**Numéro d’enregistrement de ROP : POR 007-16**

**Numéro de contrat de TPSGC : 35035-160017/001/CY**

**Date d’adjudication du contrat : 27 mai 2016**

**Date de livraison : 4 novembre 2016**

**Delivery Date: November 4, 2016**

**Points de vue sur les enjeux actuels**

***Sommaire***

**préparé par**

**Corporate Research Associates Inc.**

**pour le**

**Bureau du Conseil privé**

***This report is also available in English.***

**Pour obtenir plus d’information sur le présent rapport, veuillez adresser un courriel à**

[**por-rop@pco-bcp.ca**](mailto:karen.moorcroft@pco-bcp.ca)**.**

****

7071 Bayers Road, Suite 5001

Halifax NS B3L 2C2

www.cra.ca

1-888-414-1336

# Sommaire

### i. Énoncé des objectifs de la recherche

Corporate Research Associates a entrepris l’étude intitulée ***Points de vue sur les enjeux actuels*** au nom du Bureau du Conseil privé. La recherche visait à recueillir des opinions et à comprendre les perceptions des adultes canadiens au sujet des événements actuels pertinents pour le gouvernement du Canada, y compris l’innovation, l’environnement et la culture.

Cette contribution était nécessaire parce que les questions complexes sont souvent difficiles à communiquer au public canadien d’une manière qui soit facile et claire à comprendre. En menant cette recherche, le BCP est en mesure de mieux comprendre les opinions et les préoccupations du public afin de développer des produits et des stratégies de communication efficaces.

### ii. Résumé des conclusions clés

Un large éventail de sujets a été exploré dans le cadre de ce projet de recherche, y compris l’innovation, l’environnement et la culture.

En commençant par **l’innovation,** dans l’ensemble, les participants appuyaient le fait que le gouvernement du Canada participe à l’innovationdans le pays et considéraient ce concept sous un angle très positif. Le concept d’innovation était perçu comme une valeur canadienne et il est entendu qu’il s’agit d’une façon nouvelle et progressive de faire les choses, qui suppose un élément de créativité.

Les participants croyaient que le gouvernement du Canada joue un rôle essentiel pour faire en sorte que l’innovation se produise au Canada, c’est-à-dire qu’il est présent dès la phase d’incubation et de financement, il appuie et favorise son développement, pour finalement partager ses succès. Lorsqu’on leur a demandé de choisir entre aider à créer les conditions propices à l’innovation au Canada ou accroître l’innovation et l’expérimentation au sein du gouvernement, les participants préféraient généralement la première option. La compréhension des participants de ce que le gouvernement fédéral fait actuellement en matière d’innovation était pratiquement inexistante. Cela dit, lorsqu’on leur a demandé, les participants ont dit préférer que le gouvernement offre des subventions pour soutenir l’innovation, plutôt que d’offrir des réductions d’impôt ou de faire des investissements, en particulier pour les petites organisations. En ce qui a trait aux secteurs, les participants ont privilégié l’aide au secteur de la santé, compte tenu du vieillissement de la population canadienne, ainsi que les secteurs de l’éducation, de l’agriculture, de la foresterie, des énergies renouvelables et des technologies propres.

Tout au long des discussions, il était clair que les participants appuyaient la participation du gouvernement à l’innovation par la formation et le soutien à l’enseignement supérieur. Ces résultats témoignent de l’intérêt à ce que le gouvernement investisse dans des innovateurs locaux, en fournissant le soutien nécessaire et en créant les conditions propices au succès. Il existait également un appui notable pour que le gouvernement encourage les partenariats entre des entreprises innovantes et des institutions de recherche.

En ce qui concerne l’environnement, les participants estimaient que le changement climatique, l’utilisation accrue des énergies renouvelables, l’amélioration de la qualité de l’air et de l’eau, et des programmes de recyclage améliorés figurent parmi les questions environnementales les plus importantes qui méritent l’attention du gouvernement. Alors que de nombreuses questions environnementales occupaient l’esprit des gens, la connaissance et la compréhension de certains des termes utilisés pour parler de l’environnement étaient limitées, y compris le « prix du carbone» qui est mieux connu des gens comme la « carbon tax/taxe du carbone ».

En discutant du concept de tarification du carbone, les participants croyaient que le meilleur argument d’une telle idée est la réduction des émissions de gaz à effet de serre et l’utilisation du revenu de la taxe pour financer de nouveaux investissements pour la technologie verte. Dans une certaine mesure, le prix du carbone encourage les entreprises à innover et à trouver des solutions permanentes pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Il était généralement admis qu’un prix sur le carbone conduira à un environnement plus sain, car il est plus coûteux de polluer et moins coûteux de fonctionner proprement, ce qui encourage les entreprises à trouver des solutions innovantes pour polluer moins. Le prix sur le carbone était considéré comme la clé de l’économie de demain axée sur l’énergie propre, en plus d’être une façon pour le Canada de faire sa part dans la lutte mondiale contre le changement climatique. D’une manière générale, les participants souhaitaient fortement que des mesures rigoureuses soient prises pour lutter contre le changement climatique, pour nos enfants et les générations futures.

Il existe certaines préoccupations liées à la fixation du prix du carbone. Plus précisément, les risques de fuite associés à la surtaxe des sociétés étaient une préoccupation majeure. Parallèlement, les participants ont exprimé leur inquiétude devant le fait qu’un prix sur le carbone pourrait rendre le Canada moins attrayant pour les investissements étrangers et rendre les entreprises canadiennes moins concurrentielles sur la scène mondiale. Il existait également un risque perçu que les coûts d’exploitation additionnels résultant de la tarification du carbone soient redirigés vers les clients, réduisant ainsi le pouvoir d’achat de la population.

La connaissance du système de plafonnement et d’échange était faible, même s’il était considéré comme un bon outil pour mesurer la performance du Canada dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre, mais pas suffisamment pour motiver des solutions novatrices. Bien que l’idée d’un niveau maximal d’émissions de gaz à effet de serre attirât les Canadiens, car elle fixe un objectif de rendement qui peut être révisé à la baisse, elle n’a pas été considérée comme une incitation suffisante pour motiver les organisations à trouver des moyens de réduire les émissions de gaz à effet de serre. Le manque de compréhension claire de la taxe sur le carbone et du système de plafonnement et d’échange fait en sorte que les participants étaient incapables de formuler clairement ce qu’ils préféraient.

Lorsqu’on a montré la situation actuelle au Canada et les écarts entre les provinces, il était clair qu’il y avait peu ou pas de sensibilisation aux modèles de tarification du carbone utilisés au Canada, et les participants avaient l’impression qu’ils étaient mis en œuvre dans chaque province. Sachant cela, il est clair que toutes les provinces doivent participer et assumer certaines des responsabilités en matière de lutte contre le changement climatique. Bien que le gouvernement du Canada ait un rôle à jouer dans la mise en œuvre d’une stratégie nationale de tarification du carbone, son degré d’implication est flou. Cela dit, les participants estimaient que le gouvernement du Canada devrait établir des lignes directrices en matière de tarification du carbone et les surveiller, tandis que les provinces et les territoires seraient responsables de l’élaboration et de la mise en œuvre de la stratégie de tarification du carbone dans leur territoire. Cela permettrait d’adapter les mesures aux ressources naturelles et au paysage économique uniques à chaque province.

Il est fortement souhaitable que les fonds recueillis lors de l’application de la tarification du carbone soient réinvestis pour compenser les effets négatifs de la pollution, en particulier dans le domaine du développement de l’énergie propre ou pour encourager la production de biens de consommation respectueux de l’environnement.

Dans certains groupes, il y a eu une brève discussion sur l’amiante, et les résultats révèlent que l’amiante était considéré comme présentant un risque pour la santé et que, par conséquent, on appuie l’interdiction de son utilisation au Canada.

En ce qui a trait à la **culture et au patrimoine,** les participants croyaient que la culture canadienne est largement définie par son peuple, ses lieux de culture et ses formes d’expression culturelle. En effet, les discussions ont révélé que la culture canadienne est généralement définie par les diverses formes d’expression artistique, comme la musique, les arts de la scène et les films. Elle était également couramment associée à des lieux de culture, y compris des musées, des bibliothèques et des théâtres, ainsi que des rassemblements publics et des festivals. L’histoire, le patrimoine et la généalogie sont également très présents lorsqu’on pense au secteur de la culture au Canada. Notre culture était aussi communément définie comme diversifiée et multiculturelle, ce qui est probablement le reflet de la population canadienne. Parallèlement, on a reconnu le rôle que les influences autochtones jouent dans la formation de la culture dans ce pays. Dans l’ensemble, les « gens » étaient considérés comme étant au cœur de ce qui définit la culture canadienne. Enfin, les participants francophones considéraient que le bilinguisme est un facteur clé de différenciation de la culture au Canada.

La sensibilisation au contenu canadien était très répandue et sa qualité semble s’être améliorée au cours des dernières années. De plus, l’expression « contenu canadien » semblait connue à tous les endroits et elle était surtout associée à des productions artistiques ou culturelles canadiennes, souvent décrites à la fois comme diverses et de haute qualité. Cela dit, il n’y avait pas de consensus quant à savoir si le contenu canadien est populaire ou impopulaire, ou s’il est moderne et passionnant ou ennuyeux et dépassé. Et bien qu’on admette que sa qualité s’est beaucoup améliorée au cours des dernières années, elle est toujours considérée comme moyenne au mieux, la musique étant considérée comme ayant le meilleur contenu et la meilleure qualité, suivie de la télévision. En revanche, les participants étaient généralement critiques de la qualité du théâtre et du cinéma canadiens.

Les participants estimaient que la culture canadienne est menacée par le manque de financement et de reconnaissance de la part du public et des institutions et souhaitaient que la culture canadienne reçoive un financement accru. Avec le déclin du soutien du secteur public, on avait l’impression que le coût de l’accès à la culture a augmenté, en particulier pour les spectacles. En même temps, la façon dont la culture est consommée a changé avec l’apparition d’Internet, qui fournit un meilleur accès à la culture ici et à l’étranger. Les participants étaient d’avis que ce paysage changeant implique que les producteurs culturels canadiens ressentent une certaine pression d’améliorer la qualité du produit et de « faire plus avec moins » afin de rivaliser avec les productions américaines. Cela dit, les participants se sentaient vulnérables financièrement et estimaient que les entreprises de télécommunications devraient assumer toute augmentation d’impôt pour financer la culture canadienne.

Il existe un besoin clair et reconnu de soutien gouvernemental envers le contenu canadien, surtout compte tenu de l’impact d’un accès accru au contenu. Même si aucun détail précis n’a été fourni, on estimait que la protection du contenu canadien est bonne pour l’économie et contribue à la création ou au maintien d’emplois dans le secteur. Dans l’ensemble, il était souhaitable que le gouvernement intervienne pour soutenir le contenu canadien afin de renforcer notre identité canadienne et veiller à ce que des productions de qualité pertinentes soient offertes au public canadien. En tant que conséquence, les participants estimaient que le contenu canadien de qualité permet de positionner favorablement le Canada sur la scène mondiale, ce qui a des répercussions économiques positives sur d’autres secteurs de notre économie, comme le tourisme. Les participants souhaitaient que des initiatives culturelles de moindre envergure, qui reflètent vraiment nos valeurs canadiennes, reçoivent un soutien, plutôt que celles qui ont déjà fait l’objet d’une reconnaissance mondiale ou celles d’artistes de grande renommée.

À quelques endroits, des discussions ont eu lieu relativement aux billets de banque canadiens. L’étude révèle que, même si les participants souhaitaient qu’une éminente Canadienne apparaisse sur un billet de banque, on ne savait pas quelle femme devrait y figurer ni quel billet conviendrait.

### iii. Méthodologie

Du 21 juin au 1er septembre 2016, un total de 20 groupes de discussion en personne ont eu lieu dans neuf (9) marchés, dont Prince George, Surrey, Saskatoon, Winnipeg, North York, Toronto, Montréal, Sherbrooke et Halifax. Entre 8 et 10 participants ont pris part à chaque groupe, pour un total de 162 participants. Chaque discussion a duré deux heures. Un incitatif de participation allant de 75 $ à 85 $ par personne a été offert en fonction des exigences du marché.

### iv. Nature directionnelle de la recherche qualitative

Les techniques qualitatives sont utilisées pour des études de marché dans le but de fournir une orientation et une compréhension approfondies, plutôt que de fournir des données quantitatives précises ou absolues. En raison des distorsions inhérentes à la technique, les données ne devraient pas être extrapolées sur une population précise.

Les discussions qualitatives se veulent des discussions détendues, non officielles et non menaçantes dirigées par un animateur, et regroupant des participants qui présentent des caractéristiques, des habitudes et des attitudes qui sont jugées pertinentes dans le contexte du sujet traité.

### v. Coûts de la recherche

La valeur contractuelle totale de la recherche était de 112 509,54 $ (incluant la TVH).