



Ipsos  **Reid**

Canadian Heritage

Mathieu Da Costa Qualitative Research

July 2005

Research Findings

Outline

- Methodology
- Overall Findings
- The Four Posters
 - **Join the Mathieu Da Costa Challenge**
Exploring diversity in words and images
 - **Mathieu Da Costa Contest**
Discover-Celebrate-Share
 - **Mathieu Da Costa Challenge**
Enter the national essay & artwork contest
 - **Take the Mathieu Da Costa Challenge**
Our Diversity – Your Words, Your Art
- Conclusions

Methodology

- A total of six focus groups were held among youth ages 9 to 18 – three in each of Toronto and Montreal on July 18 and 19, 2005. Each group was one and a half hours long.
- Focus group composition: one group of 9 to 12 year olds, one group of 13 to 15 year olds, and one group of 16 to 18 year olds.
- The groups were recruited to ensure a mix of ethnic backgrounds.
- Groups in Toronto were conducted in English and tested English versions of the posters, groups in Montreal were conducted in French and tested French versions of the posters.
- Participants were shown four different posters (on a rotated basis) and asked for their initial reactions and their opinions on each of the elements of the posters.
 - This included word associations of the main titles and taglines, a collage exercise whereby participants created their ideal poster using individual elements of each of the posters, and a red/green exercise (likes and dislikes) of the instructional information.



Ipsos  **Reid**

Overall Findings

Overall Findings

“Colours Matter”

- The spiral background is the most compelling element of all of the posters. The design and colours of the spiral are very effective in grabbing the attention of youth and sparking their interest in the challenge/contest.
- The “Join the Mathieu Da Costa Challenge” poster (spiral and ship) and the “Mathieu Da Costa Contest” poster (spiral with the figures holding hands) are viewed as most compelling among youth. However older teens prefer the latter because it is “less busy” and the people holding hands in different colours tends to evoke multiculturalism .

Overall Findings

- The “Mathieu Da Costa Challenge” poster (red background/faces) elicits the most negative comments. In general, the poster is viewed as boring, lacking originality, a typical government poster, and too much related to school (Toronto). It’s most redeeming quality is the tagline which states what the Mathieu Da Costa challenge is about and leaves little confusion about the nature of the Mathieu Da Costa challenge.
- Compared to the other posters, the “Take the Mathieu Da Costa Challenge” poster (yellow background) would be ineffective in capturing the attention of youth. It is seen as “boring” and “flat”.

Overall Findings

“Be Specific”

- Initially, none of the posters clearly communicate to participants what the challenge/contest is about. The poster with the tagline “Enter the National essay & artwork contest” is most explanatory of the message but with such low awareness of who Mathieu Da Costa was the use of the word diversity (Toronto) is particularly important in conveying the theme of the challenge. The word “essay” was criticized among English participants as being too scholarly and not accurately expressing the types of writing (i.e. poetry, short stories, songs) that are actually accepted. “Creative writing” was suggested instead.
- Most participants preferred “contest” over “challenge” it is more accurate, does not convey the impression of a daunting task and implies that there will be prizes.

Overall Findings

“The K.I.S.S. Rule Applies”

- For younger participants the additional information included at the bottom of the poster is more important. They are more likely to take the time to read it and are less likely to opt for using the telephone number or URL. However, they specify it should be easy to read. Older participants prefer a more simple and direct approach with minimal text.
- There is a need for additional information on the trip to Ottawa including: How long will it be? Will all expenses be paid? Can you take a friend/parent? Why Ottawa? Additional information on the prize may go towards making the trip to Ottawa more appealing. Many suggest other prizes such as cash, a scholarship, an ipod, or a trip somewhere else.



Overall Findings

- Although most participants say they would use the URL to find out more information, they recognize that some people may not have access to the internet and therefore both the web site and the telephone number should be included. The 1-888-77-MULTI number with the last five numbers in brackets is ideal.

“Longevity = Credibility”

- The stamp is well received and lends credibility to the challenge/contest suggesting a proven track record. In terms of the layout, there is a preference for it to appear on an angle.



Ipsos  **Reid**

Ensemble des résultats

Ensemble des résultats

« *Les couleurs, ça compte* »

- La spirale à l'arrière-plan est l'élément le plus attrayant de toutes les affiches. La forme et les couleurs de la spirale sont très efficaces pour attirer l'attention des jeunes et stimuler leur intérêt à l'égard du défi/concours.
- Les affiches « Inscrivez-vous au défi Mathieu Da Costa » (spirale et navire) et « Concours Mathieu Da Costa » (spirale avec les bonshommes qui se tiennent par la main) sont celles que les jeunes trouvent les plus attrayantes. Cependant, les adolescents plus âgés préfèrent cette dernière parce qu'elle est « moins chargée » et que les bonshommes de différentes couleurs évoquent le multiculturalisme.

Ensemble des résultats

- L'affiche « Défi Mathieu Da Costa » (arrière-plan rouge/visages) est celle qui a suscité les commentaires les plus négatifs. De manière générale, l'affiche est perçue comme ennuyeuse et manquant d'originalité, une affiche typique du gouvernement et trop associée à l'école (Toronto). Sa plus grande qualité, c'est le titre d'appel qui indique clairement la nature du défi Mathieu Da Costa.
- Comparativement aux autres, l'affiche « Participer au défi Mathieu Da Costa » (arrière-plan jaune) n'arrive pas à attirer l'attention des jeunes. Elle est perçue comme « ennuyeuse » et « sans intérêt ».

Ensemble des résultats

« Être précis »

- Au départ, aucune des affiches n'expliquait clairement aux participants en quoi consistait le défi/concours. L'affiche avec le titre d'appel « Participez au concours national de compositions et de dessins » véhicule clairement le message, mais comme très peu de jeunes savaient qui était Mathieu Da Costa, l'utilisation du mot « diversité » (Toronto) est particulièrement importante pour communiquer le thème du défi. Le terme « essay » n'a pas été apprécié des participants anglophones : ils estiment qu'il est trop scolaire et qu'il reflète mal les types de textes acceptés (tels que poèmes, nouvelles et chansons). Le terme « creative writing » a été proposé comme solution de rechange.
- La plupart des participants préfèrent le terme « concours » à « défi » parce qu'il est plus précis, qu'il ne donne pas l'impression d'une tâche rebutante et qu'il sous-entend des prix.

Ensemble des résultats

« Privilégier la simplicité »

- Les plus jeunes participants accordent davantage d'importance aux renseignements supplémentaires fournis au bas de l'affiche. Ils ont plus tendance à prendre le temps de lire ces renseignements, mais ont moins tendance à choisir d'utiliser le numéro de téléphone ou l'adresse URL. Ils précisent toutefois que les renseignements doivent être faciles à lire. Les participants plus âgés préfèrent une approche plus simple et plus directe, avec un minimum de texte.
- L'affiche doit comporter des renseignements supplémentaires sur le voyage à Ottawa, notamment : Combien de temps durera-t-il? Est-ce que toutes les dépenses seront payées? Peut-on inviter un ami/un de nos parents? Pourquoi Ottawa? De l'information additionnelle sur le voyage à Ottawa pourrait le rendre plus attrayant. De nombreux participants proposent d'autres prix comme de l'argent comptant, une bourse d'études, un ipod ou un voyage à un autre endroit.

Ensemble des résultats

- Bien que la plupart des participants disent qu'ils utiliseraient l'adresse URL pour obtenir de plus amples informations, ils reconnaissent que, comme certaines personnes n'ont pas accès à Internet, il vaudrait mieux indiquer l'adresse du site Web et le numéro de téléphone. La façon idéale de la faire, c'est d'indiquer le numéro 1 888 77-MULTI, avec les cinq derniers chiffres entre parenthèses.

« Longévité = crédibilité »

- Le sceau est bien perçu et ajoute de la crédibilité au défi/ concours, puisqu'il suggère une certaine renommée. Les participants préfèrent qu'il soit imprimé de biais.



Ipsos  **Reid**

The Four Posters



Join the Mathieu Da Costa Challenge

Exploring diversity in words and images

Join the
**Mathieu
Da Costa**
Challenge

Exploring diversity in words and images

If you are between the ages of 9 and 18, you are eligible to enter the Mathieu Da Costa Challenge. Write an essay or create a piece of artwork that tells the story of someone who has helped in the building of Canada's history.

To find out more, go to
www.canadianheritage.gc.ca

Canadian Heritage
Multiculturalism

Patrimoine canadien
Multiculturalisme

Participer au Défi
**Mathieu
Da Costa**

À la découverte de la diversité
en images et en mots

Si tu as entre 9 et 18 ans tu es admissible à participer au Défi Mathieu Da Costa. Rédige un récit, une composition ou réalise une illustration qui raconte l'histoire d'une personne qui a contribué à l'édification du Canada.

Pour de plus amples renseignements :
www.patrimoinecanadien.gc.ca

Patrimoine canadien
Multiculturalisme

Canadian Heritage
Multiculturalism

Join the Mathieu Da Costa Challenge

Exploring diversity in words and images

Strengths

- Compelling poster because of the colours, brightness, and ship.
- Seen as: artistic and interesting.
- A preference for “Join” versus “Take” the MDC, more inviting and welcoming (Toronto).
- Positive attitudes toward the tagline “Exploring diversity in words and images” it explains what the challenge is about and the use of the word “diversity” (Toronto).
- “Participer” vs. “Relevez” is seen as less of a task (Montreal).
- Preferred choice after learning more about Mathieu Da Costa.

Weaknesses

- The spiral and ship viewed as too busy among older youth.
- Least preferred instructional information and makes no mention of a prize.
- Only includes the web site.
- Criticism of the word “challenge” as more daunting or misleading (e.g. mentions of the Terry Fox challenge or involving many steps).
- “Diversité” not clear in the younger groups; the inference to multiculturalism not obvious – the use of “Différence” is preferable (Montreal).



Join the Mathieu Da Costa Challenge

Exploring diversity in words and images

➤ Specific comments include:

“Artistic.”

“Boats are cool.”

“Colourful.”

“Too much with the spiral AND the ship.”

[Re: Challenge vs. Contest] “Sounds a little more daunting.”



Mathieu Da Costa Contest

Discover-Celebrate-Share

Mathieu Da Costa
Contest

Discover-Celebrate-Share

Are you between the ages of 9 and 18?
Êtes-vous âgé(e) entre 9 et 18 ans?

What do you have to do?
Que devez-vous faire?

What can you win?
Pourquoi est-ce que vous devriez participer à ce concours?

How can you enter?
Par quel moyen pouvez-vous participer au concours?

www.canadianheritage.gc.ca
1-888-77-MULTI

10
ANNIVERSARY

Canadian Heritage
Multiculturalism

Patrimoine canadien
Multiculturalisme

Canada

Le concours
Mathieu Da Costa

Découvrez, partagez, célébrez

Es-tu âgé entre 9 et 18 ans ?
Si oui, tu es autorisé à participer au concours national de compositions et de dessins.

Que dois-tu faire ?
Rédiger des lettres ou faire les illustrations de personnes dont le travail n'a pas été bien étudié ou oublié dans l'histoire du Canada.

Que peux-tu gagner ?
Les lauréats et lauréates accompagnés d'une personne adulte gagnent un voyage de deux jours à Ottawa, participation à une cérémonie de remise des prix et un concert avec assistance de mentors et des cadets.

Comment peux-tu participer ?
Tu peux participer en visitant le site Internet ou en téléphonant au numéro sans frais :

www.patrimoinecanadien.gc.ca
1-888-77-MULTI

10
ANNIVERSARY

Patrimoine canadien
Multiculturalisme

Canadian Heritage
Multiculturalism

Canada



Mathieu Da Costa Contest

Discover-Celebrate-Share

Strengths

- Generally well received (especially among older teens in Toronto; more general acceptance in Montreal) because of the colours/ brightness, and the format (Q&A) of the text allows participants to quickly pinpoint the information they are interested in.
- Inferences to multiculturalism created by the figure in different colours is not lost on older teens.
- Seen as: artistic, colourful and more festive (Montreal).
- The rounded lettering in title makes it friendlier and fun.
- A preference for “contest” versus “challenge” viewed as more explanatory and suggestive of prizes.
- Includes both a web site and a telephone number.

Weaknesses

- Criticism of the words “Discover-Celebrate-Share” does not clearly communicate what the contest is about and lacking originality.
- Lacking important details on the prize.
- The Q&A text needs to be simplified to be “less wordy”.

Mathieu Da Costa Contest

Discover-Celebrate-Share

➤ Specific comments include:

“Easier to read.”

“J’aime les couleurs.”

“The spiral catches my attention.”

“Un concours c’est claire.”

“Artistic.”

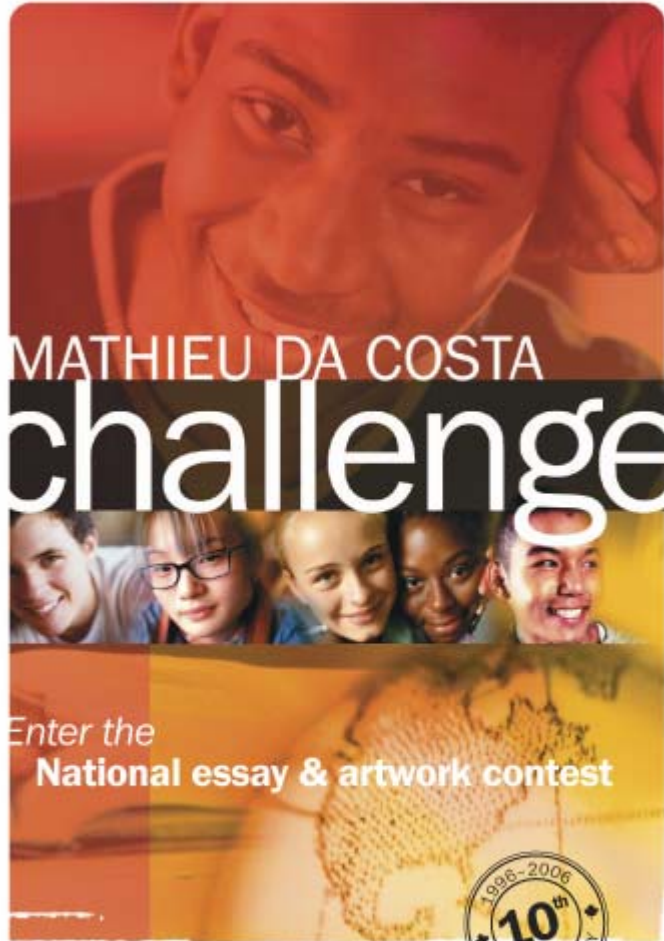
“Discover-Celebrate-Share? What is this about?”

[Re: Contest vs. Challenge] “It gives you more of an initiative to enter.”



Mathieu Da Costa Challenge

Enter the National essay & artwork contest




www.canadianheritage.gc.ca

 Canadian Heritage
Multiculturalism

 Patrimoine canadien
Multiculturalisme







www.patrimoinecanadien.gc.ca

 Patrimoine canadien
Multiculturalisme

 Canadian Heritage
Multiculturalism





Mathieu Da Costa Challenge

Enter the National essay & artwork contest

Strengths

- The use of the colour red (Toronto).
- The ethnic diversity of the people (older teens).
- The tagline “Enter the National essay & artwork contest” clearly communicates what the challenge is about.
- Most preferred 10th anniversary stamp in that it was perceived as most authentic and the positioning (angle).

Weaknesses

- The least liked poster, negative comments include: lacking originality/looks like normal government posters, too academic, nerdy, boring, typical.
- Perceived to be geared towards older kids/adults.
- Makes no mention of a prize.
- Criticism of the word “essay” sounds too academic and too limiting, if poems, short stories, songs, etc are also accepted (Toronto).
- Only includes the web site.



Mathieu Da Costa Challenge

Enter the National essay & artwork contest

➤ Specific comments include:

“Nerdy, boring.”

“It’s for adults.”

“Ca fait adulte.”

“Its colourful.”

“It looks like all school posters.”

“Pas amusant.”

“Looks like a normal government poster.”

“It says what it is.”



Take Mathieu Da Costa Challenge

Our Diversity – Your Words, Your Art

**OUR DIVERSITY -
YOUR WORDS, YOUR ART**

**Take the
Mathieu Da Costa
challenge**

Do you know someone who has made an important contribution to Canada's history but who has not been recognized? This is your chance to tell their story through artwork or an essay. If you are between the ages of 9 and 18, you are eligible to enter the contest. You could win a trip to Ottawa!

www.canadianheritage.gc.ca
1-888-776-8584

**NOTRE DIVERSITÉ :
UNE PALETTE DE MOTS ET DE COULEURS**

**Relevez
le Défi
Mathieu Da Costa**

Connais-tu quelqu'un qui a fait une contribution importante dans l'histoire du Canada, mais dont le travail n'a pas été souligné ? Voici ta chance de raconter son histoire ou d'illustrer ses réalisations. Si tu as entre 9 et 18 ans, tu es admissible à participer au concours. Tu pourrais courir la chance de gagner un voyage à Ottawa !

www.patrimoinecanadien.gc.ca
1-888-776-8584



Take Mathieu Da Costa Challenge

Our Diversity – Your Words, Your Art

Strengths

- Positive comments toward the tagline “Our Diversity – Your Words, Your Art” in communicating what the challenge is about and the use of the word “diversity” (Toronto).
- Includes both a web site and a telephone number.

Weaknesses

- The least compelling poster overall.
- Negative comments for French tagline “Notre Diversité une palette de mots et de couleurs.”; perception of trying too hard and younger participants are confused by “diversité.”
- “Take” versus “Join” the MDC is viewed as more forceful.
- “Relevez” seen as a call to action however is not compelling to most.
- Lacking important details on the prize.
- Criticism of the word “challenge” as more daunting or misleading (e.g. mentions of the Terry Fox challenge/long process).



Take Mathieu Da Costa Challenge

Our Diversity – Your Words, Your Art

➤ Specific comments include:

“Boring. Doesn’t grab my attention.”

“Too similar to other posters.”

“You are contributing to diversity.”

[Re: Take vs. Join] “Instructing. Telling you you have to.”



Ipsos  Reid

Conclusions

Conclusions

- ***Age is an important factor in how various treatments are received***
 - Younger participants tend to focus on the visual elements and are more likely to welcome more detailed information on the MDC challenge.
 - Older participants are more likely to prefer a simple, uncluttered, straightforward approach; they are self-assured and confident that they could find additional information by sourcing the URL or telephone numbers.

Conclusions

➤ ***Colours are important***

- General consensus that MDC visuals should be captivating – the best way to achieve this (initially at least) is with the use of colours – Visuals used in “Join the Mathieu Da Costa Challenge” and “Mathieu Da Costa Contest” work best.

➤ ***Should feel friendly and fun***

- Participants often note that “Join the Mathieu Da Costa Challenge” and “Mathieu Da Costa Contest” feel friendlier. Although the use of vibrant colours undoubtedly contributes to the overall “feel”, the use of rounded lettering gives the impression that this will be a fun experience, this lettering should be considered for future iterations of the poster.

Conclusions

- ***The importance of simplicity and a stated purpose***
 - General recognition that an unambiguous description of what the MDC is, and clear information as to how to participate in it are key. Using the word contest in the title and the tagline “Enter the national essay and art work contest” are more effective in doing this than any other option.
 - Younger participants are more likely to want more detail than are their older counterparts who prefer less text. An ideal compromise might be to take the questions and answers approach used in “Mathieu Da Costa Contest” and make it “less wordy”.

- ***Anniversary Icon***
 - The anniversary icon is well received by all. It speaks to the credibility of the MDC Challenge and should be retained.

Conclusions

➤ *Contact Information*

- There is a consensus that any eventual MDC poster should include both a URL and a Telephone number. There is appeal to the 1-800-77-MULTI approach however it should be combined with a bracketed () number for those unwilling to translate letters to numbers.



Ipsos  **Reid**

Canadian Heritage

Mathieu Da Costa Qualitative Research

July 2005

Research Findings



Ipsos  Reid

Conclusions

Conclusions

- ***L'âge est un facteur important dans la perception des divers concepts***
 - Les plus jeunes participants s'arrêtent davantage aux éléments visuels et ont plus tendance à bien accueillir des renseignements détaillés sur le défi MDC.
 - Les participants plus âgés préfèrent généralement une approche simple et dépouillée qui va droit au but. Ils sont sûrs d'eux et estiment qu'ils pourront trouver des renseignements supplémentaires à l'aide de l'adresse URL ou du numéro de téléphone.

Conclusions

➤ *Les couleurs sont importantes*

- Tous les participants s'entendent pour dire que le matériel visuel du défi MDC doit être accrocheur; l'utilisation de couleurs serait la meilleure manière d'y arriver (du moins au début) Les éléments visuels des affiches « Inscrivez-vous au défi Mathieu Da Costa » et « Concours Mathieu Da Costa » sont les plus efficaces.

➤ *Ça doit avoir l'air sympa et amusant*

- Les participants ont souvent mentionné que les affiches « Inscrivez-vous au défi Mathieu Da Costa » et « Concours Mathieu Da Costa » ont l'air plus sympathique. Bien que l'utilisation de couleurs vives contribue sans aucun doute à l'impression générale, les caractères arrondis donnent le sentiment que l'expérience sera amusante. Ces caractères devraient être envisagés pour les futures versions de l'affiche.

Conclusions

- ***L'importance de la simplicité et d'un objectif clair***
 - De manière générale, les participants affirment que l'important, c'est que la description du défi MDC soit sans ambiguïté et que les renseignements sur la façon d'y participer soient clairs. À cet égard, le mot « concours » dans le titre et le titre d'appel « Participez au concours national de compositions et de dessins » sont les options les plus efficaces.
 - Les plus jeunes participants ont plus tendance à vouloir plus de détails que les participants plus âgés, qui préfèrent moins de texte. Le compromis idéal pourrait être l'approche questions-réponses utilisée dans l'affiche « Concours Mathieu Da Costa », mais en moins de mots.

- ***Sceau anniversaire***
 - Le sceau anniversaire est bien perçu dans l'ensemble. Il connote la crédibilité du défi MDC et devrait être maintenu.

Conclusions

➤ *Coordonnées*

- Tous les répondants s'entendent pour dire que toute affiche éventuelle du défi MDC devrait comporter tant l'adresse URL que le numéro de téléphone. La façon d'écrire le numéro 1 800 77-MULTI est intéressante, mais des chiffres entre parenthèses devraient être ajoutés pour ceux qui ne veulent pas chercher les lettres sur la clavier du téléphone.



Ipsos  **Reid**

Patrimoine canadien

Étude qualitative sur le défi Mathieu Da Costa

Juillet 2005
Résultats de l'étude