



Campagne de sensibilisation du public sur l'exploitation sexuelle des enfants en ligne

Sommaire

Préparé pour Sécurité publique Canada

Fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

No du contrat : CW2320841

Valeur de l'entente : 64 540,00 \$ (TVH incluse)

Date du contrat : 6 juin 2023

Date de livraison : 19 janvier 2024

No d'inscription : POR 022-23

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Services publics et Approvisionnement Canada à tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

This report is also available in English

Campagne de sensibilisation du public sur l'exploitation sexuelle des enfants en ligne : Rapport sur la mise à l'essai de concepts

Préparé pour **Sécurité publique Canada**

Nom du fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Date : Janvier 2024

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de groupes de discussion menés par les Associés de recherche EKOS pour le compte de Sécurité publique Canada dans le cadre d'une recherche effectuée en décembre 2023.

This report is also available in English under the title: Online Child Sexual Exploitation Public Awareness Research: Concept Testing Report.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit d'abord être obtenue auprès de Sécurité publique Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca.

Numéro de catalogue : PS18-80/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-69467-2

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 022-23)

Numéro de catalogue : PS18-80/2024E-PDF (Rapport en anglais)

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-69466-5

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2024

SOMMAIRE

A. CONTEXTE

La Stratégie nationale pour la protection des enfants contre l'exploitation sexuelle sur Internet du gouvernement du Canada a été lancée en 2004 et élargie en 2009. En 2020, les Principes volontaires pour contrer l'exploitation et l'abus sexuels des enfants en ligne ont été publiés afin de fournir un cadre de lutte contre les crimes sexuels en ligne à l'égard des enfants et de coordonner les mesures entre les gouvernements et des partenaires de l'industrie. Sécurité publique Canada a lancé une campagne nationale de sensibilisation en mars 2021 qui visait à changer les attitudes et les comportements des Canadiens au sujet de l'exploitation sexuelle des enfants en ligne, un crime répréhensible causant des préjudices et des souffrances à vie aux victimes. Selon le site Web de sécurité publique, l'exploitation sexuelle des enfants en ligne (ESE en ligne) a lieu lorsque des enfants sont incités à voir ou à participer à des rencontres en ligne de nature sexuelle. L'ESE en ligne constitue l'un des problèmes de sécurité publique les plus inquiétants auxquels la société est actuellement confrontée. Ce phénomène continue de nuire aux générations passées et présentes d'enfants au Canada et à l'étranger¹.

La campagne de sensibilisation a été renouvelée à l'automne 2022 afin de continuer à accroître le niveau de sensibilisation à l'ESE en ligne, faisant mieux comprendre au public et aux parents que les enfants (personnes de moins de 18 ans) qui pratiquent le sextage s'exposent au risque d'être victimes d'ESE en ligne. Le Code criminel du Canada vise à protéger les enfants contre toutes les formes de pornographie juvénile, l'utilisation d'Internet pour attirer les enfants, les contacts sexuels et les attouchements, ainsi que l'exploitation d'enfants pour des activités sexuelles illicites. Sécurité publique Canada dirige la stratégie nationale.

L'objectif de la recherche actuelle est de mettre à l'essai quelques concepts proposés pour la plus récente version de la campagne de sensibilisation de parents d'enfants âgés de 8 à 18 ans.

¹ <https://www.securitepublique.gc.ca/cnt/cntrng-crm/chld-sxl-xplttn-ntrnt/abt-nln-chld-sxl-xplttn-fr.aspx>

B. MÉTHODOLOGIE

Trois concepts ont été mis à l'essai dans douze groupes de discussion en ligne, qui réunissaient des participants de cinq régions du pays. Les participants se joignaient à une réunion vidéo sur Zoom pour une discussion générale traitant de la recherche d'informations sur l'exploitation sexuelle des enfants en ligne (ESE en ligne) par les parents. Ils visionnaient ensuite des scénarimages proposés pour la création d'une vidéo de 30 secondes par concept ainsi que des annonces fixes s'inspirant du même concept pour des médias sociaux et des sites Web. Ils étaient ensuite invités à réagir à chacun des concepts en ce qui concerne l'impression générale, le ton, la clarté du message et l'efficacité perçue de l'approche pour encourager les parents à rechercher des renseignements sur l'ESE en ligne et à planifier une discussion avec leurs enfants à ce sujet. Ils devaient également évaluer chaque concept en se fondant sur des aspects semblables.

Les participants étaient recrutés pour représenter une région plutôt qu'une ville en particulier. Huit participants étaient recrutés pour prendre part à chaque discussion. Dans quatre des douze autres groupes de discussion, conçus pour avoir lieu en personne, les participants recrutés étaient des parents vivant à Halifax ou à Vancouver. En fin de compte, seules les deux séances de Vancouver ont eu lieu en personne, tandis que les séances avec les résidents de Halifax ont été menées en ligne. L'échantillon a été prélevé parmi les parents ayant répondu à un sondage antérieur sur le même sujet, mené en septembre 2023, au cours de laquelle les répondants ont accepté que nous communiquions de nouveau avec eux pour des groupes de discussion de suivi. La source originale de l'échantillon du sondage, ainsi que certains cas supplémentaires des parents de Halifax et de Vancouver, était le panel *Probit* en ligne. Le questionnaire de recrutement est présenté à l'annexe A. Les participants étaient choisis parmi les gens qui manifestaient leur intérêt en se fondant sur l'âge de leur enfant (de 8 à 13 ans ou de 14 à 18 ans), sur la région de résidence (est ou ouest du Canada), sur le genre de l'enfant et sur la langue parlée. En tout, 77 personnes ont pris part aux discussions de mise à l'essai des concepts parmi les cent personnes recrutées. Les discussions ont eu lieu entre le 4 et le 11 décembre 2023.

**Tableau 1 : Nombre de participants par région –
Discussion sur la mise à l’essai des concepts**

Région/Groupe démographique	Nombre de groupes	Nombre total de participants
Est/Ontario	5	38
Ouest	5	31
Francophones	2	8

Les guides des groupes de discussion (fourni à l’annexe B) ont été élaborés par EKOS en consultation avec Sécurité publique Canada, tout comme la fiche permettant l’évaluation de chaque concept afin de quantifier les résultats et d’obtenir la réaction initiale de chaque participant avant la tenue de la discussion. Dix des groupes ont été menés en anglais, alors que les deux groupes tenus avec des résidents du Québec ont eu lieu en français. Chaque groupe de discussion durait environ 90 minutes. Les participants recevaient un incitatif de cent vingt dollars en contrepartie de leur participation à la discussion en ligne². Les enregistrements vidéos, les notes des enquêteurs et les observations tirées des groupes de discussion sont à la base de l’analyse et du rapport sur les résultats.

C. PRINCIPALES CONSTATATIONS

Quelques thèmes globaux concernant la campagne ont émergé des discussions, notamment les suivants :

- Les parents considèrent l’ESE en ligne comme un problème grave et croissant, surtout compte tenu de l’évolution des technologies. Parmi les participants interrogés, la plupart conviennent qu’il y a un besoin important et urgent pour une telle campagne et pour de l’information de soutien à l’intention des parents. Ils soulignent également qu’il est important de susciter une prise de conscience.
- Les parents d’enfants plus jeunes semblent moins susceptibles d’avoir eu une conversation avec leur enfant, principalement parce que leur enfant n’a pas son propre appareil et est sous une surveillance plus étroite que les enfants plus âgés.
- De nombreux parents affirment être conscients des dangers et des éléments à surveiller. Certains parents disent se fier à leur instinct et n’ont pas vraiment recherché des informations appropriées sur la façon d’entamer des conversations sur l’ESE en ligne.
- Plusieurs d’entre eux sont d’avis qu’une campagne sur ce thème leur rappellerait l’importance d’avoir des discussions.

² L’incitatif était de 140 dollars pour les personnes recrutées pour des discussions en personne.

- De nombreux participants croient que l'utilisation supplémentaire de statistiques rend le message plus puissant et plus urgent.

Points de vue sur chaque concept

Les points saillants de la mise à l'essai des trois concepts sont résumés ci-dessous, avec les réactions positives et négatives relatives à chacun d'eux.

Sommaire des réactions aux concepts

Concepts	Réactions positives	Réactions négatives
<u>Ouvert-Fermé</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Considéré comme simple, clair, direct et pertinent. (Raconte une histoire claire, soit l'importance de parler à ses enfants.) • Les chuchotements sont inquiétants. Il est facile de comprendre le danger, ce qui est captivant. Transmet l'urgence de réagir. • Les images véhiculent un message positif : l'enfant seul dans l'obscurité, jusqu'à ce que la mère entre, apportant de la lumière et mettant fin au danger. • Le scénario suggère que l'enfant n'était pas conscient du danger. Exprime une plus grande urgence. • <u>Suggestions</u> : Indice visuel de contenu chuchoté, qui finit par se dissiper lorsque la mère entre. Il faudrait ajouter ce que la mère dit sur la raison pour laquelle elle veut parler à son enfant (ajoute du contexte) ou montrer qu'elle s'est préparée. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selon certains répondants, le concept n'attire pas l'attention (il est conventionnel et ne s'y attarderaient pas). • Envoie un message indiquant que vous devez être en contact permanent avec vos enfants (ce qui n'est pas faisable) pour pouvoir écarter le danger. • Le scénario suggère que quelque chose se passe déjà et qu'il est donc trop tard. • Manque de contexte. (Pourquoi la mère vient-elle maintenant? Quel a été l'élément déclencheur? De quoi traite la discussion?) • Doit aller plus loin (p. ex., plus explicite, plus grand élément de peur) pour avoir une incidence. • Peut-être porter une attention singulière au danger pour les filles? Messages favorisant l'intervention des mères? • Un ordinateur portable n'est peut-être pas le dispositif le plus réaliste pour un jeune enfant.

Concepts	Réactions positives	Réactions négatives
<u>Quelqu'un d'autre le fera</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Évoque un élément de peur plus puissant. Transmet divers messages, notamment que cela peut se produire dans votre propre maison, en peu de temps. • La grande révélation rend le concept puissant. Attire l'attention, incite à visiter le site Web. • L'utilisation de statistiques ajoute à l'incidence, met en relief l'urgence et l'importance. • Histoire directe pour certains. • <u>Suggestions</u> : Afficher un plus long historique du clavardage au fil du temps. Examen du scénario du prédateur pour augmenter la crédibilité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porte à confusion selon plusieurs participants. Difficile de visualiser comment cela serait rendu dans l'annonce en direct (comment rendre évident le fait que le prédateur est là, mais pas là, et pourquoi). • Requier de la clarté sur l'identité du prédateur (p. ex., âge) et le texte correspondant (p. ex., quand j'avais ton âge). • Transmet aussi la nécessité de surveiller ses enfants, d'être toujours présent pour pouvoir écarter le danger. • Besoin de mettre davantage l'accent sur l'appel à l'action (parlez à vos enfants, cherchez de l'information).
<u>Faites simple</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinent pour les parents qui ont des doutes par rapport aux conversations (c'est-à-dire qui se reconnaissent dans ce scénario). • Envoie un message clair sur le besoin de ne pas tarder avant d'avoir des conversations proactives. • Message rassurant indiquant que des informations sont disponibles pour soutenir la planification et les discussions. • Les sujets indiqués sur les Post-it sont informatifs. • Ton léger attirant l'attention et interpellant certains participants. • Le scénario ne semble pas suggérer que l'enfant est « déjà dans une situation dangereuse ». • <u>Suggestions</u> : Rythme plus lent, plus de temps d'affichage des Post-it, réaction moins excessive du père. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interprété par plusieurs participants comme une moquerie envers les parents, en particulier les pères, qui sont représentés comme des personnes « ineptes » ou « incompetentes ». • L'élément de peur n'est pas assez présent pour être pris au sérieux ou pour attirer l'attention. (Certains affirment qu'un ton léger n'est pas approprié pour le sujet.) • Ton et rythme irréalistes ou énervants. Vu comme « excessif » (le père panique un peu trop, la musique est trop intense, le rythme est trop rapide). • Fin fade (tourne court). Appel à l'action insuffisant.

Évaluation de chaque concept

Les participants recevaient les scénarimages des vidéos de 30 secondes de chacun des trois concepts. Dans chaque discussion, le scénario était décrit, puis joué deux fois, après quoi les participants devaient se rendre sur une page d'évaluation pour fournir leurs réactions au concept avant de prendre part à une discussion. L'ordre de présentation des trois concepts changeait d'un groupe à l'autre. Les participants étaient invités à fournir des évaluations, de faible à fort, en ce qui a trait à la clarté du message, à la capacité de l'annonce de capter l'attention, à la pertinence, à la capacité d'inciter les gens à rechercher des informations, en plus de fournir une note pour l'impression générale.

Les résultats suggèrent que le message est le plus clairement transmis dans « Ouvert-Fermé », qui reçoit également la note la plus élevée en ce qui concerne la capacité à capter l'attention. « Ouvert-Fermé » et « Quelqu'un d'autre le fera » sont considérés comme pertinents. Chacun des trois concepts reçoit une note moyenne en ce qui concerne l'appel à l'action, soit la recherche d'informations. Le concept « Ouvert-Fermé » reçoit la note globale la plus élevée. Après la discussion ayant suivi le visionnement des trois concepts, les participants devaient choisir l'approche qu'ils considèrent comme la plus efficace pour amener les parents à réfléchir l'enjeu de l'ESE en ligne et à agir. Dans le cas présent, le concept « Quelqu'un d'autre le fera » est préféré par une faible marge. Certains des participants dont la préférence est « Ouvert-Fermé » ou « Quelqu'un d'autre le fera » déclarent que l'autre publicité était leur deuxième choix.

Récapitulation

Certains participants disent se sentir interpellés par « Faites simple », quoiqu'il y ait un risque important d'offenser certains parents, en particulier les pères. La publicité devrait être adoucie (forte réaction d'anxiété, rythme de l'annonce, etc.) pour être efficace. Le message selon lequel il est important de parler avec les enfants, et le réconfort associé au fait de savoir que des renseignements sont disponibles sont néanmoins jugés utiles par certaines personnes.

« Ouvert-Fermé » et « Quelqu'un d'autre le fera » ont un effet traumatique que plusieurs participants considèrent comme nécessaire pour attirer l'attention et pour inciter à agir. « Ouvert-Fermé » est préféré par certains participants parce que l'histoire est simple et directe, en plus d'être facile à représenter et à comprendre. Les répondants qui préfèrent « Quelqu'un d'autre le fera » aiment l'effet traumatique plus intense de voir un leurre en action « directement dans le salon ». Cependant, la représentation du prédateur dans la pièce est plus difficile à transmettre, ce qui constitue une distraction pour certains, qui ont eu du mal à

« voir » ce qui était prévu pour la vidéo d'action réelle, même lorsqu'une description du scénario est présentée avant le visionnement. En fin de compte, l'un ou l'autre de ces deux concepts est susceptible d'être efficace pour attirer l'attention et pour véhiculer le message.

D. NOTE AUX LECTEURS

Il ne faut pas perdre de vue, lors de la lecture du présent rapport, que les constatations issues des groupes de discussion sont de nature qualitative et qu'elles sont davantage conçues pour fournir un contexte riche que pour mesurer des pourcentages de la population cible. Ces résultats ne sont pas conçus pour servir à estimer la proportion numérique ou le nombre de personnes dans la population qui a une opinion particulière, car ils ne sont pas statistiquement extrapolables.

E. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et Directive sur la gestion des communications. En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :



Susan Galley (vice-présidente)