

## Table des matières

3	
_	

## INTRODUCTION

7

## RAPPORT À L'INTENTION DE LA DIRECTION

•	PROFIL DÉMOGRAPHIQUE ET D'IDENTITÉ SOCIALE	9
•	FACILITÉ D'UTILISATION ET NIVEAU D'AISANCE AVEC LES QUESTIONS DU QUESTIONNAIRE PERSONA-ID	1
•	PERCEPTIONS DE PERSONA-ID ET CONFIANCE DANS LE FMC	2
•	ATTITUDES À L'ÉGARD DE LA COLLECTE DE DONNÉES	2

36

## QUESTIONS RELATIVES À L'UTILISATION DE PERSONA-ID





### Contexte

#### À PROPOS DE PERSONA-ID

PERSONA-ID, le système d'auto-identification du Fonds des médias du Canada (FMC), permet à toute personne qui présente une demande de financement à l'un des programmes du FMC de divulguer ses renseignements démographiques et d'identité sociale. En février 2024, le nombre d'utilisatrices et d'utilisateurs inscrits à PERSONA-ID était estimé à 11 000. Quatre-vingt-trois pour cent des membres du personnel-clé qui ont présenté une demande de financement à l'un des programmes du FMC en 2022-2023 ont rempli le formulaire à participation volontaire. Pour en savoir plus, le Rapport démographique 2022-23 du FNC peut être consulté <u>ici</u>.

#### À PROPOS DE L'ÉTUDE

Le FMC a cherché à sonder la population d'utilisatrices et d'utilisateurs de PERSONA-ID afin d'obtenir des commentaires sur leur expérience globale du système, leurs perceptions de la collecte de données et de l'établissement de rapports en général, et notamment d'obtenir leur évaluation des éléments suivants :

- La facilité d'inscription et d'accès à la page Web de PERSONA-ID et à la plateforme de compte;
- Le niveau d'aisance avec le type de questions posées et les options disponibles pour y répondre;
- Les attentes quant à l'utilisation et à la communication de leurs données groupées à l'interne et avec d'autres parties prenantes (p. ex. les télédiffuseurs);
- La confiance et la certitude que le FMC utilisera et protégera leurs données de manière responsable;
- La nécessité et les avantages possibles pour l'industrie de disposer (ou non) de systèmes plus fiables de collecte et de communication des données.



## Méthodologie et remarques



#### **MÉTHODOLOGIE**

- Ipsos a effectué un **sondage en ligne**. Pour préserver **la confidentialité et l'anonymat** des personnes interrogées et des personnes inscrites à PERSONA-ID, des codes alphanumériques uniques ont été générés pour chaque utilisatrice et chaque utilisateur de PERSONA-ID. Ces codes ont ensuite été envoyés à Ipsos sans aucun renseignement identifiable associé (c'est-à-dire que seuls les codes ont été communiqués à Ipsos). Ils ont été utilisés pour générer des liens de sondage uniques pour chaque code. Le FMC a envoyé par courriel à chaque utilisatrice et à chaque utilisateur de PERSONA-ID des invitations à participer au sondage avec le lien unique inclus dans le courriel.
- Le sondage était disponible entre **le 19 février et le 20 mars 2024**. Le 29 février et le 12 mars 2024, le FMC a envoyé des courriels de rappel aux utilisatrices et aux utilisateurs de PERSONA-ID (identifiés par Ipsos uniquement par leur code alphanumérique unique) qui n'avaient pas encore répondu au sondage.
- Au total, 1 445 utilisatrices et utilisateurs de PERSONA-ID ont répondu au sondage. Le taux de réponse global a été de 13 %.
- Les données ont été pondérées pour tenir compte de l'univers connu des utilisatrices et des utilisateurs de PERSONA-ID par handicap et par région. Tous les autres groupes démographiques étaient représentés conformément à l'univers de PERSONA-ID.

#### **REMARQUES:**

- Aux fins de l'analyse, comme le groupe de personnes ayant déclaré appartenir à la communauté des Asiatiques d'Asie centrale ou du Nord ne comptait que six personnes, ces dernières ont été regroupées dans la catégorie plus générale des communautés racisées (y compris les personnes ayant indiqué appartenir à l'une des communautés suivantes : afrodescendante, latino-américaine, moyenne-orientale ou nord-africaine, Asiatiques du Sud, Asiatiques du Sud-Est, Asiatiques de l'Est, Autochtones non originaires du Canada).
- Dans ce rapport, la somme des pourcentages peut ne pas toujours être égale à 100 % en raison d'arrondissement ou des réponses à choix multiples.
- La formule « a refusé de répondre » est utilisée tout au long du présent rapport lorsque les personnes interrogées ont préféré « ne pas répondre » aux questions sur les renseignements démographiques et relatifs à l'identité sociale de PERSONA-ID. La formule « Je préfère ne pas répondre » est utilisée tout au long du présent rapport lorsque les personnes interrogées ont répondu « Je préfère ne pas répondre » aux questions du sondage.



## La structure du sondage d'Ipsos



#### **QUESTIONS PERSONA-ID**

Le sondage reprenait les questions du questionnaire PERSONA-ID pour deux raisons : aider les participantes et les participants à se rappeler leur expérience initiale lors de la réponse au questionnaire PERSONA-ID et utiliser les renseignements recueillis à des fins d'analyse.



## ÉVALUATION DE PERSONA-ID

Nous avons recueilli des commentaires au suiet des questions du questionnaire PERSONA-ID, y compris le niveau d'aisance avec les questions et les options de réponse (question posée à tous les groupes) et le niveau d'aisance avec les descriptions (auestion posée uniquement au aroupe identitaire concerné, le cas échéant). Des auestions ouvertes ont également été posées sur le niveau d'aisance ou de malaise.



# ÉVALUATION DE LA FACILITÉ D'UTILISATION DE PERSONA-ID

Nous avons recueilli des commentaires sur la facilité d'utilisation et les difficultés rencontrées avec PERSONA-ID.



#### ATTITUDES À L'ÉGARD DE LA COLLECTE DE DONNÉES

Nous avons recueilli des données sur les perceptions de l'atteinte des objectifs de PERSONA-ID, les attitudes à l'égard de la collecte des données et la confiance dans la gestion et l'utilisation des données par le FMC.



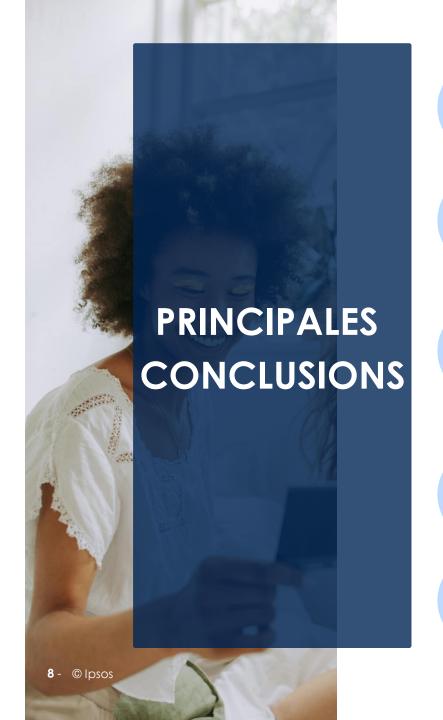
#### CARACTÉRISTIQUES DE L'INDUSTRIE

Nous avons posé des questions sur les types de médias, les fonctions au sein de l'industrie, ainsi qu'une question ouverte sollicitant des commentaires finaux.

Une question concernant l'intérêt pour des recherches futures a également été posée.







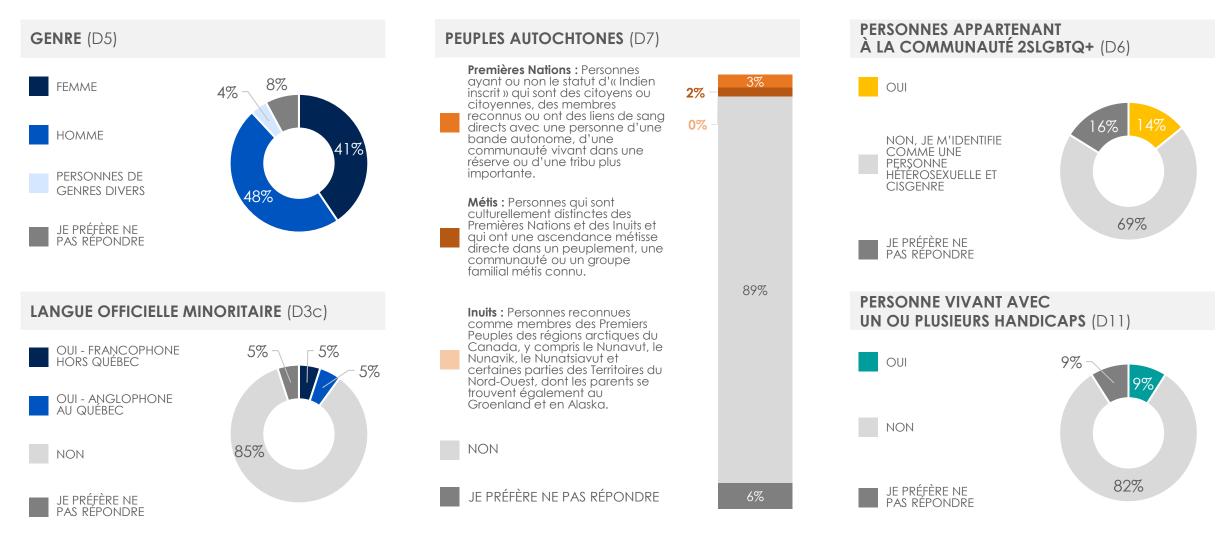
- Dans l'ensemble, la grande majorité des personnes interrogées (90 %) considèrent que PERSONA-ID est facile à utiliser. La majorité d'entre elles se disent également à l'aise avec les questions et les options de réponse du questionnaire PERSONA-ID dans les cinq sections portant sur les renseignements démographiques et d'identité sociale (allant de 69 % qui se disent à l'aise avec la section sur le genre et l'orientation sexuelle à 84 % qui font la même constatation en ce qui concerne la section sur l'identité autochtone).
- Une majorité des personnes interrogées est d'accord que PERSONA-ID remplit la fonction visée pour laquelle il a été conçu (62 %); elles estiment avoir été informées de façon adéquate par le FMC sur la manière dont les données sont recueillies et utilisées (77 %), faire confiance au FMC pour faire preuve de transparence dans la communication des données (77 %) et avoir confiance dans les mesures de sécurité mises en place par le FMC pour protéger ces données (76 %).
- Une proportion constante mais plus faible, environ un quart, affirme que les questions et les options de réponse de PERSONA-ID les mettent mal à l'aise. Le malaise est principalement ressenti par les personnes qui ont refusé de répondre aux questions sur les renseignements démographiques et relatifs à leur identité sociale. Toutefois, les personnes en situation de handicap sont plus susceptibles de se dire mal à l'aise avec la section sur l'identification du handicap que les autres groupes. Dans l'ensemble, les personnes interrogées se sont également montrées moins à l'aise avec les questions sur le genre et l'orientation sexuelle, ne voyant pas en quoi elles sont pertinentes.
- Les personnes qui se sentent mal à l'aise avec PERSONA-ID ont soulevé des préoccupations concernant la protection des renseignements personnels et la sécurité, exprimé un désaccord à l'égard de l'approche et perçu un risque de discrimination et d'accent mis sur l'identité personnelle plutôt que sur les qualités artistiques. En fait, il y a des préoccupations plus grandes, notamment sept personnes interrogées sur dix (71 %) qui se disent préoccupées par l'utilisation abusive possible des données d'identité et six personnes sur dix (59 %) qui estiment que leurs renseignements démographiques pourraient être utilisés à des fins discriminatoires à leur égard.
  - De plus, certaines personnes interrogées ont exprimé le **désir d'une plus grande transparence** et d'une **meilleure communication** sur l'utilisation des données de PERSONA-ID et sur les avantages qu'elles apporteraient à l'ensemble de l'industrie.



# PROFIL DÉMOGRAPHIQUE ET D'IDENTITÉ SOCIALE



## Caractéristiques démographiques et d'identité sociale

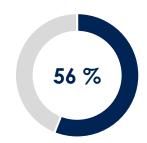


Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 445)



## Identité raciale ou ethnoculturelle

#### **CATÉGORIES NORMALISÉES** (D8)



Communauté blanche ou d'ascendance européenne uniquement



Communautés racisées



Communauté des Autochtones du Canada (Premières Nations, Métis ou Inuits) uniquement



Aucune des réponses ci-dessus



Je préfère ne pas répondre



Communauté afrodescendante (ou noire) uniquement\*



Communauté des Asiatiques de l'Est ou du Sud-Est uniquement\*



Communauté des Asiatiques du Sud uniquement\*



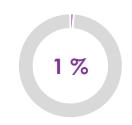
Communauté blanche d'origine mixte uniquement



Communauté des
Asiatiques d'Asie centrale
ou du Nord, MENA et
communauté des
Autochtones non originaires
du Canada uniquement\*



Communauté latino-américaine uniquement\*



Communauté racisée d'origine mixte uniquement

Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 445). Le total n'est pas égal à 100 % en raison de nombres arrondis. ~MENA = Moyen-Orient - Afrique du Nord.

REMARQUE: Les catégories identitaires normalisées ci-dessus marquées d'une étoile (\*) sont considérées comme des « communautés racisées » par le FMC.

D8. La catégorie normalisée qui décrit le mieux mon identité ethnoculturelle ou racisée est la suivante (vous pouvez choisir l'option qui décrit le mieux votre origine ethnique ou régionale ou en choisir plusieurs si vous vous considérez comme une personne d'origine mixte).

Aux fins de l'analyse, comme le groupe de personnes ayant déclaré appartenir à la communauté des Asiatiques d'Asie centrale ou du Nord ne comptait que six personnes, ces dernières ont été regroupées dans la catégorie plus générale des communautés racisées (qui comprennent les personnes ayant indiqué appartenir à l'une des communautés suivantes : afrodescendante, latino-américaine, MENA, Asiatiques du Sud, Asiatiques du Sud-Est, Asiatiques de l'Est, Autochtones non originaires du Canada).



FACILITÉ D'UTILISATION ET NIVEAU D'AISANCE AVEC LES QUESTIONS DU QUESTIONNAIRE PERSONA-ID

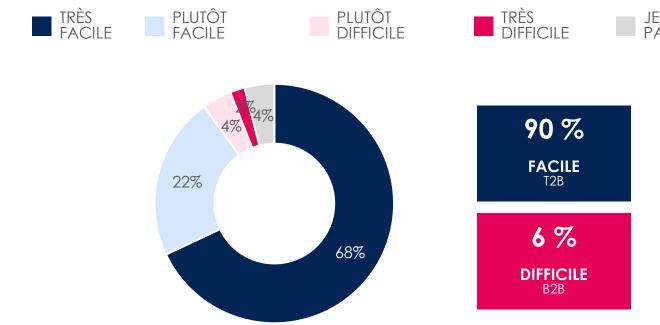




## Questionnaire PERSONA-ID : Facilité d'utilisation

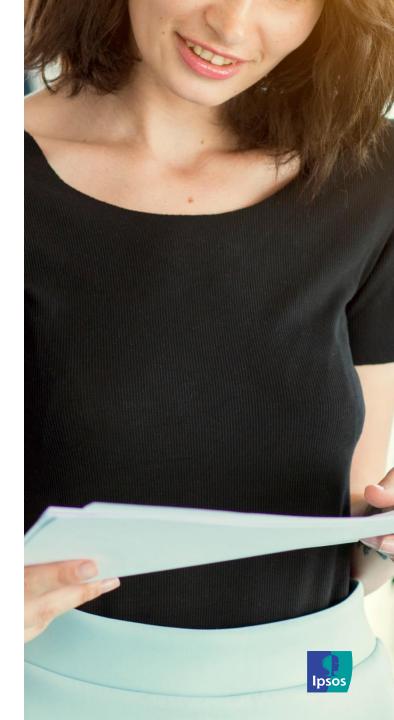
#### DANS L'ENSEMBLE DES PERSONNES INTERROGÉES

Neuf utilisatrices et utilisateurs de PERSONA-ID sur dix déclarent qu'il est facile de remplir le questionnaire. Seulement 6 % déclarent qu'il est difficile de le remplir.



Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 445)

B4. Outre PERSONA-ID, au cours des deux dernières années, avez-vous inscrit ou complété d'autres questionnaires d'auto-identification démographique pour l'industrie des médias au Canada?

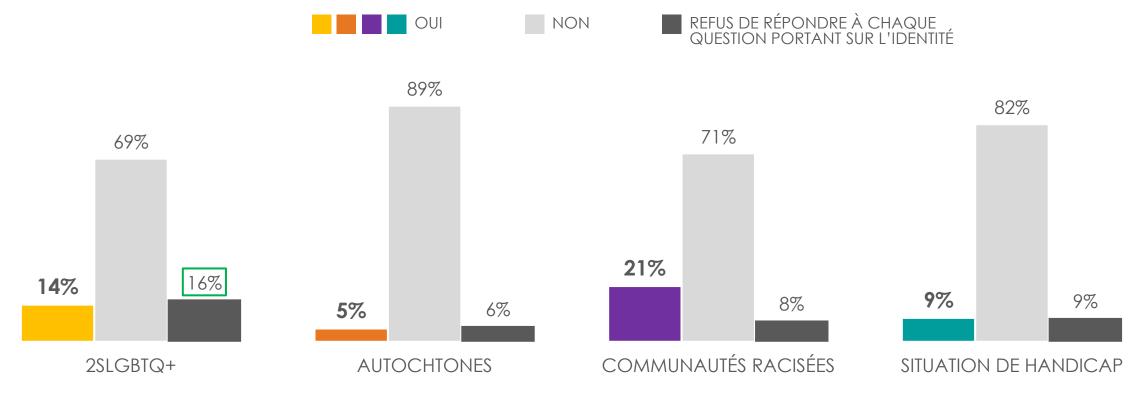


B1. D'après l'expérience que vous avez acquisé en complétant le questionnaire PERSONA-ID, dans l'ensemble, dans quelle mesure diriez-vous qu'il est facile ou difficile de le compléter?

# Proportion de personnes interrogées s'identifiant à chaque groupe démographique/d'identité sociale

#### DANS L'ENSEMBLE DES PERSONNES INTERROGÉES

Dans les questions de la section 1 du questionnaire PERSONA-ID, 14 % des personnes qui ont participé au sondage se sont identifiées comme appartenant à la communauté 2SLGBTQ+, 5 % comme Autochtones, 21 % comme appartenant à un groupe racial ou ethnoculturel et 9 % comme étant en situation de handicap. Les personnes interrogées étaient plus susceptibles de refuser de répondre à la question sur l'identité 2SLGBTQ+ (16 %) que sur d'autres identités démographiques ou sociales (6 % des Autochtones, 8 % de membres de communautés racisées et 9 % des personnes en situation de handicap ont refusé d'y répondre).

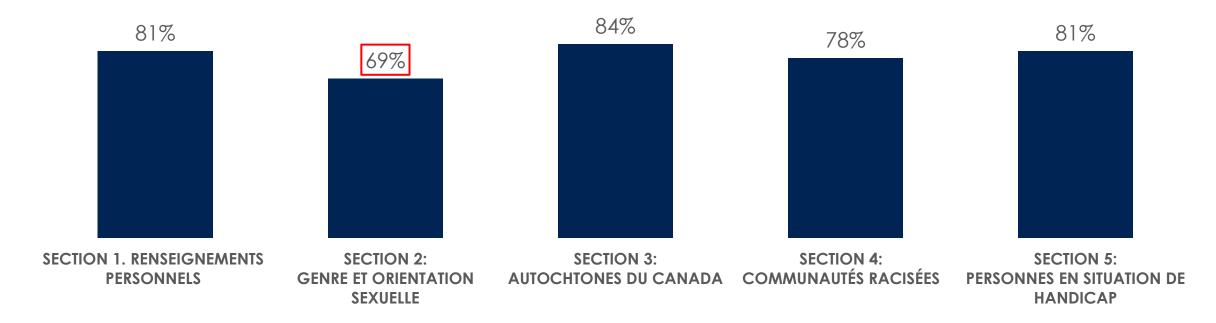




# Niveau d'aisance avec les questions ou options de réponse de chaque section du questionnaire PERSONA-ID

#### DANS L'ENSEMBLE DES PERSONNES INTERROGÉES

Dans la section 2, Évaluation de PERSONA-ID, environ huit personnes sur dix qui ont participé au sondage ont déclaré être (« très » ou « plutôt ») à l'aise avec les questions ou les options de réponse de chacune des sections du sondage, à l'exception de la section sur l'identité de genre et l'orientation sexuelle où seulement 69 % des personnes interrogées ont déclaré être à l'aise.

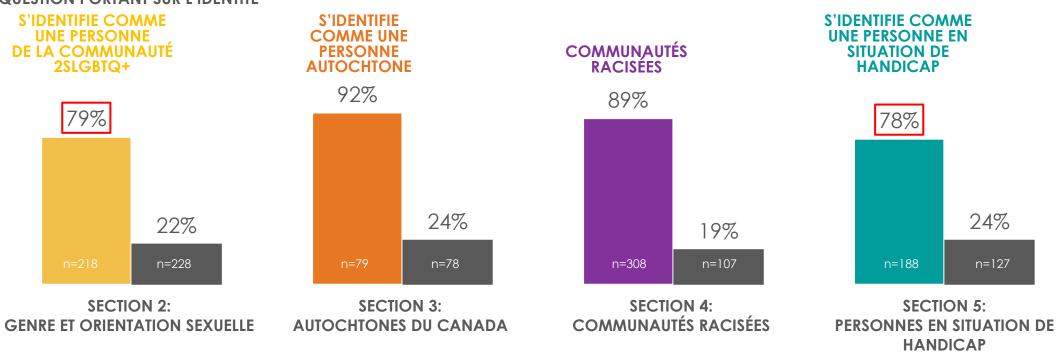


# Niveau d'aisance avec les questions ou options de réponse de chaque section du questionnaire PERSONA-ID

#### DANS CHAQUE GROUPE IDENTITAIRE ET PARMI LES PERSONNES QUI ONT REFUSÉ DE RÉPONDRE DANS CHAQUE GROUPE

Le niveau d'aisance avec les différentes sections (questions/réponses) du questionnaire PERSONA-ID au sein des différents groupes démographiques et d'identité sociale est élevé, allant de 78 % pour les personnes en situation de handicap et 79 % pour les personnes appartenant à la communauté 2SLGBTQ+ aux plus bas niveaux jusqu'à 89 % pour les membres de communautés racisées et 92 % pour les personnes aux plus hauts niveaux. Le niveau d'aisance des personnes qui ont refusé de répondre à chaque question sur l'identité est nettement plus faible.

# REFUS DE RÉPONDRE À CHAQUE QUESTION PORTANT SUR L'IDENTITÉ

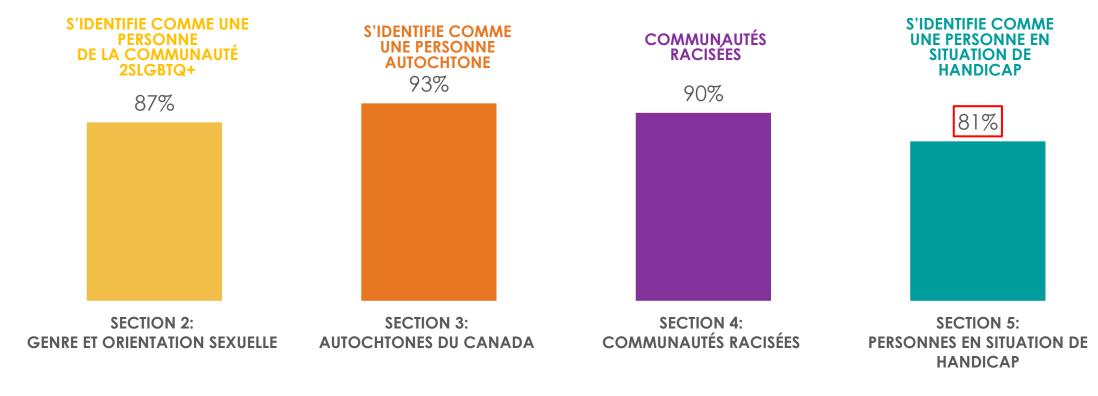




# Niveau d'aisance avec le langage utilisé dans la description des termes de chaque section de PERSONA-ID

#### PARMI CHAQUE GROUPE IDENTITAIRE (QUESTION POSÉE UNIQUEMENT AUX PERSONNES S'IDENTIFIANT À CHAQUE GROUPE)

Au sein de chaque groupe démographique et d'identité sociale auquel s'applique une terminologie particulière, le niveau d'aisance avec le langage utilisé dans la description des termes du sondage PERSONA-ID est très élevé (de 81 % à 93 %), bien que les personnes en situation de handicap soient moins à l'aise avec le langage utilisé que les autres groupes (81 %).





# Aperçu des préoccupations liées aux questions sur les renseignements démographiques et relatifs à l'identité sociale (dans l'ensemble des personnes interrogées)

# GENRE ET ORIENTATION SEXUELLE

27 % sont mal à l'aise avec les questions posées/réponses dans PERSONA-ID

8 % sont mal à l'aise avec la description

16 % ont refusé de répondre

- Préoccupations particulières concernant l'inclusion de la question sur l'identité de genre et l'orientation sexuelle, en particulier par rapport à d'autres sections.
- Atteinte perçue à la vie privée, non-pertinence par rapport aux qualités artistiques.
- Limites des catégories proposées (p. ex., ajouter les personnes aromantiques, ne devrait pas combiner « de genre queer » et « queer » ou « bisexuel » et « pansexuel », préoccupations quant à la place des personnes demisexuelles).

#### **PEUPLES AUTOCHTONES**

8 % sont mal à l'aise avec les questions posées/réponses dans PERSONA-ID

7 % sont mal à l'aise avec la description

6 % ont refusé de répondre

- Désir de représenter la communauté autochtone de manière plus complète (p. ex.):
  - De nombreuses langues autochtones de la côte ouest ne sont pas mentionnées.
  - La définition du terme « Métis » est trop large.
  - La Nation Anishinabeg n'est pas mentionnée.
  - Les termes « tribus » et « tribal » ne doivent pas être utilisés en référence aux Premières Nations.
  - Modification de la formulation à « Peuples autochtones dans ce qui est aujourd'hui appelé le Canada ».

#### **COMMUNAUTÉS RACISÉES**

18 % sont mal à l'aise avec les questions posées/réponses dans PERSONA-ID

15 % sont mal à l'aise avec la description

8 % ont refusé de répondre

- Inquiétudes quant au fait de faire montre d'une vertu ostentatoire plutôt que d'apporter des changements significatifs.
- L'initiative dans son ensemble est perçue comme une source de division.
- Désir d'élargir les termes
   « européen » et « africain » pour
   qu'ils soient plus inclusifs et d'ajouter
   le terme « juif ».

# PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

12 % sont mal à l'aise avec les questions posées/réponses posées dans PERSONA-ID

17 % sont mal à l'aise avec la description

9 % ont refusé de répondre

- Préoccupations au sujet de la protection des renseignements personnels, de la discrimination et de la pertinence de la collecte de données sur les capacités et les handicaps, en particulier dans le contexte du financement des arts.
- Absence d'inclusion précise du TDAH et confusion entre l'autisme et la neurodivergence, le soustitrage codé n'est pas la même chose que la traduction en temps réel des communications (CART).



# Raisons du malaise lié à des questions du questionnaire PERSONA-ID

Parmi les commentaires des 8 % à 27 % (voir la diapositive précédente) des personnes qui ont exprimé un malaise à l'égard d'une ou de plusieurs sections du questionnaire PERSONA-ID, bon nombre d'entre eux portaient sur des préoccupations plus générales concernant la protection des renseignements personnels, la sécurité des données, l'autodivulgation et les critères selon lesquels leur travail serait jugé.

- Les commentaires exprimaient un malaise important à l'égard de la nature personnelle et sensible des questions posées sur les renseignements démographiques, en particulier celles qui concernent l'identité de genre et l'identité sexuelle.
- Ces personnes interrogées ne voyaient pas en quoi ces facteurs étaient pertinents pour leur travail, n'avaient pas confiance dans la manière dont les données seraient traitées et craignaient que cela ne vienne à causer de la discrimination.
- Nombreuses sont celles qui estiment que les décisions de financement devraient être fondées sur les qualités artistiques et non sur les renseignements démographiques.

Base : Personnes qui étaient mal à l'aise avec les questions/réponses posées (n=235) A2a. Quel aspect des questions posées et/ou des réponses dans cette section vous met mal à l'aise? J'en ai assez qu'on me pose ces questions pour que d'autres puissent me discriminer parce que je suis un homme blanc et hétérosexuel. J'en ai assez que les politiques en matière d'égalité des genres jouent un rôle dans la créativité, j'en ai assez de perdre du travail à cause de ces politiques fondées sur le genre et les minorités, et j'en ai assez que le FMC me numérote comme du bétail et me pose toutes ces questions pour s'assurer que je travaille moins.

Je ne considère pas que mon genre ou ma sexualité soit l'affaire de quelqu'un d'autre. Je ne veux surtout pas figurer dans une base de données catégorisée de cette façon. Ces caractéristiques sont loin de définir mon identité, et je m'oppose à ce que l'on m'enferme dans cette case.

Les efforts constants en vue de l'inclusion semblent être un pendule qui est allé trop loin et qui **ignore les qualités artistiques**, l'expérience et les efforts réels pour améliorer le bassin de talents plutôt que d'avoir une « représentation » générale.

J'attends avec impatience le moment où les gens pourront être évalués et respectés uniquement selon leur force de caractère et leur niveau d'expérience. La race et le genre ne sont que deux des NOMBREUX facteurs qui pourraient être utilisés pour déterminer la capacité d'une personne à bénéficier d'une pause et à prendre de l'avance. Qu'en est-il des nombreux autres désavantages visibles et invisibles que les gens doivent surmonter?

[...] Vous **ne pouvez pas me convaincre que ces renseignements sont sécurisés**. Des piratages surviennent tout le temps, et vous avez maintenant créé une liste de personnes pouvant être ciblées.



# PERCEPTIONS DE PERSONA-ID ET DE LA CONFIANCE DANS LE FMC





## Accord sur le fait que PERSONA-ID sert son but

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Six personnes sur dix (62 %) sont d'accord pour dire que PERSONA-ID sert le but visé, alors qu'une personne sur cinq est en désaccord avec cet énoncé ou ne sait pas si elle est d'accord ou en désaccord.



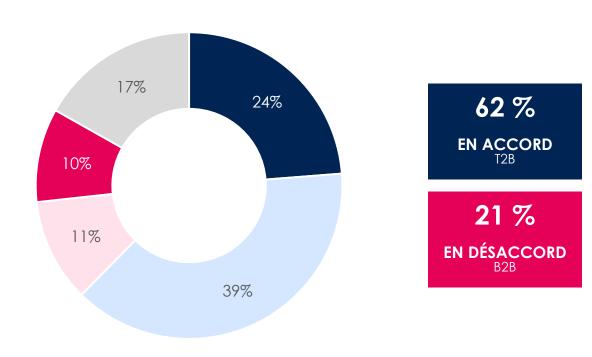






#### PERSONA-ID est utilisé aux fins suivantes :

- Éclairer la prise de décisions sur les changements futurs aux programmes et politiques du FMC
- Déterminer l'admissibilité aux programmes et aux mesures incitatives et le respect des exigences
- Détecter les inégalités dans l'accès au financement et à la représentation
- Suivre les tendances et les modèles de participation aux programmes et initiatives du FMC
- Faire rapport aux parties prenantes et au public sur les personnes ou les organisations qui ont eu accès au financement du FMC



Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 445)

DD1. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord que PERSONA-ID sert le but ci-dessus?



# PERSONA-ID sert son but (62 %, n=907)

- Beaucoup considèrent PERSONA-ID comme un outil permettant de promouvoir l'équité et l'inclusion dans l'industrie grâce à des renseignements fondés sur des données et à des initiatives ciblées, tout en protégeant la vie privée des personnes.
- Les personnes interrogées estiment que PERSONA-ID permet au FMC d'orienter le financement et les possibilités vers les communautés traditionnellement marginalisées, et le système est perçu comme un outil permettant d'« aplanir les disparités » et de rendre l'industrie plus équitable et plus représentative de la diversité du Canada.
- Elles considèrent également que la collecte de données est nécessaire pour générer des changements positifs dans l'industrie. PERSONA-ID s'inscrit dans le cadre des efforts déployés par le FMC pour se moderniser et s'adapter à un environnement en constante évolution.
- Toutefois, sa réussite à long terme repose sur l'utilisation des renseignements recueillis afin de produire des **changements tangibles et positifs dans les politiques**, les programmes et la représentation.
- Bien que globalement favorables, certaines personnes interrogées nuancent leur approbation en soulignant que l'incidence finale dépend de la manière dont les données sont réellement utilisées pour orienter des réformes significatives et soutenir les voix sous-représentées.

Il est bon de recueillir des données sur ce que sont les gens pour voir à quel point l'industrie peut être diversifiée ou non. En prenant des **décisions fondées sur des données, nous pouvons améliorer notre industrie**.

Il est conçu pour classer les données démographiques afin de recueillir des renseignements et, espérons-le, d'aider les personnes qui présentent une demande de financement.

Il est très important que les employeurs n'aient pas accès à des renseignements comme l'orientation sexuelle et les handicaps, car bon nombre d'entre eux ont des préjugés. Je me réjouis donc que les employeurs n'aient pas accès au système Persona-ID du FMC. Davantage de mesures de sécurité accrue pourraient être mises en place pour s'assurer que les personnes utilisent des adresses électroniques personnelles et non celles de l'entreprise, afin d'éviter que l'employeur n'ait accès à des renseignements très personnels.

J'ai été un défenseur de l'industrie, en plus d'avoir occupé un poste dans le secteur créatif. J'ai pu constater de mes propres yeux comment les statistiques et les données quantitatives peuvent être un puissant moteur de changement et un outil pour accroître la sensibilisation. Les faits sont irréfutables tant que la méthodologie est adéquate.



# PERSONA-ID ne sert pas son but (21 %, n=294)

- Si certaines personnes voient l'intention positive derrière PERSONA-ID, l'opinion dominante est que le système est défectueux, tant dans son concept que dans sa mise en œuvre.
- On craint qu'il favorise certains groupes au détriment d'autres groupes ou qu'il crée une « discrimination à rebours », en particulier à l'encontre des hommes blancs. Certaines personnes pensent qu'il s'agit d'une politique en matière d'identité qui éclipse les capacités créatives, alors que d'autres s'inquiètent que les renseignements confidentiels recueillis ne soient utilisés contre elles.
- Il y a un sentiment selon lequel le système crée un surcroît de travail, ralentit les processus et complique excessivement la présentation des demandes de financement. En outre, les inégalités d'accès persistent, puisque PERSONA-ID favorise les personnes qui sont déjà connectées au système de financement.
- Les personnes interrogées appellent à une approche plus nuancée, moins invasive et axée sur l'accès équitable, qui soutient les voix sousreprésentées et récompense l'excellence créative.
- Une plus grande transparence et des preuves des répercussions sont nécessaires pour dissiper les inquiétudes quant à son caractère malavisé et contre-productif.

Cet outil impose aux créatrices et aux créateurs de ne plus choisir avec qui elles et ils veulent travailler et crée des partenariats artificiels pour « cocher les cases » de l'empire des alliés performatifs de la bureaucratie canadienne. C'est une perte de temps et d'argent qui serait mieux [utilisé] pour créer du contenu au lieu de dire aux gens avec qui ils peuvent ou ne peuvent pas travailler.

Le système saisit le genre et l'identité ethnoculturelle de la personne qui répond, mais ne tient pas compte d'autres aspects pertinents de son expérience de vie qui pourraient avoir une incidence sur la représentation des groupes traditionnellement marginalisés, p. ex. le fait d'avoir un enfant transgenre ou de se marier avec une personne d'une autre culture.

Je ne crois pas à la manière intrusive dont ce programme est utilisé. Les exigences en matière de respect de la vie privée entre la citoyenne ou le citoyen et un organisme gouvernemental ne sont guère reconnues. Les questions posées dans le cadre des sondages ne seraient pas autorisées dans toute autre situation en milieu de travail entre un employeur et une employée ou un employé au Canada.

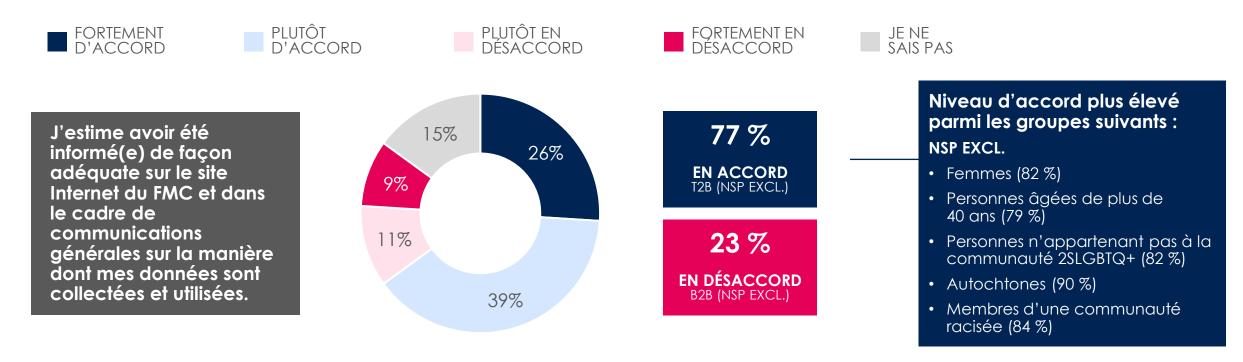
Je doute que la collecte de renseignements ne serve qu'à des fins démographiques, mais je crois qu'elle est **utilisée à des fins discriminatoires à mon égard**.



# Sentiment d'avoir été informé(e) de façon adéquate par le FMC sur la manière dont les données sont recueillies et utilisées

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Les trois quarts (77 %) des personnes interrogées estiment avoir été informés de façon adéquate sur le site Internet du FMC et dans le cadre de communications générales sur la manière dont leurs données sont collectées et utilisées. Environ un quart d'entre elles sont en désaccord avec cet énoncé.





# Confiance au FMC pour faire preuve de transparence dans la communication des données

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Les trois quarts des personnes interrogées déclarent également faire confiance au FMC pour faire preuve de transparence (77 %) dans la communication des données de PERSONA-ID et dans la manière dont elles peuvent être utilisées pour orienter la prise de décisions. Environ un quart d'entre elles sont en désaccord avec cet énoncé.



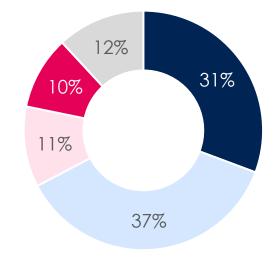








Je fais confiance au FMC pour faire preuve de transparence dans la communication des données de PERSONA-ID et dans la manière dont elles peuvent être utilisées pour orienter la prise de décisions à l'avenir.





Niveau d'accord plus élevé parmi les groupes suivants : NSP EXCL.

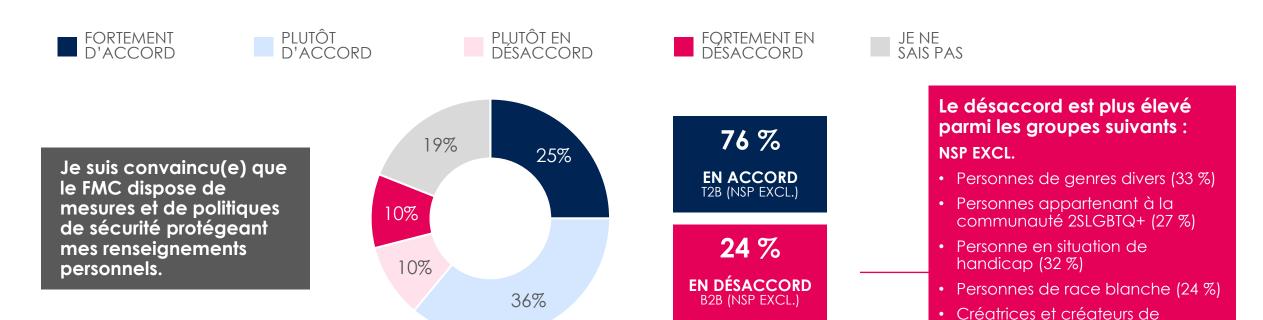
- Femmes (83 %)
- Personnes n'appartenant pas à la communauté 2SLGBTQ+ (85 %)
- Autochtones (90 %)
- Membres d'une communauté racisée (89 %)



## Confiance dans les mesures de sécurité du FMC

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Comme pour les autres mesures de confiance, les trois quarts (76 %) des personnes interrogées sont convaincues que l'organisation dispose de mesures de sécurité protégeant leurs renseignements personnels. Un quart d'entre elles sont en désaccord avec cet énoncé.



Base : Toutes les personnes interrogées (n=1 445)
DD4. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?
T2B = fortement + plutôt d'accord; B2B = fortement + plutôt en désaccord
NSP EXCL. = réponses « ne sais pas » exclues



contenu vidéo en ligne (28 %)

# ATTITUDES À L'ÉGARD DE LA COLLECTE DE DONNÉES

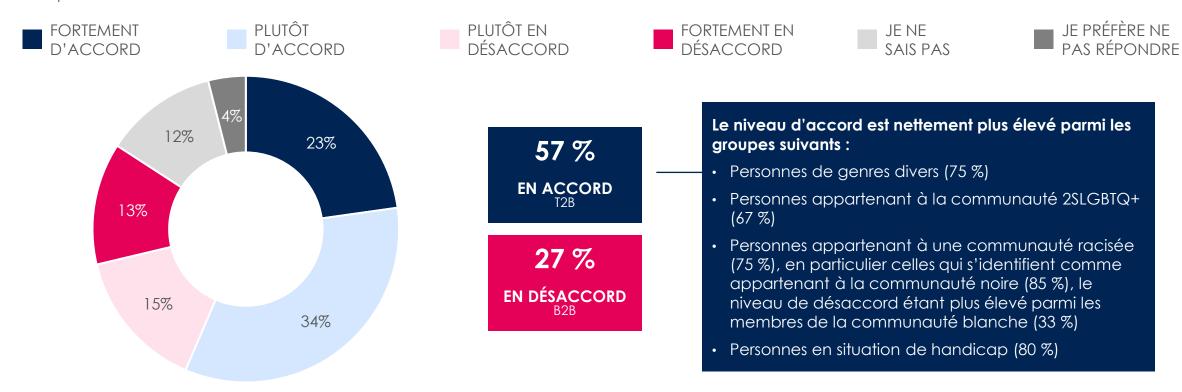




# Sentiment que l'identité pose des barrières à la pleine participation à l'industrie

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Un peu moins de six personnes sur dix affirment que leur identité pose des barrières ou des obstacles à leur pleine participation et à leur réussite dans le secteur. Un peu moins de trois personnes sur dix sont en désaccord avec le fait que cela soit le cas pour elles, tandis qu'environ une personne sur dix n'est pas sûre.



Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 444)

DD5. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec le fait que votre identité pose des barrières ou des obstacles à votre pleine participation et à votre réussite dans le secteur?



# Soutien à la collecte de données pour appuyer les groupes sous-représentés

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

La grande majorité des utilisatrices et des utilisateurs de PERSONA-ID (88 %) sont d'accord pour dire qu'il devrait y avoir des objectifs mesurables pour soutenir la représentation des peuples autochtones et d'autres groupes sous-représentés dans l'industrie.



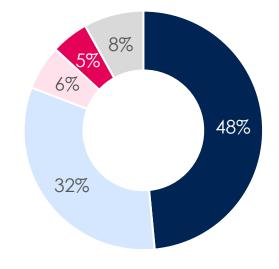








Je crois qu'il devrait y avoir des objectifs mesurables pour soutenir une véritable représentation des peuples autochtones et d'autres groupes sousreprésentés dans l'industrie.





# Niveau d'accord plus élevé parmi les groupes suivants : NSP EXCL.

- Femmes (93 %) et personnes de genres divers (96 %)
- Personnes de moins de 40 ans (91 %)
- Autochtones (97 %)
- Membres d'une communauté racisée (96 %)



# Importance de la collecte de renseignements démographiques et relatifs à l'identité sociale sur les actionnaires

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

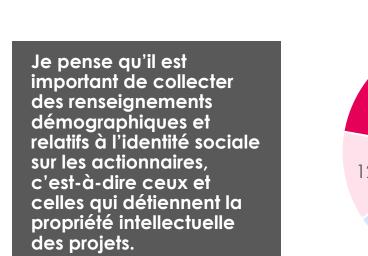
PLUTÔT

D'ACCORD

Sept utilisatrices et utilisateurs de PERSONA-ID sur dix (72 %) reconnaissent qu'il est important de recueillir des renseignements sur les actionnaires.

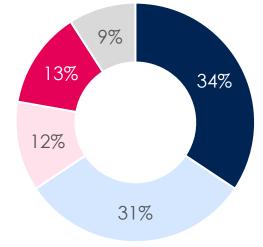
PLUTÔT EN

DÉSACCORD



**FORTEMENT** 

D'ACCORD





FORTEMENT EN

DÉSACCORD



Niveau d'accord plus élevé parmi les groupes suivants : NSP EXCL.

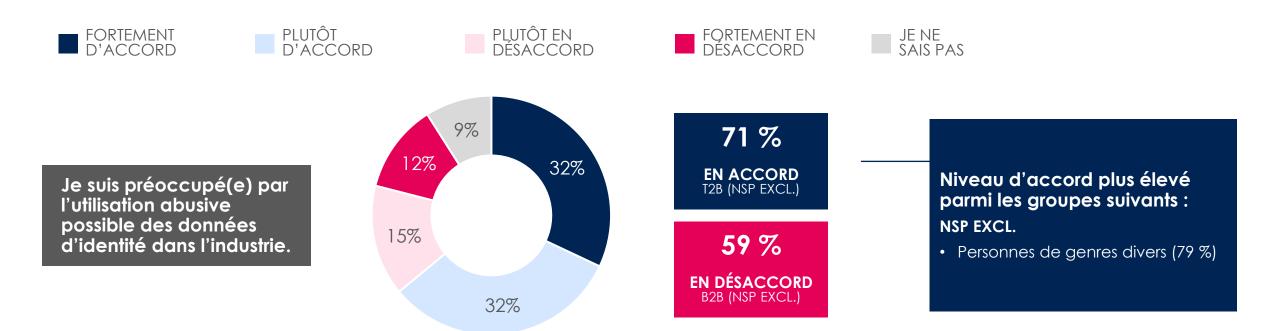
- Femmes (82 %)
- Personnes appartenant à la communauté 2SLGBTQ+ (83 %)
- Autochtones (96 %)
- Personnes en situation de handicap (81 %)
- Rôles clés (73 %) et autres rôles (73 %)



## Préoccupation quant à l'utilisation abusive possible des données

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

Malgré des niveaux de confiance relativement élevés, sept utilisatrices et utilisateurs de PERSONA-ID sur dix (71 %) se disent préoccupés par l'utilisation abusive possible des données d'identité dans l'industrie.

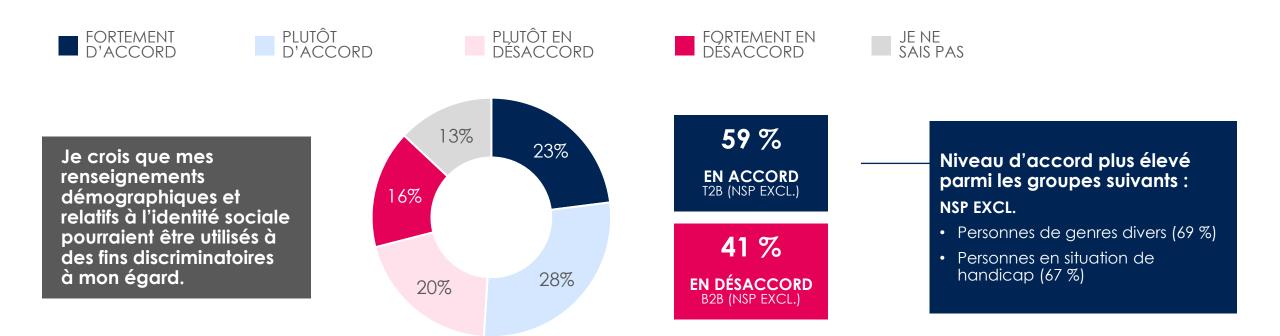




# Crainte que les renseignements démographiques et relatifs à l'identité sociale puissent être utilisés à des fins discriminatoires

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

En outre, six personnes sur dix (59 %) estiment que leurs renseignements démographiques pourraient être utilisés à des fins discriminatoires à leur égard.





# Nécessité d'harmoniser la collecte de données par les bailleurs de fonds à l'échelle nationale

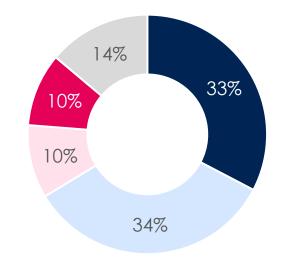
#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

PLUTÔT

Un peu plus des trois quarts des utilisatrices et des utilisateurs de PERSONA-ID (77 %) reconnaissent qu'il est nécessaire d'harmoniser et de normaliser la collecte de données par les bailleurs de fonds à l'échelle nationale.



FORTEMENT



PLUTÔT EN

DÉSACCORD



FQRTEMENT EN

DÉSACCORD



JE NE

SAIS PAS

Niveau d'accord plus élevé parmi les groupes suivants : NSP EXCL.

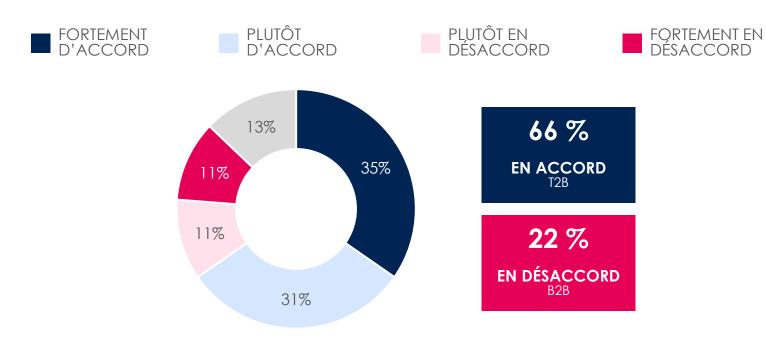
- Femmes (85 %)
- Autochtones (92 %)
- Membres d'une communauté racisée (90 %)



# Niveau d'intérêt pour l'accès à des renseignements sous forme regroupée sur la représentation démographique dans l'industrie

#### PAR LE NOMBRE TOTAL DE PERSONNES INTERROGÉES

La plupart des personnes interrogées n'ont pas rempli d'autres questionnaires d'auto-identification démographique pour l'industrie des médias au Canada (30 % des utilisatrices et des utilisateurs de PERSONA-ID disent l'avoir fait), mais une majorité (66 %) affirme qu'elle serait intéressée à avoir accès à ce type de renseignements.





Pourcentage des personnes ayant rempli d'autres questionnaires d'auto-identification démographique pour l'industrie des médias au Canada

30 %

Base : Toutes les personnes interrogées (n=1 445)

B4. Outre PERSONA-ID, au cours des deux dernières années, avez-vous inscrit ou complété d'autres questionnaires d'auto-identification démographique pour l'industrie des médias au Canada?

DD4. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?



## Regard vers l'avenir

#### PARMI CEUX QUI ONT TRANSMIS DES COMMENTAIRES (14 %)

Même si PERSONA-ID est considérée par beaucoup comme une initiative précieuse, les personnes interrogées souhaitent voir de la transparence, de la communication et des actions significatives.

- Bon nombre des personnes interrogées sont en faveur de la collecte de données démographiques pour comprendre la représentation et favoriser l'équité dans l'industrie. PERSONA-ID est considéré comme un outil permettant de traquer les injustices, de suivre les progrès et d'orienter la prise de décision.
- Certaines personnes interrogées, en particulier celles qui s'identifient comme appartenant à la communauté blanche, ont indiqué dans les questions ouvertes que PERSONA-ID est discriminatoire à leur égard et limite leurs possibilités. On craint qu'une trop grande importance accordée aux facteurs d'identité éclipse les qualités artistiques, l'expérience et la qualité des projets. D'autres s'opposent à l'idée de renseignements démographiques dans son ensemble et la considèrent comme un pas dans la mauvaise direction.
- La consultation permanente, la transparence et l'engagement à
  prendre des mesures concrètes sont considérés comme essentiels à
  la réussite à long terme et aux retombées positives de la collecte de
  données démographiques dans l'industrie.

Base : Toutes les personnes interrogées (n=1 445) E3. Y a-t-il d'autres commentaires sur PERSONA-ID ou sur la collecte et la communication de renseignements démographiques et relatifs à l'identité sociale que vous aimeriez transmettre au FMC? Même si je pense que mes possibilités peuvent être réduites à mesure que davantage de possibilités seront offertes aux communautés en quête d'équité, je suis tout à fait favorable à l'idée de faire de la place à ces personnes. Même si je cède l'espace dont je jouissais traditionnellement, je me réjouis de m'asseoir dans ce nouvel espace plus petit.

J'aimerais que le FMC communique les données à des organismes tiers respectés et à des chercheuses et chercheurs issus des communautés représentées dans la collecte de données, afin que les résultats puissent faire l'objet d'un examen approprié par une tierce partie. Cela signifie qu'il faut évaluer les répercussions des politiques du FMC pour inviter ces communautés à participer et comparer ces politiques aux normes et à l'évolution de l'industrie au fil du temps.

Si cette institution croit vraiment que la façon dont une personne s'identifie est tout ce qui compte, alors pourquoi poser ces questions et pourquoi séparer les fonds?

Oui, bien que les programmes indiquent qu'ils appuient les cinéastes appartenant à la communauté LGBTQ, il n'y a pas de soutien particulier, p. ex. un financement spécial ou un programme supplémentaire. Il faudrait accorder une attention particulière aux lesbiennes qui sont sous-représentées dans l'industrie.

J'aimerais simplement que les choses bougent. L'**industrie est du même avis**, même avec l'existence de cette initiative.

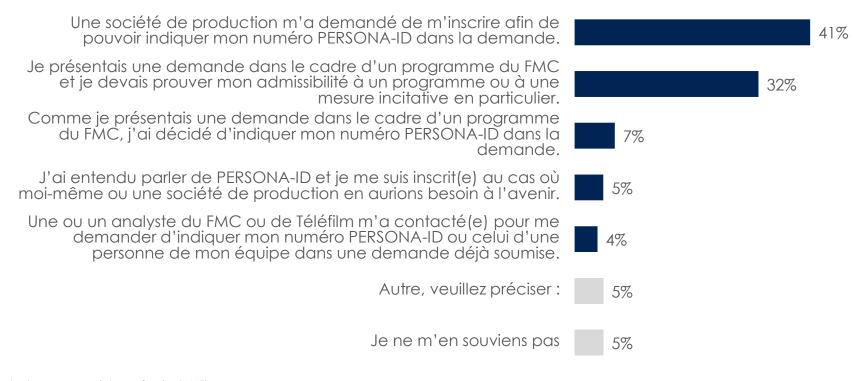




## Raisons de l'inscription à PERSONA-ID

#### DANS L'ENSEMBLE DES PERSONNES INTERROGÉES

La plupart des utilisatrices et des utilisateurs de PERSONA-ID déclarent avoir décidé de s'inscrire à PERSONA-ID soit parce qu'une société de production leur a demandé de le faire, soit parce qu'ils ou elles avaient besoin de prouver leur admissibilité pour leur demande de financement à un programme du FMC.



Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 445)

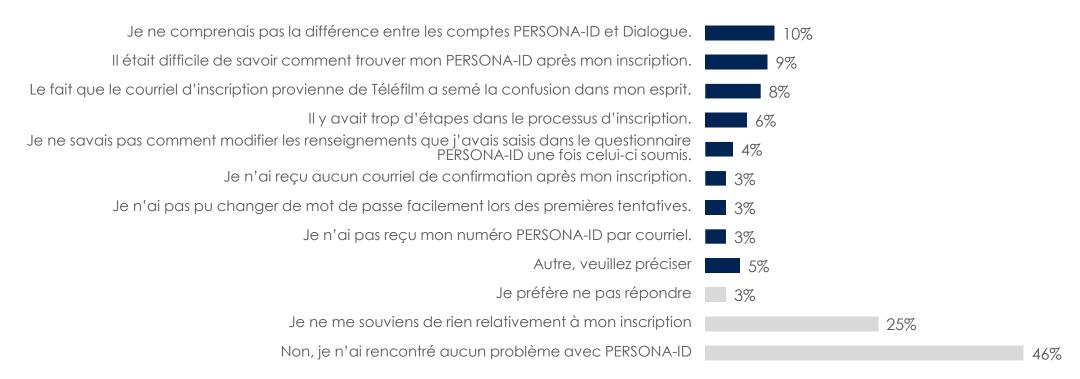
B2. Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux pourquoi vous avez décidé de vous inscrire à PERSONA-ID?



## Difficultés rencontrées lors de l'inscription au compte PERSONA-ID

#### DANS L'ENSEMBLE DES PERSONNES INTERROGÉES

Parmi les préoccupations exprimées, citons le fait de ne pas comprendre la différence entre les comptes PERSONA-ID et Dialogue, la difficulté de savoir comment trouver son PERSONA-ID après son inscription et la confusion semée par le fait que le courriel d'inscription provienne de Téléfilm, entre autres. Beaucoup n'ont rencontré aucun problème ou n'ont pas pu s'en souvenir.



Base: Toutes les personnes interrogées (n=1 428)

B3. Avez-vous rencontré l'un des problèmes ou difficultés suivants lors de l'inscription à votre compte PERSONA-ID?



# À propos d'Ipsos

Ipsos est la troisième plus grande firme d'études de marché dans le monde. Présente dans 90 marchés, elle emploie plus de 18 000 personnes.

Nos professionnels des études de marché, nos analystes et nos scientifiques ont acquis des compétences multidisciplinaires uniques leur permettant d'offrir un éclairage précieux sur les attitudes, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des travailleurs. Nos 75 solutions d'affaires sont basées sur des données primaires issues de nos sondages, du suivi des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

Game Changers – notre slogan – résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en perpétuel changement.

Fondée en France en 1975, Ipsos est inscrite sur Euronext Paris depuis le 1<sup>er</sup> juillet 1999. La société est inscrite à la SBF 120 et à l'indice Mid-60, et est admissible au Service de règlement différé (SRD).

Code ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

# **Game Changers**

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un partenaire qui leur procure des renseignements précis et pertinents, et les transforme en connaissance pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la société, des marchés et des gens.

Pour ce faire, nous recourons au meilleur de la science et de la technologie et appliquons nos principes de sécurité, de simplicité, de rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace. La clé du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure (On agit mieux lorsqu'on a des certitudes!)



# Coordonnées des personnes-ressources



**Grace Tong**Vice-présidente,
Affaires publiques,
Ipsos

grace.tong@ipsos.com



Meghan Miller Gestionnaire principale de projets, Affaires publiques, Ipsos

meghan.miller@ipsos.com

