nous cherchons à :

- évaluer la pertinence stratégique de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka;
- évaluer dans quelle mesure les objectifs diplomatiques, commerciaux et culturels ont été atteints;
- repérer les résultats et les effets observables liés à la participation du Canada;
- recueillir des suggestions concrètes pour améliorer la conception et la mise en œuvre de l'initiative liée à l'Expo;
- comprendre la perception qu'ont le public et les intervenants de la présence et du rendement du Canada à l'Expo.

Règles de la discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commençons?

Perception générale – 15 minutes

1. De votre point de vue, comment le Canada se débrouille-t-il dans l'ensemble à l'Expo 2025?

Relance : Comment décririez-vous jusqu'à présent la présence du Canada à l'Expo?

2. Quel genre d'impression générale croyez-vous que le Canada laisse aux visiteurs, aux collaborateurs et à la communauté de l'Expo?

Relance : Avez-vous des exemples ou des histoires qui illustrent cette impression?

3. Dans quel cadre avez-vous collaboré avec le Canada à l'Expo?

Quelle est la nature de votre relation avec le Pavillon du Canada à l'Expo 2025 Osaka?

À quelles activités ou contributions avez-vous participé au Pavillon du Canada, ou dans le cadre de la participation du Canada à l'Expo 2025?

Relance : réunions dans le salon VIP, activités hors site, autres activités?

Q4. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre collaboration ou de vos interactions avec l'équipe du Pavillon du Canada?

Relance : Qu'est-ce qui a rendu la collaboration efficace ou difficile? Pouvez-vous donner des exemples précis qui illustrent cette expérience?

Q5. Comment décririez-vous la réputation du Canada dans l'environnement de l'Expo?

Relance : Votre perception du Canada a-t-elle changé ou évolué depuis le début de l'Expo?

Q6. Quelles valeurs ou quels thèmes croyez-vous que les visiteurs et les collaborateurs associent le plus au Canada à l'Expo?

Relance : Y a-t-il eu des activités ou des rencontres en particulier qui ont rendu ces valeurs plus visibles?

Objectifs précis – 10 minutes

Q7. Le Canada souhaitait promouvoir l'égalité des genres, la diversité culturelle et des valeurs progressistes. Avez-vous vu cela se refléter dans sa programmation ou dans ses messages?

Relance : Y a-t-il des initiatives en particulier qui vous ont marqué?

Q9. Le Canada cherchait à accroître sa visibilité et sa position 1) au Japon et 2) dans la région indo-pacifique grâce à sa participation à l'Expo. À votre avis, le Canada a-t-il réussi à atteindre cet objectif jusqu'à présent?

Relance : Avez-vous vu le Canada établir de nouvelles relations ou susciter de l'intérêt auprès d'acteurs de la région?

Q10. Dans quelle mesure croyez-vous que le Canada a reflété le thème général de l'Expo 2025, soit « Concevoir la société du futur pour nos vies », ainsi que l'accent mis sur les ODD? Dans quelle mesure le Canada a-t-il reflété le sous-thème « Empowering Lives »?

Q11. Dans quelle mesure le Canada a-t-il été efficace pour promouvoir le commerce, les échanges culturels ou la collaboration internationale grâce à sa participation à l'Expo?

Réflexions finales – 5 minutes

Q12. Quelle est, selon vous, une chose que le Canada a particulièrement bien faite à l'Expo 2025?

Q13. Qu'est-ce que le Canada pourrait améliorer ou faire différemment pour avoir un impact encore plus grand?

Q14. Seriez-vous disposé à collaborer de nouveau avec le Canada lors de futurs événements internationaux? Pourquoi ou pourquoi pas?

REMERCIER ET CONCLURE

Autres pavillons

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

L'objectif de cette entrevue est d'obtenir votre point de vue sur l'efficacité du Pavillon du Canada et des programmes qui y sont associés. Plus précisément, nous cherchons à :

- évaluer la pertinence stratégique de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka;
- évaluer dans quelle mesure les objectifs diplomatiques, commerciaux et culturels ont été atteints;
- repérer les résultats et les effets observables liés à la participation du Canada;
- recueillir des suggestions concrètes pour améliorer la conception et la mise en œuvre de l'initiative liée à l'Expo;
- comprendre la perception qu'ont le public et les intervenants de la présence et du rendement du Canada à l'Expo.

Règles de discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commencions?

Examiner les objectifs et les résultats de la participation – 15 minutes

Q1. Lorsque votre pays a décidé de participer à l'Expo 2025 Osaka, quels étaient les principaux objectifs visés? Quelles étaient vos attentes?

Comment ces objectifs se rattachaient-ils à vos priorités nationales, qu'elles soient culturelles, économiques, politiques ou sociales?

Q2. Par rapport aux Expositions précédentes, la vision de votre participation a-t-elle changé d'une quelconque façon pour l'Expo 2025 Osaka?

Q3. De votre point de vue, à quoi ressemblerait une participation réussie pour votre pays?

Qu'attendez-vous de cette participation : de nouveaux partenariats, une visibilité accrue, des échanges culturels, des occasions commerciales?

Q4. Comment s'est déroulée la collaboration avec les autres pays participants et avec les organisateurs? Et avec le Canada?

Avez-vous trouvé des façons de collaborer sur la programmation, les événements ou les échanges?

SI OUI : Dans quel cadre avez-vous collaboré avec le Canada à l'Expo?

- Quelle est la nature de votre relation avec le Pavillon du Canada à l'Expo 2025 Osaka?
- À quelles activités ou contributions avez-vous participé au Pavillon du Canada, ou dans le cadre de la participation du Canada à l'Expo 2025?

Relance : réunions dans le salon VIP, activités hors site, autres activités?

Q5. Quels ont été les principaux défis que vous avez rencontrés dans la poursuite des objectifs de votre pays?

Q6. Si vous pouviez revenir à l'étape de planification, y a-t-il quelque chose que vous feriez différemment pour rendre votre participation encore plus forte?

Perception générale du Canada – 5 minutes

Q7. De votre point de vue, comment le Canada se débrouille-t-il dans l'ensemble à l'Expo 2025?

Relance : Comment décririez-vous jusqu'à présent la présence du Canada à l'Expo?

Q8. Quel genre d'impression générale croyez-vous que le Canada laisse aux visiteurs, aux collaborateurs et à la communauté de l'Expo?

Relance : Avez-vous des exemples ou des histoires qui illustrent cette impression?

Objectifs précis du Canada – 5 minutes

Q9. Le Canada souhaitait promouvoir l'égalité des genres, la diversité culturelle et des valeurs progressistes. Avez-vous vu cela se refléter dans sa programmation ou dans ses messages?

Relance : Y a-t-il des initiatives en particulier qui vous ont marqué?

Q10. Le Canada cherchait à accroître sa visibilité et sa position 1) au Japon et 2) dans la région indo-pacifique grâce à sa participation à l'Expo. À votre avis, le Canada a-t-il réussi à atteindre cet objectif jusqu'à présent?

Relance : Avez-vous vu le Canada établir de nouvelles relations ou susciter de l'intérêt auprès d'acteurs de la région?

Q11. Dans quelle mesure croyez-vous que le Canada a reflété le thème général de l'Expo 2025, soit « Concevoir la société du futur pour nos vies », ainsi que l'accent mis sur les ODD? Dans quelle mesure le Canada a-t-il reflété le sous-thème « Empowering Lives »?

Réflexions finales – 5 minutes

Q12. Quelle est, selon vous, une chose que le Canada a particulièrement bien faite à l'Expo 2025?

Q13. Qu'est-ce que le Canada pourrait améliorer ou faire différemment pour avoir un impact encore plus grand?

Q14. D'après ce que vous avez vécu ici, quelles leçons ou quels conseils donneriez-vous aux autres pays qui se préparent à de futures Expos?

Q15. Pourriez-vous nous parler de réussites que vous avez observées?

REMERCIER ET CONCLURE

Ambassade

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

L'objectif de cette entrevue est d'obtenir votre point de vue sur l'efficacité du Pavillon du Canada et des programmes qui y sont associés. Plus précisément, nous cherchons à :

- évaluer la pertinence stratégique de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka;
- évaluer dans quelle mesure les objectifs diplomatiques, commerciaux et culturels ont été atteints;
- repérer les résultats et les effets observables liés à la participation du Canada;
- recueillir des suggestions concrètes pour améliorer la conception et la mise en œuvre de l'initiative liée à l'Expo;
- comprendre la perception qu'ont le public et les intervenants de la présence et du rendement du Canada à l'Expo.

Règles de discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commencions?

Expérience avec le Pavillon – 10 minutes

Q1. Dans quel cadre avez-vous collaboré avec le Pavillon du Canada avant et pendant l'Expo 2025?

Relances

- Comment vos initiatives plus larges à l'ambassade, que ce soit à Tokyo, à Osaka ou ailleurs au Japon, se recoupaient-elles avec le travail du Pavillon?
- À quelles activités ou contributions avez-vous participé (par exemple : événements tenus au Pavillon, événements organisés par l'ambassade, rencontres avec des intervenants, activités de réseautage)?
 - **Relance** : réunions dans le salon VIP, activités hors site, autres activités?
- De votre point de vue, en quoi les échanges avec différents intervenants différaient-ils entre les activités menées à Tokyo et celles centrées à Osaka pendant la période de l'Expo?

Q2. Dans quelle mesure le Pavillon du Canada vous a-t-il aidé à atteindre les objectifs de votre mission, de votre programme ou de certaines activités précises pendant l'Expo 2025?

Relances

- Pouvez-vous donner des exemples concrets où la présence du Pavillon, son équipe, ses espaces, sa programmation ou sa visibilité ont directement rendu votre travail possible ou l'ont renforcé?

Q3. Au-delà du bon déroulement de vos activités, quels résultats votre collaboration avec le Pavillon a-t-elle permis d'obtenir, par exemple en matière de visibilité, de relations renforcées, de nouveaux liens ou de partenariats stratégiques?

Relances

- En quoi le fait d'avoir une présence physique et une équipe dédiée à Osaka a-t-il influencé votre travail et aidé à faire avancer les objectifs de votre programme ou de votre mission?
- Le Pavillon a-t-il permis de créer de nouvelles possibilités pour votre secteur, votre zone géographique d'intérêt ou les objectifs plus larges de l'ambassade au Japon?

Q4. Est-ce que vos missions, programmes ou activités liés à l'Expo ont donné lieu à des possibilités de suivi, à des partenariats ou à des échanges qui se poursuivent depuis votre passage au Pavillon?

Relances

- Parmi ces résultats, lesquels devraient selon vous continuer d'être suivis, soutenus ou mis à profit par Affaires mondiales Canada?

Objectifs précis – 10 minutes

Q5. Le Canada voulait promouvoir l'égalité des genres, la diversité culturelle et des valeurs progressistes, tout en renforçant le commerce, les échanges culturels et la collaboration internationale grâce à sa participation à l'Expo 2025. Avec le recul, dans quelle mesure estimez-vous que ces objectifs se sont reflétés et ont été atteints dans la programmation, les messages et les activités du Pavillon?

Relances

- Y a-t-il eu des initiatives, des partenariats ou des moments en particulier qui vous ont semblé particulièrement marquants pour faire avancer ces valeurs ou favoriser des liens significatifs sur les plans commercial, culturel ou diplomatique?

Q6. Le Canada cherchait à accroître sa visibilité et sa position 1) au Japon et 2) dans la région indo-pacifique grâce à sa participation à l'Expo. À votre avis, votre mission a-t-elle contribué à cet objectif? Comment? Le Pavillon vous a-t-il aidé à accéder à des contacts clés au Japon, en Asie ou plus largement dans la région indo-pacifique?

Q7. Au-delà de l'Expo elle-même, quel héritage voyez-vous pour le Canada au Japon, et plus particulièrement à Osaka, à la suite de sa participation à l'Expo 2025?

Relances

- Le Pavillon a-t-il contribué à créer des relations, des perceptions ou des possibilités durables sur lesquelles le Canada devrait continuer de s'appuyer dans les prochaines années?

Perception générale – 10 minutes

Q8. Maintenant que l'Expo 2025 est terminée, comment évalueriez-vous le rendement général du Canada à cet événement?

Q9. De votre point de vue, et selon les intervenants avec qui vous avez été en contact, comment décririez-vous la présence du Canada dans l'ensemble de l'Expo?

Relances

- Y a-t-il des anecdotes, des interactions ou des moments précis qui illustrent le mieux l'impression laissée par le Canada?

Q10. Comment décririez-vous la réputation du Canada auprès des autres pavillons, des responsables de l'Expo et des partenaires internationaux à la fin de l'Expo?

Relances

- Votre propre perception de la place ou du rôle du Canada dans l'environnement de l'Expo a-t-elle évolué au cours de l'événement? Si oui, comment?

Q11. En repensant à l'ensemble de l'Expo 2025, quelles valeurs, quels thèmes ou quelles caractéristiques croyez-vous que les visiteurs et les collaborateurs ont le plus fortement associés au Canada?

Relances

- Y a-t-il eu des activités, des échanges ou des éléments de programme qui ont rendu ces valeurs particulièrement visibles ou mémorables?

Q12. Qu'est-ce que le Canada pourrait améliorer ou faire différemment pour avoir un impact encore plus grand lors de futures Expos?

REMERCIER ET CONCLURE

Personnel de première ligne

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

Cette entrevue portera sur votre expérience comme membre du personnel d'accueil au Pavillon du Canada. Nous voulons entendre votre expérience personnelle au Japon ainsi que vos réflexions sur le programme d'accueil : ce qui a bien fonctionné, ce qui a été plus difficile et les leçons qui peuvent être retenues pour de futures Expos.

Règles de discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commencions?

Section 1 : Expérience personnelle – 10 minutes

Q1. Pour commencer, pourriez-vous nous parler un peu de vous et nous expliquer comment vous êtes devenu membre du personnel d'accueil à l'Expo 2025?

Relance : Qu'est-ce qui vous a motivé à poser votre candidature ou à accepter ce rôle?

Q2. Sur le plan personnel, comment avez-vous vécu le fait d’habiter et de travailler au Japon pendant l’Expo?

Relance : Quels ont été les moments forts de cette expérience? Avez-vous rencontré des défis pour vous adapter à la vie à Osaka?

Q3. Qu’avez-vous appris sur les Canadiens et sur l’image du Canada à l’étranger grâce à cette expérience?

Relance : Ce rôle a-t-il changé votre façon de voir le Canada? A-t-il changé votre façon de voir le Japon?

Q4. Avec le recul, de quoi êtes-vous le plus fier dans votre expérience personnelle ici?

Section 2 : Rôle d’accueil et programme – 20 minutes

Q5. Comment décririez-vous votre rôle au quotidien au Pavillon?

Relance : Quelles tâches et responsabilités occupaient la plus grande partie de votre temps?

Q6. De votre point de vue, quel était le but principal du programme d’accueil?

Relance : S’agissait-il surtout d’orienter les visiteurs, de les aider avec la technologie, d’échanger avec eux, ou aussi de représenter l’ouverture et les valeurs du Canada?

Q7. Dans vos échanges avec les visiteurs, quels sujets les intéressaient le plus au sujet du Canada et des Canadiens?

Relance : Posait-on surtout des questions sur la vie quotidienne au Canada, les traditions culturelles, la diversité, la nature, l’éducation ou les voyages? Y avait-il des questions qui revenaient souvent?

Q8. Le programme d’accueil du Pavillon du Canada est assez unique : aucun autre pays n’a de jeunes ressortissants qui travaillent directement avec les visiteurs tous les jours. De votre point de vue, quelle différence cela a-t-il faite dans l’expérience des visiteurs?

Relance : Y a-t-il des moments en particulier qui vous semblent marquants ou importants? Pouvez-vous raconter certaines situations que vous avez vécues?

Q9. Le Canada a aussi voulu mettre de l’avant les jeunes en choisissant de jeunes Canadiens pour faire partie du personnel d’accueil. Selon vous, en quoi cela a-t-il influencé l’image que le Canada projetait à l’Expo? Qu’avez-vous retiré du fait d’échanger directement chaque jour avec des visiteurs japonais?

Q10. Croyez-vous que le programme d’accueil a permis de transmettre les valeurs d’ouverture, de diversité, de convivialité et de chaleur humaine du Canada?

Relance : Pouvez-vous donner des exemples où des visiteurs ont semblé remarquer ou commenter ces qualités?

Q11. Si le Canada participe à une autre Expo, quels conseils donneriez-vous au prochain groupe de personnel d'accueil?

Relance : Qu'aimeriez-vous qu'il sache avant de commencer?

Merci beaucoup pour votre temps et pour vos observations.

Bureau international des Expositions

Accueil et présentation

Bonjour, je m'appelle [nom de l'intervieweur] et je travaille pour Léger Marketing, une firme spécialisée en recherche sur l'opinion publique et en recherche marketing. Le gouvernement du Canada nous a mandatés pour évaluer la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka. Cette entrevue nous aidera à mieux comprendre les retombées du Pavillon du Canada et à formuler des recommandations pour les prochaines expositions universelles.

Objectif principal

L'objectif de cette entrevue est d'obtenir votre point de vue sur l'efficacité du Pavillon du Canada et des programmes qui y sont associés. Plus précisément, nous cherchons à :

- évaluer la pertinence stratégique de la participation du Canada à l'Expo 2025 Osaka;
- évaluer dans quelle mesure les objectifs diplomatiques, commerciaux et culturels ont été atteints;
- repérer les résultats et les effets observables liés à la participation du Canada;
- recueillir des suggestions concrètes pour améliorer la conception et la mise en œuvre de l'initiative liée à l'Expo;
- comprendre la perception qu'ont le public et les intervenants de la présence et du rendement du Canada à l'Expo.

Règles de discussion

- Cette entrevue est confidentielle. Aucun représentant du gouvernement du Canada ou d'Affaires mondiales Canada n'écoute l'entrevue en temps réel.
- Mon rôle comme modérateur est de poser des questions et de vous encourager à partager votre point de vue. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse.
- La discussion sera enregistrée uniquement aux fins d'analyse par l'équipe de Léger Marketing et servira à produire un rapport pour Affaires mondiales Canada. Les enregistrements ne seront pas partagés.

Confidentialité des résultats

- Vos réponses demeureront anonymes, sauf si vous acceptez qu'elles vous soient attribuées.
- Votre nom ne sera jamais mentionné dans le rapport public final.
- L'information recueillie sera utilisée uniquement dans le cadre de ce projet.
- J'aimerais obtenir votre consentement pour utiliser vos réponses dans notre rapport et dans nos constats.

Avez-vous des questions avant que nous commencions?

Perception générale – 20 minutes

Q1. Quelle est la nature de votre relation avec le Pavillon du Canada à l'Expo 2025 Osaka?

Q2. Dans quel cadre le BIE et le Canada ont-ils collaboré à l'Expo 2025, avant, pendant et après l'Expo?

Q3. Comment décririez-vous la présence du Canada à l'Expo 2025?

Q4. Quel genre d'impression générale croyez-vous que le Canada a laissée aux visiteurs, aux collaborateurs et à la communauté de l'Expo?

Relance : Avez-vous des exemples ou des histoires qui illustrent cette impression?

Q5. Comment décririez-vous la réputation du Canada dans l'environnement de l'Expo?

Relance : Votre perception du Canada a-t-elle changé ou évolué depuis le début de l'Expo?

Q6. Quelles valeurs ou quels thèmes croyez-vous que les visiteurs et les collaborateurs associent le plus au Canada à l'Expo?

Relance : Y a-t-il eu des activités ou des rencontres en particulier qui ont rendu ces valeurs plus visibles?

Réflexions finales – 10 minutes

Q7. Quelle est, selon vous, une chose que le Canada a particulièrement bien faite à l'Expo 2025?

Q8. Qu'est-ce que le Canada pourrait améliorer ou faire différemment pour avoir un impact encore plus grand?

Q9. Seriez-vous disposé à collaborer de nouveau avec le Canada lors de futurs événements internationaux? Pourquoi ou pourquoi pas?

REMERCIER ET CONCLURE

Résultats du sondage

S2: Avez-vous visité l'intérieur du Pavillon du Canada ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
Oui, j'ai fait l'expérience intérieure	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Non, je suis seulement resté à l'extérieur	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Q2: De quel pays êtes-vous ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
Japon	85%	80%	89%	92%	100%	0%	0%
Canada	6%	9%	2%	3%	0%	100%	0%
(NET) AUTRES	9%	10%	8%	5%	0%	0%	100%
Chine	3%	4%	3%	0%	0%	0%	33%
Corée du Sud	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
États-Unis	1%	1%	0%	1%	0%	0%	7%
Taiwan	2%	2%	2%	1%	0%	0%	21%
Brésil	1%	0%	1%	2%	0%	0%	11%
Un autre pays (veuillez spécifier) :	2%	3%	2%	1%	0%	0%	27%

AGE: Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
Moins de 16 ans	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
16-17	3%	6%	0%	0%	3%	7%	1%
18-24	17%	33%	0%	0%	15%	38%	18%
25-34	31%	61%	0%	0%	30%	35%	40%
35-44	17%	0%	48%	0%	17%	7%	24%
45-54	18%	0%	52%	0%	20%	7%	9%
55-64	12%	0%	0%	81%	13%	7%	4%
65+	3%	0%	0%	19%	3%	0%	3%

Q4A: Avant de visiter le Pavillon du Canada, à quel point étiez-vous familier(ère) avec le Canada ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	954	464	349	141	864	0	90
(NET) FAMILIER(ÈRE)	43%	43%	43%	44%	42%		51%
Très familier(ère)	5%	5%	4%	7%	4%		14%
Assez familier(ère)	38%	38%	39%	37%	38%		37%
Neutre	14%	13%	14%	16%	13%		20%
(NET) PAS FAMILIER(ÈRE)	43%	44%	43%	40%	44%		29%
Peu familier(ère)	37%	37%	38%	34%	38%		21%
Pas du tout familier(ère)	6%	7%	5%	6%	6%		8%
Je préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	0%		0%

Q4B: Avez-vous déjà eu une expérience ou un lien quelconque avec le Canada ? Si oui, lequel ou lesquels ?

Cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	412	200	150	62	366	0	46
(NET) OUI	64%	62%	67%	63%	61%		85%
J'ai déjà visité le Canada	35%	28%	40%	48%	35%		35%
J'ai étudié ou travaillé au Canada	13%	18%	10%	6%	14%		7%
J'ai de la famille ou des amis au Canada	16%	16%	16%	15%	12%		43%
J'apprécie des contenus culturels ou culinaires canadiens (p. ex. artistes, films, séries, livres, cuisine, etc.)	19%	17%	21%	18%	17%		30%
Je suis né(e) au Canada	0%	0%	0%	2%	0%		0%
Autre (veuillez préciser) :	3%	2%	3%	6%	3%		2%
Je n'ai aucun lien ni expérience préalable avec le Canada	36%	38%	33%	37%	39%		15%

Q5: Quelle(s) était(ent) votre ou vos principale(s) raison(s) de visiter le Pavillon du Canada ?

Cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
J'ai entendu dire que c'est un excellent pavillon à visiter	46%	42%	53%	44%	47%	25%	48%
Pour en apprendre davantage sur le Canada	42%	39%	42%	50%	44%	15%	36%
Je me promenais simplement et j'ai décidé de visiter	24%	30%	22%	11%	22%	43%	32%
Pour assister à une performance culturelle ou une présentation	13%	11%	17%	13%	13%	13%	16%
Pour goûter à la cuisine canadienne	11%	12%	11%	7%	11%	10%	7%
Pour explorer des opportunités au Canada (études, investissements, affaires)	6%	8%	5%	2%	5%	5%	18%
Je fais partie d'un groupe guidé ou organisé	3%	4%	2%	3%	3%	3%	7%
J'ai fait une réservation	3%	2%	3%	3%	3%	2%	1%
Je suis Canadien(ne) / je vis au Canada / j'y suis déjà allé(e)	2%	3%	2%	2%	1%	30%	0%
Pour participer à un événement d'affaires ou de réseautage	2%	2%	2%	3%	2%	7%	4%
J'ai été invité(e) par un ami / pour rencontrer une connaissance	1%	1%	1%	0%	1%	0%	2%
J'ai gagné à la loterie	1%	0%	1%	1%	1%	2%	0%
Autre (veuillez préciser) :	1%	1%	1%	2%	1%	5%	2%
Je ne sais pas	0%	0%	0%	1%	1%	0%	0%

Q6: Aviez-vous planifié votre visite au Pavillon du Canada à l'avance, ou s'agissait-il d'une décision spontanée ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
J'avais planifié ma visite à l'avance	65%	61%	67%	77%	66%	65%	57%
J'ai décidé de visiter spontanément	35%	39%	33%	23%	34%	35%	43%

Q8: Comment avez-vous entendu parler du Pavillon du Canada pour la première fois ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	663	313	239	111	573	39	51
Sur le site web ou l'application de l'Expo 2025	38%	33%	38%	53%	39%	23%	43%
Par recommandation (bouche à oreille)	26%	31%	24%	18%	26%	41%	20%
Sur les médias sociaux	22%	24%	23%	16%	22%	18%	25%
En le voyant en me promenant, j'ai décidé de le visiter	7%	6%	9%	5%	7%	10%	4%
Par le biais d'un tour ou d'un guide officiel de l'Expo	3%	3%	4%	4%	3%	0%	6%
Dans les médias / aux nouvelles	2%	1%	2%	3%	1%	5%	2%
Autre (veuillez spécifier)	1%	2%	0%	1%	1%	3%	0%

Q9: Qu'avez-vous le plus aimé du Pavillon du Canada ? Y a-t-il eu quelque chose de très mémorable ou qui vous a particulièrement plu ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
L'exposition principale avec les monolithes illuminés et la réalité augmentée	57%	60%	56%	52%	55%	80%	70%
Rencontrer des Canadiens (personnel d'accueil, mascotte, artistes)	28%	29%	27%	26%	29%	30%	13%
La salle « Le Canada vu de l'espace » – la vue satellite du Canada	24%	24%	25%	26%	24%	13%	31%
Le design extérieur du Pavillon du Canada	24%	24%	25%	24%	25%	18%	24%
La galerie de clôture avec les images grand format des paysages canadiens	17%	17%	15%	22%	18%	12%	13%
Les événements et spectacles en direct / la programmation spéciale et les projections sur la place centrale	12%	9%	15%	16%	13%	5%	10%
L'offre de nourriture et de boissons canadiennes	8%	8%	9%	4%	7%	13%	9%
L'occasion de prendre une photo avec l'enseigne « Canada »	4%	4%	4%	3%	3%	12%	11%
Autre (veuillez préciser) :	1%	1%	2%	1%	1%	2%	0%
Aucun de ces éléments	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
Je ne sais pas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Q10: Souhaitez-vous ajouter d'autres commentaires sur ce que vous avez le plus aimé du Pavillon du Canada ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1009	509	355	145	860	59	90
C'était bien / cool / amusant / une expérience nouvelle et intéressante	18%	15%	17%	27%	19%	8%	13%
J'ai vécu une expérience excitante avec la réalité augmentée (RA) / la technologie RA / les présentations ou exp	13%	15%	12%	10%	15%	3%	4%
Le personnel était serviable / attentionné / amical	10%	10%	10%	12%	11%	8%	4%
C'était amusant d'utiliser l'iPad / la tablette	9%	7%	13%	9%	10%	2%	1%
J'ai pu voir des images plus détaillées / différentes vues avec l'équipement RA / l'iPad / la tablette	9%	7%	10%	9%	10%	3%	1%
J'en ai appris davantage sur le Canada / la culture canadienne	8%	7%	8%	8%	9%	0%	0%
J'ai aimé la présentation des icebergs / glaciers	6%	6%	5%	8%	6%	5%	1%
J'ai pu voir différentes attractions (chutes du Niagara, nature, etc.)	6%	5%	6%	8%	6%	2%	4%
C'était réaliste / j'ai ressenti le froid du Canada, j'ai pu Expérimenter le paysage urbain, etc.	5%	5%	5%	5%	5%	2%	1%
La vue était magnifique / c'était agréable de voir de beaux paysages	5%	4%	7%	3%	5%	0%	0%
C'était un système de présentation innovant	5%	5%	6%	0%	5%	2%	1%
Cela m'a donné envie de voyager au Canada	3%	1%	5%	7%	4%	0%	2%
L'espace était confortable	2%	2%	3%	2%	2%	0%	1%
La nourriture était délicieuse (pommes de terre, homard, crème glacée, etc.)	2%	2%	2%	1%	2%	0%	0%

J'ai aimé la présentation des aurores boréales	2%	1%	2%	3%	2%	0%	0%
L'explication de l'utilisation de l'iPad/tablette pour la RA Était claire / bonne explication de la technologie	1%	1%	1%	3%	1%	0%	1%
Cela m'a rappelé des souvenirs	1%	1%	1%	2%	1%	2%	0%
La tablette / l'équipement pour la RA était lourd	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Difficile de comprendre le contenu / plus d'informations seraient nécessaires	1%	1%	1%	1%	1%	5%	0%
Les images en RA étaient belles / amusantes	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%
C'était intéressant de voir le Canada depuis l'espace / l'univers	1%	1%	0%	0%	1%	0%	0%
Les enfants ont également apprécié l'expérience	1%	0%	1%	1%	1%	0%	0%
J'ai eu un problème technique avec la RA / la tablette / l'iPad	1%	1%	1%	0%	0%	0%	4%
J'ai aimé la démonstration de fabrication du pain / la dégustation de soupe à la citrouille	1%	1%	0%	1%	1%	0%	0%
Autre	4%	3%	6%	3%	4%	2%	6%
Rien / aucun	35%	42%	30%	25%	30%	71%	63%

Q12: (EXCLUANT Non-Applicable) - Dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de...

Total satisfait présenté

Column %	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	*	*	*	*	*	*	*
l'apparence extérieure du Pavillon du Canada	96%	96%	97%	91%	96%	92%	94%
l'expérience interactive à l'intérieur du Pavillon du Canada	97%	98%	97%	98%	98%	98%	94%
les événements en direct / la programmation spéciale et les projections sur la place centrale	95%	97%	93%	91%	95%	97%	90%
l'offre de nourriture et de boissons	83%	86%	82%	77%	84%	86%	78%
le personnel d'accueil	99%	99%	99%	100%	99%	100%	97%
l'utilisation de l'iPad pour l'exploration interactive	96%	97%	95%	94%	96%	98%	94%

*n varie pour chaque item

l'apparence extérieure du Pavillon du Canada (n=1004)

l'expérience interactive à l'intérieur du Pavillon du Canada (n=1004)

les événements en direct / la programmation spéciale et les projections sur la place centrale (n=656)

l'offre de nourriture et de boissons (n=348)

le personnel d'accueil (n=1009)

l'utilisation de l'iPad pour l'exploration interactive (n=1001)

Q13: En pensant à l'ensemble de votre visite au Pavillon du Canada, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) ou insatisfait(e) de votre expérience ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
(NET) SATISFAIT(E)	98%	98%	99%	98%	99%	98%	94%
Très satisfait(e)	72%	73%	68%	78%	72%	70%	71%
Plutôt satisfait(e)	26%	25%	31%	20%	27%	28%	23%
(NET) INSATISFAIT(E)	2%	2%	1%	2%	1%	2%	6%
Plutôt insatisfait(e)	1%	2%	1%	2%	1%	2%	3%
Très insatisfait(e)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
Je préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Q16: Comment l'expérience vécue au Pavillon du Canada se compare-t-elle à celle des autres pavillons que vous avez visités à l'Expo 2025 ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
(NET) POUVANT COMPARER	90%	88%	93%	94%	94%	50%	87%
(NET) MIEUX	81%	79%	83%	87%	84%	45%	76%
Beaucoup mieux	51%	48%	51%	63%	54%	32%	39%
Un peu mieux	30%	30%	32%	23%	31%	13%	37%
(NET) À PEU PRÈS PAREIL OU PIRE	9%	9%	10%	7%	9%	5%	11%
À peu près la même chose que les autres pavillons	7%	8%	7%	6%	7%	3%	9%
Un peu moins bien	2%	2%	3%	1%	2%	2%	2%
Beaucoup moins bien	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Je n'ai visité aucun autre pavillon	8%	11%	7%	4%	6%	45%	12%
Je préfère ne pas répondre	1%	1%	1%	2%	1%	5%	1%

Q17: Comment votre perception du Canada a-t-elle évolué après votre visite au Pavillon ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	954	464	349	141	864	0	90
(NET) PLUS POSITIVE	92%	92%	92%	93%	93%		78%
Elle est devenue beaucoup plus positive	57%	55%	55%	67%	59%		38%
Elle est devenue un peu plus positive	35%	36%	37%	26%	34%		40%
Elle n'a pas changé	8%	8%	8%	6%	6%		21%
(NET) PLUS NÉGATIVE	0%	0%	0%	1%	0%		1%
Elle est devenue un peu plus négative	0%	0%	0%	1%	0%		1%
Elle est devenue beaucoup plus négative	0%	0%	0%	0%	0%		0%
Je préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	0%		0%

Q18: En vous basant sur votre visite aujourd'hui, êtes-vous maintenant plus intéressé par le Canada, et de quelle manière ?

Cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	954	464	349	141	864	0	90
(NET) INTÉRESSÉ(E)	90%	91%	90%	91%	90%		96%
Découvrir davantage la culture canadienne	54%	57%	52%	49%	55%		46%
Visiter le Canada comme touriste au cours des trois prochaines années	38%	38%	38%	38%	35%		63%
Acheter des produits provenant du Canada	19%	17%	21%	21%	20%		11%
Il est peu probable que j'aie d'autres interactions avec le Canada	10%	9%	10%	9%	10%		4%
Étudier au Canada	6%	7%	5%	1%	5%		16%
Explorer des occasions d'affaires avec le Canada	4%	5%	4%	3%	3%		13%
Déménager au Canada pour y vivre	4%	4%	3%	3%	3%		9%
Investir dans les marchés canadiens	2%	2%	2%	3%	2%		2%

Q20: Recommanderiez-vous le Pavillon du Canada à d'autres personnes (amis, famille, collègues) ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
(NET) PROBABLE	88%	88%	88%	93%	87%	98%	92%
Très probable	63%	58%	63%	80%	62%	72%	70%
Assez probable	25%	29%	25%	13%	26%	27%	22%
(NET) NEUTRE OU PEU PROBABLE	11%	12%	12%	7%	12%	2%	8%
Ni probable ni improbable	10%	10%	10%	7%	11%	0%	7%
Assez improbable	1%	2%	1%	0%	2%	2%	1%
Très improbable	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Je préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Q21: En repensant à votre expérience d'aujourd'hui, y a-t-il quelque chose qui aurait pu améliorer votre visite au Pavillon du Canada ? Y avait-il quelque chose qui manquait et que vous auriez aimé voir ?

	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1013	511	357	145	863	60	90
L'iPad / la tablette était lourde / le poids de l'iPad	11%	9%	14%	12%	12%	0%	6%
L'iPad / la tablette était non réactive / défectueuse / difficile à utiliser	8%	8%	8%	9%	9%	5%	3%
Moins de temps d'attente / devoir attendre même avec une réservation	4%	4%	5%	3%	5%	0%	1%
Je voulais en savoir plus sur la culture, la nature et les attractions canadiennes	4%	5%	4%	1%	3%	3%	11%
Manque d'explications / difficile à comprendre / plus de clarification sur le concept	3%	4%	3%	1%	4%	3%	1%
Plus de descriptions ou d'instructions écrites / sous-titres à l'écran	3%	4%	2%	1%	3%	7%	1%
Manque de confort (pas de sièges, pas de ventilateurs, trop froid, etc.)	3%	3%	3%	1%	3%	3%	2%
La réponse de la RA était faible / le capteur ou la caméra était défectueux	2%	2%	3%	3%	2%	2%	3%
Je voulais plus de contenu / j'aurais aimé que ce soit plus long	2%	4%	1%	0%	2%	12%	3%
Absence de boutique pour acheter des produits canadiens / aucun article en vente	2%	1%	3%	2%	2%	0%	0%
Plus d'expositions interactives (stimulation olfactive, sons, expérience immersive, etc.)	2%	2%	2%	0%	2%	0%	2%
Plus d'endroits sans réservation / système de réservation simple	1%	1%	2%	3%	2%	0%	1%
Des tablettes individuelles auraient été mieux / nombre	1%	1%	1%	3%	2%	0%	0%

limité de tablettes							
Plus d'orientation pour se repérer dans la zone (pour ne rien manquer)	1%	1%	2%	0%	1%	2%	2%
Je voulais voir une présentation plus réaliste, pas seulement en RA	1%	2%	1%	0%	1%	0%	6%
Améliorer le service à la clientèle / personnel plus compétent	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Plus de choix alimentaires	1%	1%	1%	1%	1%	3%	1%
L'image était difficile à voir / j'aurais aimé que l'écran soit plus grand	1%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Moins de congestion / meilleure gestion de la circulation des visiteurs	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%
Autre	4%	5%	2%	4%	3%	15%	4%
Rien / aucun / satisfait	47%	48%	45%	54%	48%	32%	51%
Ne sait pas / refus	2%	2%	2%	3%	1%	17%	7%

GENDER: Quelle est votre identité de genre ?

Column %	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
Homme	40%	46%	35%	36%	38%	50%	56%
Femme	58%	53%	64%	63%	61%	48%	42%
Autre (veuillez specifier)	1%	1%	1%	0%	0%	0%	2%
Je préfère ne pas répondre	1%	1%	0%	1%	1%	2%	0%

COMPOSITION: Avec qui visitez-vous l'Expo aujourd'hui ?

Column %	Total	16-34	35-54	55+	Japon	Canada	Autre
Total absolu	1014	512	357	145	864	60	90
Seul(e)	14%	11%	16%	23%	16%	3%	11%
En couple (avec mon/ma partenaire uniquement)	19%	22%	17%	11%	16%	35%	29%
En famille	33%	29%	36%	42%	35%	32%	21%
Avec des amis	28%	30%	27%	21%	27%	30%	31%
Avec un groupe scolaire	1%	3%	0%	0%	2%	0%	0%
Avec un groupe organisé	1%	2%	1%	2%	1%	0%	7%
Avec des collègues	3%	3%	4%	0%	3%	0%	1%
Autre (veuillez spécifier)	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Je préfère ne pas répondre	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%