

Sondage Panorama 2017 — Document d'analyse

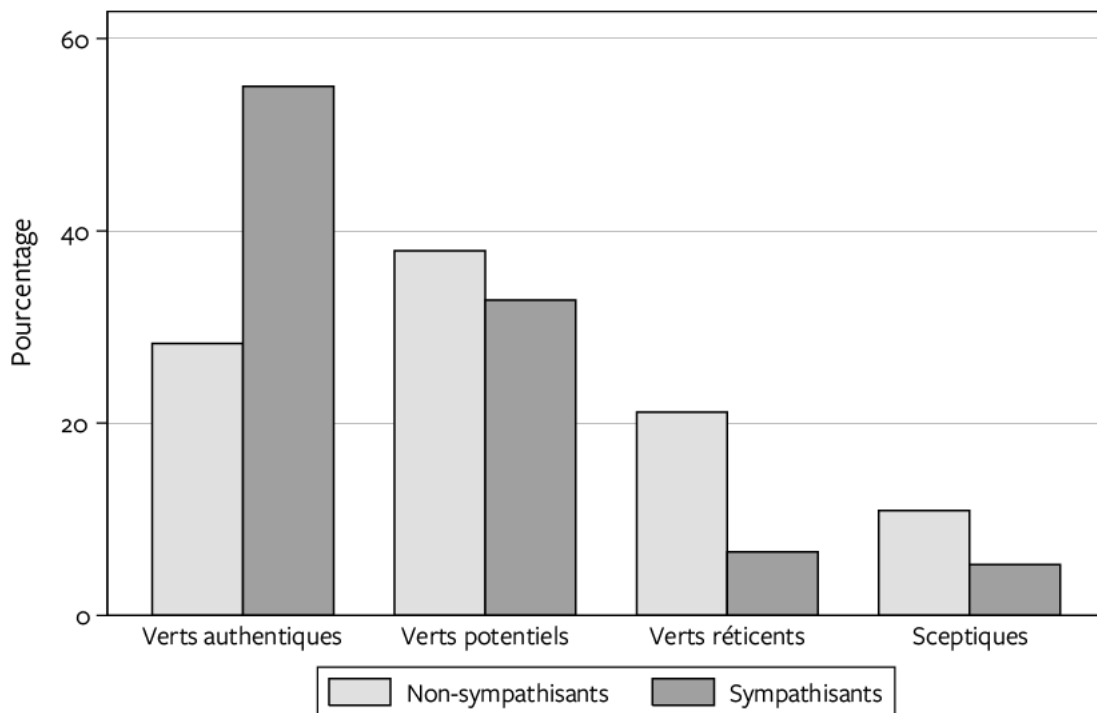
Sympathisants des ONGE au Canada: examen plus approfondi

Les organismes partenaires ont demandé de dresser les profils des sympathisants des organisations non gouvernementales de l'environnement (ONGE) au Canada. Nous définissons comme «sympathisants» les Canadiens de notre échantillon qui ont déclaré être «un membre, un partisan, un donateur ou un bénévole auprès d'un groupe environnemental». Des 3 000 entrevues réalisées, 378 répondants ont affirmé être des sympathisants, soit environ 13 % de notre échantillon. Afin d'aider les partenaires à en apprendre davantage au sujet des Canadiens avec qui ils interagissent et sur les façons de les aborder, ce document d'analyse soulève les trois questions suivantes: 1) Quelle est la composition démographique des sympathisants des ONGE au Canada? 2) Quelles sont leurs sources d'information et 3) Quels sont les facteurs associés au fait d'être un sympathisant d'une ONGE?

À qui les ONGE s'adressent-elles en ce moment?

Comme l'illustre la figure 1, les sympathisants des organisations non gouvernementales de l'environnement sont étroitement corrélés à la segmentation par nuances de vert. Si on observe la composition des sympathisants des ONGE, on remarque qu'elle est majoritairement constituée de verts authentiques (55 %), suivis des verts potentiels (33 %), des verts réticents (7 %) et des sceptiques (5 %)ⁱ. Lorsqu'elles communiquent avec leurs membres, les ONGE sont donc davantage susceptibles de s'adresser à des verts authentiques plutôt qu'aux membres de tout autre segment. Comme le révèle le rapport du sondage Panorama 2017, une vaste majorité de verts authentiques affirment que la protection de l'environnement revêt une grande importance pour eux (92 %). Les personnes de ce groupe ont de solides valeurs environnementales, comme le biosphérisme (c.-à-d. le souci de la nature et de l'environnement), et leurs convictions au sujet de l'état de l'environnement sont fermement ancrées. Les Canadiens qui appartiennent à ce segment sont généralement des femmes, ils sont plus âgés et détiennent un diplôme universitaire. Le rapport du sondage Panorama 2017 comprend une analyse plus détaillée de la segmentation par nuances de vert.

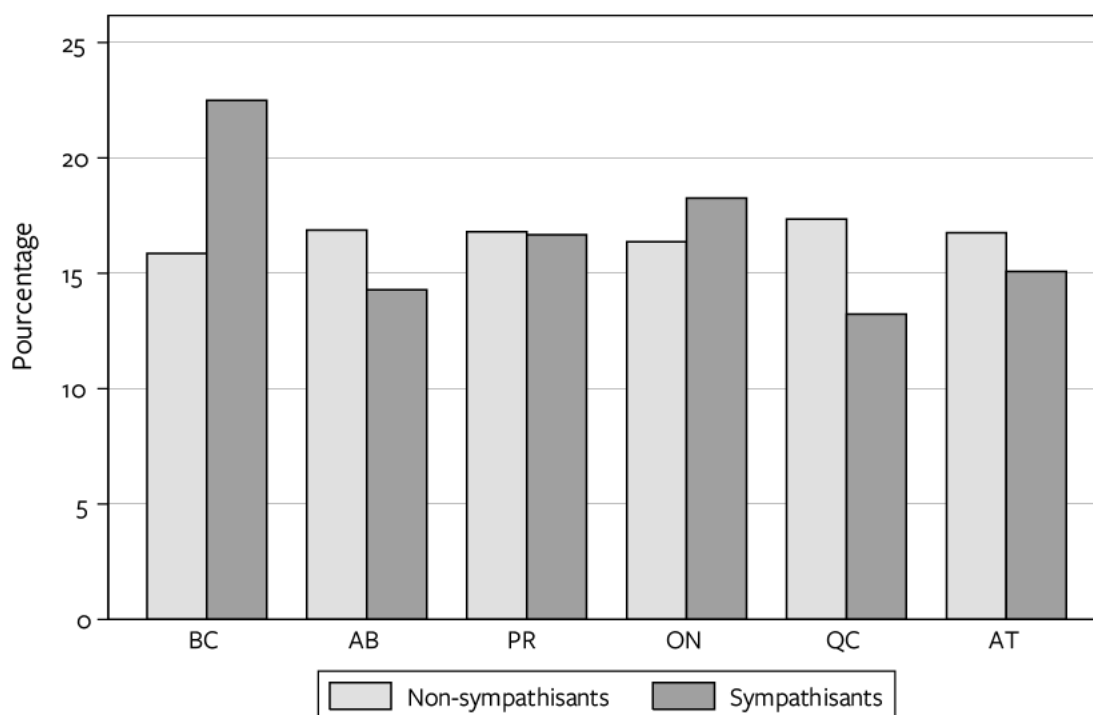
Figure 1. — Sympathisants des ONGE selon la segmentation par nuances de vert



Bien sûr, les Canadiens qui appartiennent au segment des verts authentiques ne sont pas tous des sympathisants d'une ONGE. C'est pourquoi le rapport du sondage Panorama 2017 suggère aux partenaires de cibler ce groupe s'ils souhaitent faire croître leur nombre d'adhérents. En fait, des 950 répondants de notre échantillon qui se sont rangés du côté des verts authentiques (32% de l'échantillon total), 208 (ou 22% des verts authentiques) se sont déclarés sympathisants d'une ONGE. De même, des 1 118 verts potentiels reconnus (37% de tous les répondants de notre échantillon), un nombre relativement faible de 124 répondants (soit 11% du segment des verts potentiels) ont affirmé être un membre, un abonné, un donateur ou un bénévole auprès d'un groupe environnemental. Autrement dit, ce sont les citoyens du Canada appartenant aux segments les plus verts qui présentent le plus grand potentiel de croissance pour les organisations environnementales.

Plus de détails suivent...

Figure 2. — Sympathisants des ONGE par region



Une analyse plus poussée des données du sondage Panorama 2017 révèle une variation importante de la distribution régionale des sympathisants des ONGE au Canada. Comme on peut le voir à la figure 2, une grande proportion des 378 sympathisants des ONGE que contient notre échantillon (22%) se trouve en Colombie-Britannique. Vient ensuite l'Ontario (avec 18% des sympathisants), alors que c'est au Québec qu'on retrouve le moins de sympathisants des ONGE malgré qu'il s'agisse de la province qui compte le plus grand nombre de verts authentiques. Cela laisse à penser que le mouvement environnemental au Québec présente un important potentiel de croissance. Fait intéressant, on ne retrouve aucune tendance dans la répartition géographique des non-sympathisants dans l'ensemble du pays. Nous recommandons d'utiliser cette information en tant que référence pour suivre l'évolution de la distribution afin d'évaluer le travail des partenaires qui souhaitent susciter l'engagement de Canadiens dans certaines régions en particulier.

**Tableau 1. — Caractéristiques sociodémographiques des sympathisants
des ONGE au Canada**

	Non-sympathisants	Sympathisants
<i>Nuance de vert</i>		
Verts authentiques	28 %	55 %
Verts potentiels	38 %	33 %
Verts réticents	21 %	7 %
Écodistants	2 %	<1 %
Sceptiques	11 %	5 %
<i>Région</i>		
Colombie-Britannique	16 %	23 %
Alberta	17 %	14 %
Prairies (Saskatchewan/Manitoba)	17 %	17 %
Ontario	17 %	18 %
Québec	17 %	13 %
Provinces de l'Atlantique	17 %	15 %
<i>Genre</i>		
Femmes	51 %	56 %
Hommes	49 %	44 %
<i>Âge de la cohorte</i>		
Entre 18 et 34 ans	25 %	22 %
Entre 35 et 54 ans	34 %	30 %
Entre 55 et 74 ans	36 %	41 %
75 ans ou plus	5 %	7 %
<i>Langue maternelle</i>		
Français	20 %	15 %
Anglais	70 %	76 %
Autre	10 %	9 %

<i>Milieu de vie</i>		
Rural	43%	41%
Urbain	58%	59%
<i>Scolarité</i>		
Aucun diplôme universitaire	63%	51%
Diplôme universitaire	37%	49%
<i>Revenu du ménage</i>		
Moins de 40 000 \$	24%	25%
40 000 \$–79 999 \$	35%	30%
80 000 \$–119 999 \$	24%	27%
Plus de 120 000 \$	16%	18%
<i>Idéologie</i>		
Gauche	29%	42%
Centre	38%	29%
Droite	34%	29%
<i>Lieu de naissance</i>		
Né au Canada	83%	81%
Né dans un autre pays	17%	19%
<i>Identité canadienne</i>		
Fier d'être Canadien	96%	93%
Non fier d'être Canadien	4%	7%
<i>Souveraineté du Québec (Québec seulement)</i>		
Souverainiste	34%	59%
Non souverainiste	66%	41%

Choix de vote		
Parti libéral	29 %	30 %
Parti conservateur	25 %	15 %
Nouveau Parti démocratique	14 %	17 %
Bloc Québécois	3 %	3 %
Parti vert	8 %	19 %
Indécis	12 %	18 %
Valeurs environnementales (moyenne)		
Valeurs biocentriques (0-10)	4,60	5,37
Niveau de préoccupation (0-10)	7,70	8,48
Confiance (moyenne)		
Confiance dans les ONGE (0-10)	6,19	7,23
Confiance dans l'industrie (0-10)	3,59	3,29
Nombre total de répondants	2 566	378

Légende:

Le tableau 1 présente les caractéristiques sociodémographiques et autres particularités des sympathisants des ONGE au Canada. Les données sont disposées en colonnes et indiquent, par exemple, la proportion de sympathisants qui appartiennent au segment des verts authentiques (et non la proportion de verts authentiques qui sont des sympathisants). Par conséquent, les colonnes des variables totalisent 100 %, par opposition aux rangées.

En ce qui concerne les caractéristiques sociodémographiques, une plus grande proportion des sympathisants sont des femmes (56 %) comparativement aux hommes (44 %). On retrouve généralement cet écart entre les femmes et les hommes dans les recherches d'EcoAnalytics et d'autres études, ce qui laisse croire qu'une plus grande attention et un plus grand soin doivent être accordés aux messages faisant appel aux valeurs et aux préoccupations des femmes. Près de la moitié de tous les sympathisants sont âgés de plus de 55 ans, alors que 22 % ont entre 18 et 34 ans, et 30 % se situent dans la catégorie des 35 à 54 ans. Il pourrait ainsi s'avérer fructueux d'orienter les

stratégies de recrutement afin de cibler les Canadiens qui appartiennent aux catégories d'âge plus avancées.

Une plus grande proportion de sympathisants possèdent l'anglais (76 %) comme langue maternelle; les francophones et les locuteurs d'une langue autre comptent pour 15 % et 9 % respectivement. Bien que cet écart linguistique s'explique par la prédominance d'anglophones dans l'échantillon, il n'en demeure pas moins que la proportion de sympathisants qui possèdent « l'anglais comme langue maternelle » est plus *grande* (76 %) que chez les non-sympathisants (70 %), alors que la proportion de répondants qui utilisent le « français comme langue maternelle » est plus *petite* chez les sympathisants (15 %) comparativement aux non-sympathisants (20 %). Le fossé qui en résulte entre l'anglais et le français est donc plus grand chez les sympathisants (on compte environ 62 % plus de locuteurs anglophones que de francophones dans ce groupe) que chez les non-sympathisants. Tout cela fait ressortir l'importance de communiquer dans les deux langues officielles ainsi que le grand potentiel que présente le segment des francophones de la population canadienne pour le recrutement de sympathisants.

Alors que les sympathisants sont davantage susceptibles de vivre en milieu urbain (59 %), une vaste proportion (environ 41 %) vit dans des milieux définis comme ruraux par Statistique Canada. Fait surprenant, les sympathisants sont également répartis uniformément entre ceux qui détiennent un diplôme universitaire (49 %) et ceux qui n'en détiennent pas (51 %). Toutefois, les sympathisants des ONGE sont en général plus scolarisés que les non-sympathisants : près de la moitié détiennent un diplôme universitaire comparativement à environ un tiers des non-sympathisants. Un grand nombre des sympathisants des ONGE (30 %) ont un revenu de ménage qui se situe entre 40 000 \$ et 80 000 \$, ce qui pourrait refléter la proportion des Canadiens plus âgés qui ont des revenus fixes et qui sont plus susceptibles d'être des membres ou des partisans d'une organisation environnementale. Il est toutefois intéressant de noter que le revenu ne contribue pas à distinguer les sympathisants des non-sympathisants. Dans les deux groupes, environ 24 % ont un revenu inférieur à 40 000 \$ par année, 33 % ont un revenu qui se situe entre 40 000 \$ et 80 000 \$, 25 % entre 80 000 \$ et 120 000 \$, tandis que 17 % gagnent plus de 120 000 \$ annuellement.

Le tableau 1 résume également le rôle de l'idéologie politique. Comme il est illustré, un grand nombre de sympathisants se situent à gauche de l'échiquier politique (42 %), alors que 29 % des gens qui appartiennent à ce groupe se situent au centre, et 29 %, à droite. En revanche, les non-sympathisants sont plus enclins à se situer au centre (38 %) qu'à gauche (29 %) ou à droite (33 %)

du spectre politique. Il pourrait alors être judicieux de procéder à une planification stratégique afin de déterminer la nécessité et la façon d'élaborer des messages faisant appel à une idéologie plus conservatrice (qui cibleraient, par exemple, l'efficacité, la sécurité, la conservation et le caractère sacré de la nature). Fait intéressant, un plus grand appui à l'idéologie de gauche chez les sympathisants ne se traduit pas forcément par des votes pour les principaux partis. Par exemple, l'appui aux libéraux est le même pour les deux groupes (29 %), alors que le soutien au NPD est presque équivalent avec 17 % des sympathisants ayant affirmé qu'ils voteraient pour ce parti contre 14 % pour les non-sympathisants. Plutôt, le fait de se situer à gauche du spectre se manifeste par un soutien envers les conservateurs dans une moindre proportion (15 % plutôt que 25 %) et un appui beaucoup plus grand pour le Parti vert (19 % plutôt que 8 %). Les sympathisants ont davantage tendance à être indécis, avec un pourcentage de 18 %, comparativement à 12 % pour les non-sympathisants. Cet aspect va de pair avec d'autres recherches et indique que de nombreux environnementalistes au Canada n'adhèrent à aucune idéologie politique et qu'ils peuvent représenter une ressource potentielle pour les politiciens qui souhaitent gagner des votes.

Au Québec, les attitudes à l'égard de la souveraineté sont également associées aux répondants qui sont des sympathisants d'une ONGE. Près de 60 % des sympathisants du Québec voteraient « oui » si un référendum sur la souveraineté était tenu la même journée. À titre de comparaison, seul le tiers des non-sympathisants voteraient oui. Lorsqu'ils s'adressent à leur auditoire, les groupes environnementaux du Québec pourraient par conséquent s'attacher à formuler des messages faisant appel aux valeurs nationalistes, une stratégie qui s'est avérée efficace pour le mouvement anti-Énergie Est avec la campagne « Coule pas chez nous » (voir le document d'analyse *Opinions à l'égard des oléoducs : examen plus approfondi*). À l'inverse, la fierté nationale envers le Canada ne semble pas liée à la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE, même si certaines entreprises (p. ex., Molson) recourent à des symboles de la nature canadienne (p. ex., forêts, lacs et rivières) qui renvoient à des emblèmes reconnus de l'identité canadienne dans le but de vendre leurs produits.

Comportements des sympathisants des ONGE en quête d'information

Où les sympathisants des ONGE puisent-ils leurs renseignements au sujet de l'environnement? Les comportements liés à la recherche d'information diffèrent-ils entre les groupes de sympathisants et de non-sympathisants? Dans le cadre du sondage Panorama 2017, les répondants devaient

indiquer les différents types de médias qu'ils consultent pour rester à jour en ce qui concerne les enjeux environnementaux. Le tableau 2 présente les résultats des réponses des sympathisants.

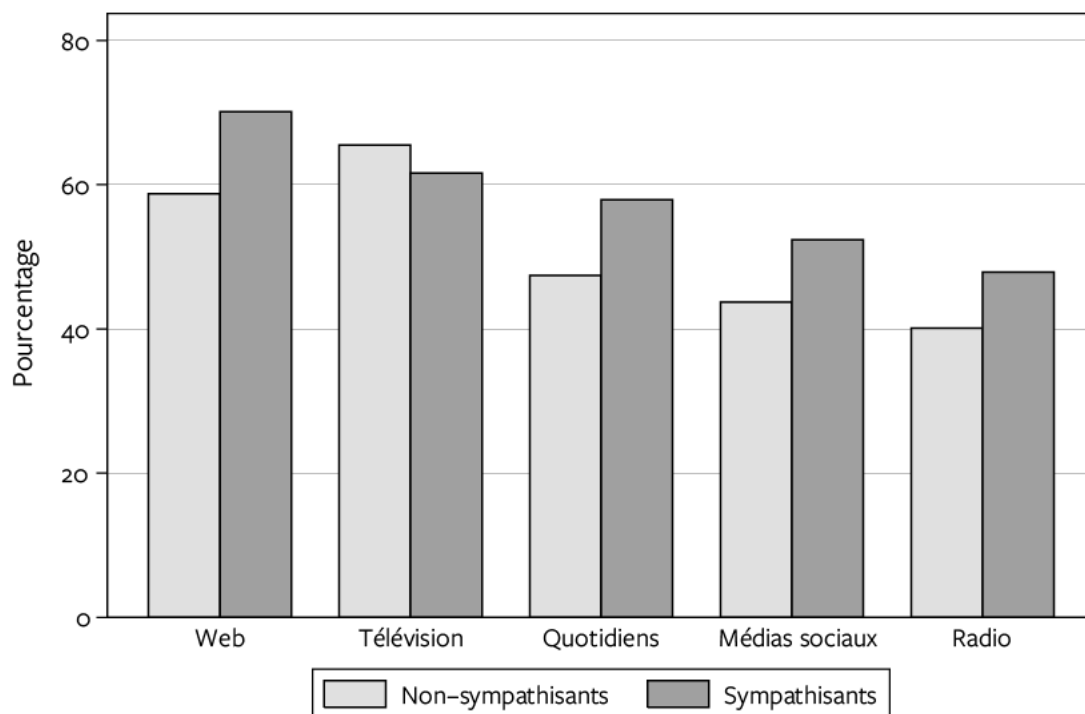
Tableau 2. — Sources d'informations utilisées par les sympathisants

	Quotidiens	Radio	Télévision	Médias sociaux	Sources Web
Consultent	58 %	48 %	62 %	52 %	70 %
Ne consultent pas	42 %	52 %	38 %	48 %	30 %

Plus de 70 % des sympathisants affirment consulter des sources Web pour se renseigner au sujet de l'environnement. En fait, les sources Web constituent la forme de diffusion d'information la plus utilisée par les sympathisants des ONGE. Alors que plus de la moitié d'entre eux consultent les médias sociaux, les médias classiques (particulièrement la télévision et les quotidiens) demeurent malgré tout une source d'information importante pour les sympathisants, ce qui reflète probablement la répartition des sympathisants selon l'âge comme l'illustre le tableau 1. La radio, en revanche, est la source d'information la moins utilisée par les sympathisants dont plus de la moitié ne consultent pas ce média.

Il est intéressant de noter que les méthodes de collecte d'information des sympathisants et des non-sympathisants diffèrent de façon considérable. Comme le montre la figure 3, la télévision constitue la principale source d'information d'environ 65 % des non-sympathisants. Toutefois, moins de 60 % d'entre eux utilisent les sources Web en tant que moyen d'information. Les médias sociaux sont beaucoup moins sujets à être consultés par les non-sympathisants comparativement aux sympathisants.

Figure 3. — Comparaison de l'utilisation des médias par les sympathisants et les non-sympathisants



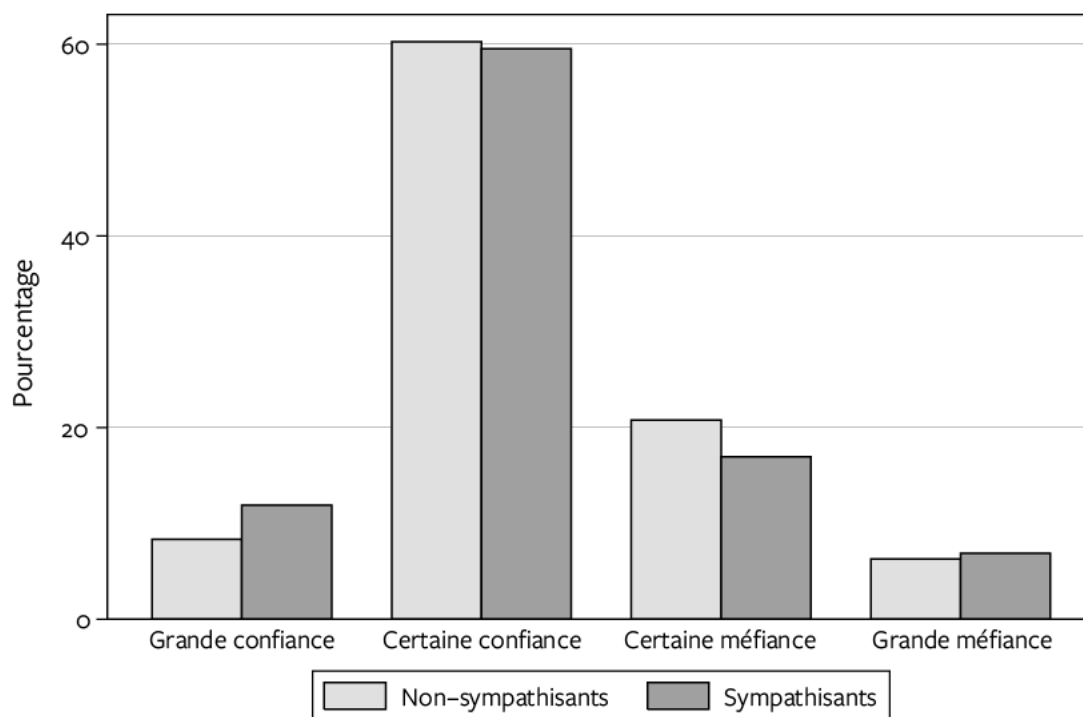
Autre fait saillant, les sympathisants sont plus portés que les non-sympathisants à consulter les médias numériques, tels que les sources Web ou les médias sociaux, que les médias imprimés, radiodiffusés ou télédiffusés, comme les quotidiens, la télévision et la radio. Pour être plus précis, 54 % des sympathisants font davantage usage des médias en ligne comparativement à 50 % chez les non-sympathisants. Ce résultat pourrait également être associé à l'âge. En effet, chez les sympathisants, l'âge médian de ceux qui consultent davantage les médias en ligne plutôt que les médias classiques est de 46,5 ans, tandis qu'il est de 59 ans pour ceux qui préfèrent les médias classiques.

Il est intéressant de constater que les sympathisants consultent une plus grande variété de médias. Des cinq choix qui s'offraient à eux (en plus de la catégorie « Autre »), les sympathisants consultent en moyenne 3,06 sources différentes de médias d'information, comparativement à 2,6 pour les non-sympathisantsⁱⁱ. Les sympathisants restent informés au moyen d'une vaste gamme de sources, et les ONGE devraient garder cela à l'esprit.

Confiance dans les médias

Dans le contexte du débat qui règne à savoir dans quelle mesure nous nous trouvons dans une ère post-factuelle ou post-vérité, où le scepticisme des citoyens face aux nouvelles qui leur sont communiquées ne cesse de grandir, nous avons inclus une question qui portait sur le niveau de confiance du public envers les médias en tant que source d'information sur l'environnement. Cette question suivait immédiatement celle portant sur les types de médias que les répondants consultent pour s'informer au sujet des enjeux environnementaux. Comme l'illustre la figure 4, les Canadiens font généralement montre d'un niveau de confiance modéré envers les médias. Or, on constate que la différence entre les sympathisants et les non-sympathisants est statistiquement non significative en ce qui concerne le niveau de confiance dans les médias pour s'informer au sujet des nouvelles environnementales.

Figure 4. — Comparaison des niveaux de confiance dans les médias des sympathisants et des non-sympathisants



Qu'est-ce qui incite les gens à devenir des sympathisants des ONGE?

Comment expliquer le fait que certaines personnes au Canada deviennent des sympathisants d'une ONGE? Quels sont les facteurs associés à l'appui accordé aux ONGE? Afin de répondre à ces questions, nous avons utilisé un modèle simple dans le but de déterminer quelles sont les personnes parmi nos répondants qui sont associées à la probabilité de se déclarer membre, partisan, donateur ou bénévole d'une ONGE, ou leurs caractéristiques. Alors que le tableau 1 dresse le portrait des sympathisants, des modèles de régression sont plus appropriés pour examiner les associations pouvant être effectuées entre le statut de sympathisant et les caractéristiques individuelles *avec un contrôle des autres variables du modèle*. Une telle approche permet d'exclure les relations confusionnelles et fallacieuses qui peuvent sembler présentes lorsqu'on observe des tableaux croisés descriptifs seuls (p. ex., le tableau 1). Elle permet également des inférences plus valides en ce qui concerne les facteurs qui sont réellement associés à la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE au Canada.

Le tableau 3 résume les résultats obtenus à l'aide de notre modèle visant à évaluer la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE en fonction de l'âge, du niveau de scolarité, de l'idéologie politique et du niveau de socialisation environnementale, tout en contrôlant si l'entrevue a été réalisée au téléphone ou en ligne.

Tableau 3. — Modèle de type logit des sympathisants des ONGE

Nom de la variable	Coefficient	Écart-type
Socialisation	1,58***	(0,13)
<i>Idéologie</i>		
Droite (réf.)	1,00	(.)
Gauche	1,68***	(0,25)
Centre	0,91	(0,14)
<i>Genre</i>		
Femmes (réf.)	1,00	(.)
Hommes	0,86	(0,10)
<i>Âge</i>		
18-34 (réf.)	1,00	(.)
35-54	1,28	(0,22)
55-74	1,93***	(0,33)
75 ans ou plus	2,11**	(0,60)
<i>Scolarité</i>		
Aucun diplôme universitaire (réf.)	1,00	(.)
Diplôme universitaire	1,45**	(0,18)
<i>Région</i>		
Colombie-Britannique (réf.)		
Alberta	0,60*	(0,12)
Prairies	0,81	(0,16)
Ontario	0,75	(0,14)
Québec	0,57**	(0,12)
Provinces de l'Atlantique	0,70	(0,14)
<i>Mode de collecte</i>		
Web (réf.)	1,00	(.)
Téléphone	1,10	(0,14)
Constante	0,06***	(0,01)
N	2 392	
Pseudo R ²	0,048	

Coefficients exponentiels; écarts-types entre parenthèses

Les astérisques marquent les relations significatives à * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

Comme l'illustre le tableau 3, certains facteurs permettent de prévoir la probabilité d'être un sympathisant (par opposition à un non-sympathisant) d'une ONGEⁱⁱⁱ. Il est à noter que les coefficients sont exprimés en tant que coefficients exponentiels (ou « rapports de cotes »), lesquels estiment l'incidence relative d'un changement d'une unité d'une variable explicative sur la probabilité prévue d'être, dans le cas présent, un sympathisant d'une ONGE. Un rapport de cotes de un (1) indique aucun changement dans les probabilités prévues d'être un sympathisant d'une ONGE. Les coefficients inférieurs à un (1) indiquent un effet négatif (c.-à-d. une probabilité moindre d'être un sympathisant), et ceux supérieurs à un (1) signifient un effet positif (c.-à-d. une plus grande probabilité d'être un sympathisant). Enfin, un niveau de confiance est associé aux coefficients, où des astérisques soulignent qu'un effet estimé est statistiquement significatif à un niveau de confiance de 0,05, 0,01 ou 0,001. Ces astérisques indiquent que l'effet estimé d'une variable explicative est réel et qu'il ne provient pas d'une erreur aléatoire. L'absence d'astérisque signifie quant à elle que le modèle n'est pas en mesure d'exclure la possibilité que la variable n'ait aucun effet réel. Par exemple, un coefficient qui est significatif au niveau de 0,05 (un astérisque) indique une probabilité inférieure à 5% que le résultat obtenu découle d'une erreur aléatoire de l'échantillon. Par conséquent, nous pouvons être sûrs à 95% que la relation estimée entre les deux variables existe en dehors de notre échantillon, dans le monde réel. Si nous devions procéder à un rééchantillonnage de la même population une infinité de fois, l'effet serait systématique (toujours positif ou négatif) au moins 19 fois sur 20, d'où le niveau de confiance de 95%.

Une interprétation plus en profondeur des résultats permet de constater que le coefficient de la variable de socialisation est élevé et très significatif. Comme nous le soulignons à la section suivante (*Examen plus approfondi du rôle de la socialisation*), cette variable est une « mesure composite » (c.-à-d. un indice additif) calculée en additionnant les scores obtenus par chaque répondant pour trois des éléments du sondage Panorama servant à évaluer la mesure dans laquelle un répondant a appris l'existence des enjeux environnementaux à un jeune âge. Comme l'illustre le tableau 3, un coefficient de 1,58 dénote que, pour chaque augmentation d'une unité sur l'échelle de socialisation (allant de 0 à 3), la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE s'accroît de 50%. Le fait que cette estimation soit très significative (au niveau de 0,001) indique que nous pouvons être grandement confiants que l'association positive entre le fait d'être un sympathisant d'une ONGE et celui d'avoir été sensibilisé aux enjeux environnementaux à un jeune âge est bien réelle et n'est pas le fait du hasard.

Ensuite, l'idéologie politique (mesurée initialement sur une échelle de 0 à 10) est recodée ici en trois catégories : 0 à 4 pour la gauche, 5 pour le centre, et 6 à 10 étant la droite. Nous définissons la droite idéologique comme étant la catégorie de départ, c'est-à-dire la catégorie de référence par rapport à laquelle nous pouvons interpréter les coefficients des deux autres catégories, soit la gauche et le centre. Comme on peut le constater, les personnes de gauche ont 68 % plus de chances d'être des sympathisants que les Canadiens qui se situent à droite du spectre politique. La différence entre ces derniers et ceux qui se situent au centre politique est toutefois plus mince et moins significative statistiquement.

Lorsqu'on contrôle les autres facteurs de notre modèle, et contrairement à l'interprétation pouvant être tirée des relations simples à deux variables^{iv} présentées dans le tableau 1, la différence entre les hommes et les femmes en ce qui concerne la probabilité d'être membre d'une ONGE n'est pas statistiquement significative^v. Contrairement au genre, le fait de détenir un diplôme universitaire, par rapport au fait de ne pas en détenir un, demeure significatif après le contrôle des autres variables du modèle, et il est associé à une augmentation de 45 % de la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE. L'âge est également significatif du point de vue statistique étant donné que la différence entre les catégories des 55 à 74 ans et des 75 ans et plus et celle des 18 à 34 ans (catégorie de référence) est considérable. Pour être précis, le fait d'être âgé de 55 à 74 ans, par opposition au fait de se situer dans la catégorie de référence des 18 à 34 ans, entraîne une augmentation de plus de 90 % de la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE, alors que les personnes de la catégorie des 75 ans et plus sont deux fois plus susceptibles que celles âgées de 18 à 34 ans d'être un membre, un partisan, un donateur ou un bénévole d'une ONGE.

Finalement, si on examine la variable régionale (pour laquelle la Colombie-Britannique a été définie comme étant la catégorie de référence en ce qui concerne le lieu de résidence), on constate que le fait d'habiter en Alberta et au Québec — par opposition à la Colombie-Britannique — réduit la probabilité relative d'être un sympathisant d'une ONGE d'environ 40 %. Toutefois, la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE pour les personnes qui habitent en Colombie-Britannique comparativement à celles qui vivent dans les autres provinces n'est pas différente du point de vue statistique. Nous avons également inclus un contrôle du mode de collecte du sondage, et le modèle ne révèle aucune différence en ce qui concerne la probabilité d'affirmer être un sympathisant d'une ONGE entre les répondants de l'échantillon ayant répondu en ligne et au téléphone.

Examen plus approfondi du rôle de la socialisation

Nous procédons maintenant à une analyse plus poussée du rôle de la variable de socialisation. Cette variable est en fait un indice additif calculé en additionnant les scores obtenus par les répondants pour les trois premières des quatre questions suivantes posées dans le cadre du sondage Panorama 2017 :

- *Lorsque vous étiez jeune, vos parents recyclaient-ils?*
 - *Si oui, à quelle fréquence recyclaient-ils? Parfois, souvent ou toujours?*
- *Lorsque vous étiez jeune, vos parents vous incitaient-ils à faire attention à l'environnement, en vous demandant par exemple de recycler, d'économiser l'électricité ou de ne pas gaspiller l'eau?*
 - *Si oui, à quelle fréquence vous incitaient-ils à faire attention à l'environnement? Parfois, souvent ou toujours?*
- *Lorsque vous étiez jeune, participiez-vous à des activités scolaires liées à l'environnement, comme des activités de recyclage ou de conservation?*
 - *Si oui, à quelle fréquence participiez-vous à des activités scolaires liées à l'environnement? Parfois, souvent ou toujours?*
- *Lorsque vous étiez jeune, incitiez-vous vos parents à faire attention à l'environnement, en leur demandant par exemple de recycler, d'économiser l'électricité ou de ne pas gaspiller l'eau?*
 - *Si oui, à quelle fréquence incitiez-vous vos parents à faire attention à l'environnement? Parfois, souvent ou toujours?*

**Tableau 4. — Comparaison de la socialisation environnementale
chez les sympathisants et les non-sympathisants**

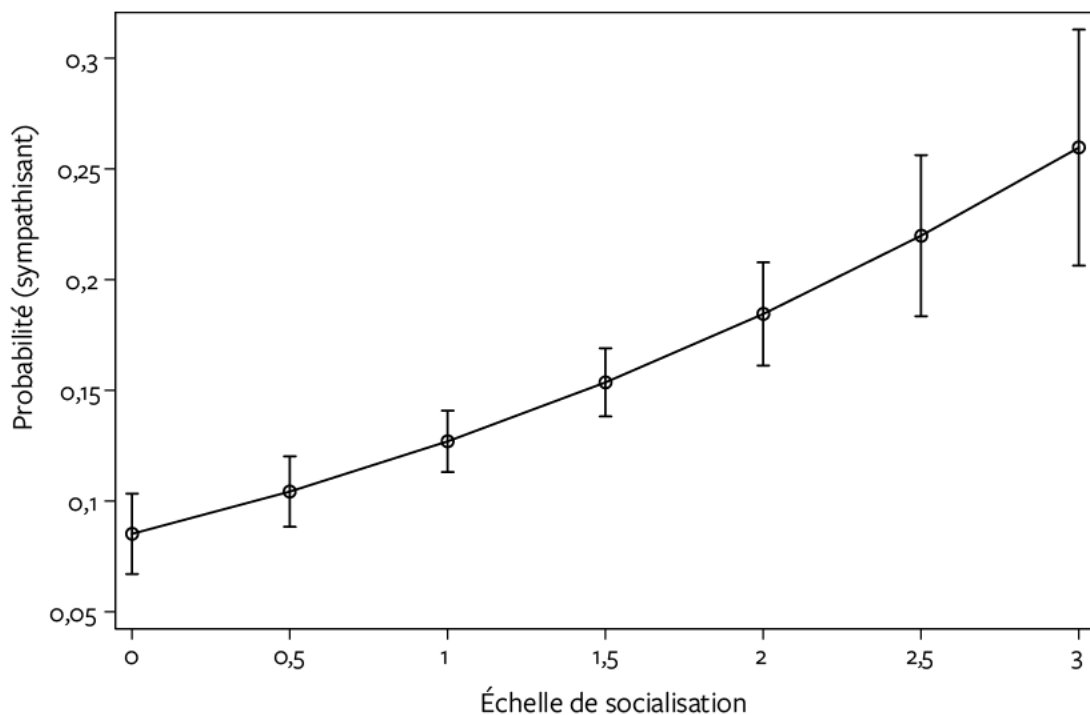
	Vos parents recyclaient		Vos parents vous incitaient		Activités scolaires		Vous incitez vos parents	
	Non-symp.	Symp.	Non-symp.	Symp.	Non-symp.	Symp.	Non-symp.	Symp.
Non	44 %	36 %	22 %	13 %	42 %	34 %	49 %	40 %
Oui, parfois	19 %	19 %	23 %	20 %	34 %	29 %	24 %	21 %
Oui, souvent	16 %	18 %	27 %	30 %	16 %	21 %	15 %	21 %
Oui, toujours	21 %	28 %	28 %	38 %	9 %	15 %	11 %	19 %

La distribution de fréquence pour chacune de ces questions est présentée dans le tableau 4. Pour chacune d'elles, il est intéressant de noter que les sympathisants sont systématiquement plus susceptibles de choisir la réponse « toujours ». À titre d'exemple, les sympathisants d'ONGE ont 7 % plus de chances que les non-sympathisants de déclarer que leurs parents recyclaient « toujours », ils sont 10 % plus susceptibles de déclarer que leurs parents les incitaient à faire attention à l'environnement, plus susceptibles dans une proportion de 6 % d'affirmer qu'ils participaient à des activités scolaires liées à l'environnement, et de 8 % de déclarer que ce sont eux qui incitaient leurs parents à faire attention à l'environnement (une forme de « socialisation inversée »). De même, les sympathisants sont beaucoup moins susceptibles de choisir « non » comme catégorie de réponse. Par exemple, 35 % des sympathisants ont affirmé que leurs parents ne recyclaient pas comparativement à 44 % des non-sympathisants. Environ les mêmes pourcentages de répondants n'ont jamais pris part à des activités scolaires liées à l'environnement. Seulement 12 % des sympathisants ont affirmé que leurs parents ne les ont jamais incités à prendre soin de l'environnement par rapport à 21 % des non-sympathisants. De façon similaire, 40 % des sympathisants n'ont jamais incité leurs parents à faire attention à l'environnement, comparativement à près de la moitié des non-sympathisants.

Nous avons créé un indice additif à partir des trois premières questions qui portaient sur la socialisation, en omettant celle sur la socialisation inversée. Les valeurs suivantes ont été attribuées à chacune des réponses possibles : Non = 0; Oui, parfois = 0,33; Oui, souvent = 0,66 et Oui, toujours = 1. La variable de socialisation est calculée en tant que somme des scores obtenus aux questions « Vos parents recyclaient », « Vos parents vous incitaient » et « Activités scolaires »,

à partir de laquelle une fourchette allant d'un minimum de 0 (en répondant « Non » aux trois questions) jusqu'à un maximum de 3 (en y répondant « oui, toujours »). Étant donné la forte corrélation entre la variable de socialisation environnementale et la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE que nous avons résumé au tableau 3, nous avons décidé d'illustrer son incidence plus en détail au moyen d'une représentation visuelle.

Figure 5. — Probabilité prévue d'être un sympathisant d'une ONGE selon le degré de socialisation

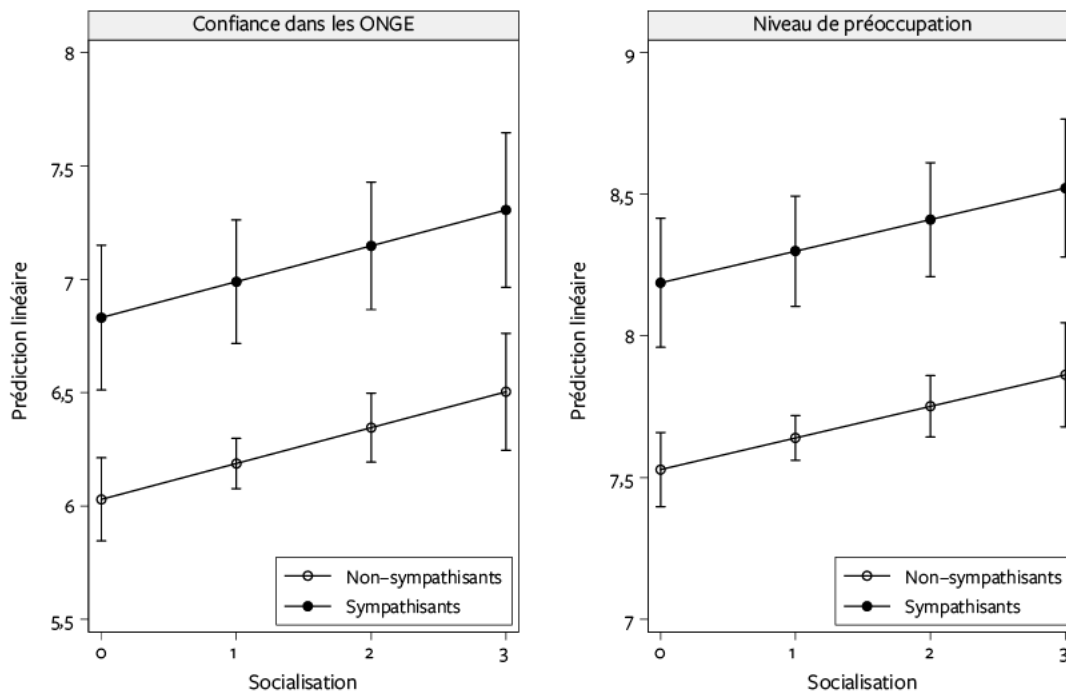


La figure 5 montre la probabilité prévue, avec des intervalles de confiance de 95 %, d'être un sympathisant d'une ONGE pour chaque augmentation de 0,5 unité du degré de socialisation environnementale. Cette procédure est appliquée une fois que le modèle de régression est adapté, ce qui permet de présenter l'incidence prévue tout en contrôlant tous les autres facteurs du modèle. Comme on peut le voir, un répondant qui obtient un score de 0 sur notre échelle de socialisation a une probabilité prévue d'environ 0,09, ou moins de 10 % de chances de devenir un sympathisant d'une ONGE. Dans le cas d'une personne qui a été complètement socialisée par ses parents et dans son milieu scolaire, cette probabilité grimpe à environ 25 % (c.-à-d. que nous estimons qu'une personne sur quatre qui est complètement socialisée est membre d'une ONGE).

Ces résultats révèlent qu'il pourrait être judicieux pour les ONGE d'investir leurs efforts dans l'élaboration de stratégies de communication visant à convaincre les parents et les enseignants de consacrer davantage de temps à sensibiliser les enfants aux enjeux environnementaux et aux comportements écologiques.

Ayant recours à une procédure similaire, nous avons examiné plus en profondeur l'incidence de la socialisation sur la confiance dans les ONGE ainsi que sur le niveau moyen d'inquiétude des répondants sur notre ensemble de 11 éléments d'enjeux environnementaux^{vi}. À partir des statistiques descriptives du tableau 1, nous savons déjà que les sympathisants (moyenne = 7,23) sont plus enclins que les non-sympathisants (moyenne = 6,19) à faire confiance aux groupes environnementaux en ce qui concerne les questions qui touchent à l'environnement. Il est également vrai que les sympathisants (moyenne = 8,5) sont en moyenne plus inquiets à propos des 11 enjeux environnementaux inclus dans la batterie de questions sur les préoccupations du sondage Panorama 2017 que le sont les non-sympathisants (moyenne = 7,7). Afin d'évaluer si le fait d'enseigner ou non des comportements écologiques aux enfants est lié à la confiance et au niveau de préoccupation, nous avons utilisé deux modèles de régression afin de prédire A) la confiance dans les ONGE et B) le niveau moyen de préoccupation au moyen de l'échelle de socialisation et en contrôlant des éléments tels que l'appartenance à un groupe environnemental et d'autres caractéristiques sociodémographiques. L'incidence de la socialisation sur la confiance dans les ONGE et le niveau général de préoccupation par rapport à l'environnement sont présentés dans la figure 6.

Figure 6. — Probabilité prévue de confiance dans les ONGE et du niveau de préoccupation envers les enjeux environnementaux en fonction du degré de socialisation environnementale



Les résultats sont éloquentes : bien que les incidences estimées soient modestes, tant la confiance dans les groupes environnementaux que le niveau général de préoccupation envers les enjeux environnementaux sont effectivement liés au degré de socialisation d'une personne. Plus les répondants affirment avoir été incités à adopter des comportements écologiques étant jeunes, plus ils démontreraient une grande confiance dans les ONGE. Parallèlement, les personnes les plus socialisées à cet égard sont également plus préoccupées par les enjeux environnementaux que celles qui n'ont pas reçu de tels enseignements durant leur jeune âge. Bien sûr, il se peut que des caractéristiques non évaluées prédisposent des personnes à faire preuve d'un certain niveau de préoccupation ou de confiance tout en les rendant plus susceptibles de déclarer ou de se rappeler des comportements écologiques dans le contexte d'un sondage. Bien que nous ne puissions exclure la possibilité d'un tel biais dans ces mesures de rappel, les données probantes donnent à penser qu'un lien existe. En fait, même si les sympathisants manifestent des niveaux de préoccupation et de confiance plus élevés, la figure 6 montre que les effets de la socialisation ne sont pas interactifs : celle-ci agit de la même façon tant sur les sympathisants que sur les non-

sympathisants. Autrement dit, la socialisation semble être une façon d'augmenter la confiance dans les ONGE et de conscientiser les Canadiens à l'importance de l'environnement.

En conclusion, ce document d'analyse révèle un certain nombre d'observations pouvant servir à orienter les stratégies des partenaires qui cherchent à rejoindre leur auditoire (les sympathisants des ONGE) et à l'élargir. Alors que la plupart des sympathisants des ONGE appartiennent au segment des «verts authentiques» défini dans le rapport du sondage Panorama 2017, nous avons relevé un potentiel énorme quant à la possibilité de susciter l'engagement des 78 % des Canadiens qui se retrouvent dans ce segment et qui ne sont actuellement pas des membres, des partisans, des donateurs ou des bénévoles d'une ONGE. Nous avons également constaté un grand potentiel de recrutement de nouveaux membres chez les femmes, les Canadiens plus âgés et les francophones de partout au pays. En ce qui concerne la façon de s'adresser à ces auditoires, nous constatons que les sources Web et les médias sociaux constituent des canaux particulièrement efficaces. Bien qu'il faudra procéder à de nouvelles recherches pour approfondir les connaissances et tester des messages en particulier, les données probantes démontrent jusqu'à maintenant que des messages axés sur des valeurs «centre-gauche» (p. ex., la justice et l'équité) sont susceptibles de constituer une bonne stratégie, quoiqu'insuffisante pour rejoindre tous les auditoires cibles potentiels. Étant donné les caractéristiques idéologiques singulières des verts potentiels, il serait probablement inefficace de cibler ce segment pour élargir l'auditoire de base au moyen de messages «de gauche» seulement, alors que des messages sur les valeurs nationalistes au Québec pourraient contribuer à mobiliser la majorité des sympathisants des ONGE qui adhère à l'idéologie souverainiste. Enfin, les données probantes présentées dans ce document révèlent que le fait de transmettre des habitudes conscientes de comportements respectueux de l'environnement de génération en génération s'avère un bon moyen de renforcer le mouvement écologiste au Canada. Des stratégies de communication efficaces devraient donc viser à persuader les parents d'inculquer des comportements écologiques à leurs enfants, et de soutenir les professeurs dans la mise au point d'activités scolaires destinées à sensibiliser les enfants aux enjeux environnementaux.

ⁱ Nous avons ici exclu les écodistants en raison de la petite taille de ce segment dans notre échantillon (n=50).

ⁱⁱ Un test de différence des moyennes révèle que cet écart est significatif du point de vue statistique.

ⁱⁱⁱ Bien que le modèle contribue à cerner les facteurs faisant en sorte qu'une personne est plus ou moins susceptible d'être un sympathisant d'une ONGE, il peut dans l'ensemble expliquer une variation relativement faible de la

probabilité d'affirmer être un membre, un partisan, un donateur ou un bénévole d'une ONGE, ce qui laisse entendre que d'autres facteurs non pris en compte sont en jeu ici.

^{iv} Une analyse à deux variables est la forme la plus simple d'analyse quantitative de données. Elle permet d'examiner la relation empirique entre deux variables (habituellement exprimées en tant que X et Y). En général, l'analyse à deux variables est complétée par une analyse à variables multiples afin d'exclure les relations fallacieuses qui disparaissent une fois que les autres variables sont prises en compte. Par exemple, une utilisation courante de l'analyse à deux variables permet de trouver une corrélation entre le nombre de pompiers sur le lieu d'un incendie (X) et les dommages causés par le feu (Y). Or, cette relation est fallacieuse et disparaît une fois qu'une troisième variable, l'ampleur de l'incendie (Z), est contrôlée, ce qui explique autant le nombre de pompiers sur le site (X) que les dommages totaux causés par le feu (Y).

^v Ce constat démontre que l'incidence du genre sur la probabilité d'être un sympathisant d'une ONGE n'est pas complètement indépendante et qu'elle interagit avec une autre variable (potentiellement l'âge ou le revenu), une possibilité qui reste à être explorée plus en profondeur.

^{vi} Pour plus de détails concernant la batterie de questions sur les préoccupations incluse dans notre sondage, consultez le document intitulé *Nuances de vert — Analyse de l'attitude des Canadiens à l'égard d'un éventail de questions environnementales*, basé sur le sondage Panorama réalisé en mai 2017.

CONFIDENTIEL