



Employment and
Social Development Canada

Emploi et
Développement social Canada

2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation (Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)

Methodology Report

Prepared for:

Employment and Social Development Canada

For more information on this report, please email:

nc-por-rop-gd@hrscd-rhdcc.gc.ca

Submitted by:

Supplier Name: Narrative Research

POR Registration Number: POR 044-21

Contract Number: G9292-229716/001/CY

Contract Value (Qualitative and Quantitative): \$178,769.67 (including HST)

Contract Award Date: December 8, 2021

Delivery Date: December 27, 2022

Ce rapport est aussi disponible en français

Canada 

2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation – Methodology Report (Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)

This public opinion research report presents the quantitative research methodology used to evaluate the Jobs & Skills campaign. The research was conducted using the Government of Canada's Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) and, as required, was conducted before and after the ad campaign ran in the media.

It is available upon request in multiple formats (large print, Braille, MP3, audio CD, e-text CD, DAISY, or Accessible PDF), by contacting 1 800 O-Canada (1-800-622-6232). By teletypewriter (TTY), call 1-800-926-9105.

© His Majesty the King in Right of Canada, 2023

For information regarding reproduction rights: droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca

PDF

Cat. No.: Em16-25/2022E-PDF

ISBN: 978-0-660-42789-8

Aussi disponible en français sous le titre : Évaluation de la campagne de publicité Emplois et compétences 2021-2022 / 2022-2023 - Rapport méthodologique (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires - OECP)

Ce document est offert sur demande en médias substitués (gros caractères, braille, MP3, audio sur DC, fichiers de texte sur DC, DAISY, ou PDF accessible) en composant le 1 800 O-Canada (1-800-622-6232). Si vous utilisez un téléscripteur (ATS), composez le 1-800-926-9105.

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, 2023

Pour des renseignements sur les droits de reproduction : droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca

PDF

N° de cat. : Em16-25/2022F-PDF

ISBN : 978-0-660-42790-4

Table of Contents

	<u>Page</u>
Executive Summary	1
Background	1
Research Objectives	2
Methodology	2
Research Usage.....	3
Expenditure	3
Consent.....	3
Political Neutrality Statement and Contact Information	4
Appendix A: Study Methodology	5
Questionnaire Design	5
Sampling	5
Survey Administration	7
Non-Response Bias Analysis	14
Appendix B: Baseline Questionnaire	16
Appendix C: Post-Campaign (Phase 1) Questionnaire	30
Appendix D: Post-Campaign (Phase 2) Questionnaire.....	44

Executive Summary

Narrative Research Inc.

Contract Number: G9292-229716/001/CY

POR Registration Number: POR-044-21

Contract Award Date: 2021-12-08

Contracted Cost (**Qualitative and Quantitative**): \$178,769.67 (tax included)

Note: Qualitative research presented under separate cover

Background

Following the launch of Employment and Social Development Canada's (ESDC) *Essential Services Jobs during COVID-19/Job Bank* national advertising campaign in 2020-2021, 1.42 million Canadians remained unemployed as of September 2021. The COVID-19 pandemic has had and continues to have many effects on the labour market. Many sectors and industries are still seeking employees, and residents continue to seek jobs. In addition, with the changing nature of work, it is more and more obvious that Canadians have to continue learning and gain new professional skills to access today's labour market, facilitate a transition to a new career, or improve their current career. This advertising campaign, with a budget of \$2.5 million, was a two-phase campaign that spanned over two fiscal years.

Phase 1 of the campaign focused on promoting jobs to help job seekers and unemployed Canadians find work opportunities, during the pandemic and beyond. Additionally, this campaign aimed to support employers by encouraging them to publish job offers and review job-related resources available on the Job Bank search platform. Campaign targets included job seekers, both employed and unemployed, 18 to 64 years old, and employers in senior leadership and hiring positions, aged 35 to 64 years old.

Phase 2 of the campaign took place September to November 2022 and focused on the importance of skills development and continuing education. This phase informed Canadians of the various programs available to help them gain the skills they need to prepare for today's labour market and the financial support that is available. Campaign targets for this phase included: Canadian youth 18 to 24 years old, who are starting to work for the first time or looking to improve their current career; and adults 35 to 54 years old looking to change or improve their career.

Evaluating advertising campaigns that have a media buy of over \$1 million is a requirement within the Government of Canada's Policy on Communications and Federal Identity.

This report details the methodological considerations pertaining to the quantitative component of this study, which included baseline and post-campaign surveys to evaluate the campaign. Qualitative research was also undertaken to pre-test the creatives for this campaign, results of that component of the research are presented under a separate cover labelled “2022-2023 Jobs & Skills (Phase 2) Advertising Campaign Creative Testing.”

Research Objectives

The purpose of the quantitative research is to evaluate the *Jobs & Skills* advertising campaign using the Government of Canada’s Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET), and as required, is conducted before and after the advertising campaign runs in the media. Post-campaign data metrics are measured against the baseline data. Results will provide ESDC with data that assists in developing/adjusting future media strategies. In addition, results from the post-campaign provide for future campaigns, valuable trend information for the Department. The specific research objectives were to:

- Gauge general awareness of the topic of the campaign (baseline);
- Gauge the effectiveness of the campaign;
- Measure awareness and knowledge of the campaign and ESDC programs; and
- Detect if the campaign was effective in promoting the call to action.

Methodology

To fulfill these objectives, an online survey was undertaken in January 2022 to set a baseline for the campaign prior to its launch and because the campaign ran in two phases, there were two post-campaign surveys conducted. The phase 1 post-advertising campaign online survey was undertaken in February/March 2022, and the phase 2 post-advertising online survey was administered in November 2022. The baseline survey required an average of 9 minutes to administer, and the post-advertising campaign surveys required approximately the same amount of time to administer.

The participation rates in each wave were 23.1 percent, 23.1 percent, and 45.5 percent, respectively. The email contact records for each wave were drawn from a national panel administered by The Logit Group of Toronto, Ontario. There was a total of 2,015 (1,853 job seekers; 162 employers) surveys completed for the baseline wave, while there was a total of 1,030 (850 job seekers; 180 employers) surveys completed for the phase 1 post-advertising campaign wave, and a total of 1,003 (phase 2 audience) surveys completed for the phase 2 post-advertising campaign data collection wave.

The baseline survey was administered from January 6 to January 12, 2022, while the phase 1 post-advertising campaign survey was administered from February 24 to March 8, 2022, and the phase 2 post-advertising campaign survey was administered from November 15 to 24, 2022.

Research Usage

The survey data was collected to gauge the effectiveness of ESDC's *Jobs & Skills* advertising campaign. The surveys explored whether the target segments encountered the recent ad campaign, whether on television, through Facebook or other social media, or through some other medium. As per the standard ACET methodology, the baseline survey was conducted prior to ads being run in the media, and asked questions regarding the recall of Government of Canada advertising in general and more specifically on the upcoming campaign topic. Campaign specific attitudinal and behavioral questions were also posed.

Again, as per the standard ACET methodology, the post-campaign surveys collected information related to recall of the advertisement and its key messages, ad sponsorship, and what, if any, action has been taken as a result of seeing the ad campaign. Post-campaign data metrics would subsequently be compared by Government of Canada representatives against the baseline findings. Information obtained through this public opinion research would allow ESDC to determine the impact of its advertising campaign and provide direction on areas where campaigns could be adjusted. The findings are aimed to provide useful information to improve future campaigns.

Given that this online survey methodology entailed a non-probability sampling, the data collected cannot be extrapolated to a broader target population.

Expenditure

The quantitative surveys entailed the expenditure of \$125,210.50 including tax. This survey was part of a larger research contract that also included qualitative research. The total contract value of the combined qualitative (online focus groups) and quantitative research (three online surveys) components was \$178,769.67, including tax.

Consent

Narrative Research offers this written consent allowing Library and Archives Canada to post, in both official languages, this Methodological Report.

Political Neutrality Statement and Contact Information

I hereby certify as a Senior Officer of Narrative Research that the deliverables fully comply with the Government of Canada political neutrality requirements outlined in the Policy on Communications and Federal Identity and the Directive on the Management of Communications. Specifically, the deliverables do not contain any reference to or information on electoral voting intentions, political party preferences, standings with the electorate, or ratings of the performance of a political party or its leaders.



Peter MacIntosh
Chief Research Officer & Partner
Narrative Research
pmacintosh@narrativeresearch.ca
902-493-3832

Appendix A: Study Methodology

This evaluation utilized the Government of Canada’s Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) and was administered to samples of Canadian job seekers aged 18 to 64 years old, Phase 2 target audience members 18 to 24 and 35 to 54 years of age, and Canadian employers aged 35 to 64 years old. The online-based data collection regimen entailed a baseline data collection wave, as well as two post-advertising campaign data collection waves. This approach permits a comparison of awareness and opinions over time.

Questionnaire Design

The questions utilized in this study were based on the Government of Canada’s standard Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) questionnaire. The primary difference between the baseline (Appendix B) and the post-campaign survey questionnaires (Appendices C & D) was that in the latter, the survey respondents were aided in their ad recall by way of being shown advertisements from the recent advertising campaign. Specifically, in the post-campaign surveys (phase 1 and phase 2), the online respondents were shown two static web banner ads, as well as two static social media ads. The respondents were subsequently asked a series of questions about the advertisements. This aiding of respondents by showing ads drawn from the advertising campaign is a process that is possible with an online survey methodology.

Narrative Research ensured that respondents were able to complete the survey on various platforms including computers, tablets or smartphones. As required by Government of Canada standards, English and French pre-tests were conducted in each survey wave. In all waves, a line of questioning was included at the end of the survey in which respondents were asked if they encountered any questions or survey wording that was difficult to understand. No comprehension or other difficulties regarding the pretest surveys were identified.

Sampling

The baseline and post-campaign survey approaches were designed to be administered to separate, unique online panel samples as described below.

The baseline survey targeted the following campaign audiences: a) Phase 1 campaign audiences comprising of job seekers, 18 to 64 years old, employed and unemployed Canadians; and employers, 35 to 64 years old who were senior leaders and/or hiring managers; and b) Phase 2 campaign audiences comprising of Canadians adults, 35 to 54 years old who were are looking to change or improve their current career; and youth 18 to 24 years old, starting to work for the first time or looking to improve their current career.

In total the baseline was conducted with a sample of 2,015 respondents, specifically, 162 surveys collected among employers, and 1,853 surveys completed with job seekers/phase 2 audience.

The post-campaign surveys were conducted online with a sample of approximately 1,000 respondents each, specifically with:

- Phase 1 post-campaign survey:
 - Job seekers, 18 to 64 years old, employed and unemployed Canadians; and
 - Employers, 35 to 64 years old – senior leaders and hiring managers
- Phase 2 post-campaign survey:
 - Canadian adults 35 to 54 years old who were looking to change or improve their current career; and
 - Youth 18 to 24 years old, starting to work for the first time or looking to improve their current career.

In total, the phase 1 post-campaign survey was conducted with a sample of 1,030 respondents, specifically, 180 surveys collected among employers, and 850 surveys completed with job seekers. The phase 2 post-campaign survey was conducted with a sample of 1, 003 respondents from the phase 2 campaign target audience.

The survey sampling approaches were designed to approximate the target populations, specifically job seekers in terms of age, gender, and region, and the target population of employers in terms of region. To this end, quotas were implemented for age (18 to 34, 35 to 54, 55 to 64), gender (male/female), and region (ATL, QC, ON, MB/SK/NU, BC/YK, AB/NT) for job seekers; and for age (18 to 24 and 35 to 54), gender (male/female), and region (ATL, QC, ON, MB/SK/NU, BC/YK, AB/NT) for the Phase 2 audience; and for region (ATL, QC, ON, MB/SK/NU, BC/YK, AB/NT) for employers.

Sample Records Source

Narrative Research utilized the services of The Logit Group for this research. The Logit Group's online general population panel is comprised of over 600,000 Canadian residents nationally, with sound representation across regions. Logit Group panelists are recruited from a large number of sources to maximize reach and representation. The recruitment policies of The Logit Group's partners (SSI, Toluna, Asking Canadians, and Research Now) are broad in scope. Survey data quality rests on many different factors, including sourcing of panelists who are vetted, using ongoing quality checks such as eliminating panelists who are no longer active, and so forth. The following are panel member sources for Logit Group studies:

- Email invitations: pre-authorized to opt in lists from associations and groups
- Social Media: advertising and social groups on leading social media platforms
- Media Platforms: advertising on online media platforms both niche and mainstream
- Use of major recruiting brands
- Loyalty programs
- Targeted audiences
- Web and social networking sites
- Targeted emails by The Logit Group’s online partners to their members or subscribers
- Referral programs

The Logit Group has established a variety of quality assurance processes to proactively identify invalid respondents. For example, the company has incorporated methods to quickly identify and flag straight-lining speedsters (i.e., respondents who give the same responses to all questions as a means of quickly finishing the survey), thereby monitoring whether panelists are able to provide thoughtful and accurate responses.

Panel members are monitored against Statistics Canada parameter data to gauge statistical representation. Annual profile refreshing campaigns are conducted to incentivize panelists to remain active; these can also contain new questions in order to target specific niche audiences more precisely. Panelists’ participation is rewarded with their choice of HBC Rewards bonus points, Aeroplan Miles or Petro Points, as well as various prizes. The sampling procedure reflected a computerized randomization of online panel members, with exclusions from the randomization process being based upon, for example, whether a panelist had received his/her monthly maximum number of survey invitations. As well, no baseline survey invitees were invited to complete a post-campaign survey.

Survey Administration

Survey Programming and Testing

The baseline and post-campaign online surveys were programmed by Narrative Research in both English and French, using Voxco Acuity programming. Respondents were given the option to complete the survey in the official language of their choice, and were formally invited to the survey in the official language of their choice. As well, at any point when completing the questionnaire, respondents had the option to change the questionnaire language to the other official language. Assistance in completing the survey was available from bilingual Narrative Research staff, as required. Respondents were able to verify the legitimacy of the survey via representatives from Narrative Research or ESDC, or via the Canadian Research Insights Council

(CRIC) survey verification service. The programmed surveys were tested to ensure question order and skip patterns were properly implemented. Testing included Narrative Research staff receiving the invitation via email just as a respondent would, to ensure accuracy of delivery, text, links, and so on. ESDC staff were also provided with the pre-test links.

In addition, a baseline wave pre-test was conducted among respondents, as was the case among respondents of the two post-campaign waves. In the baseline wave, a total of 36 English and 12 French completed pre-test surveys were completed, while in the initial post-campaign wave a total of 10 English and 11 French pre-tests were completed. In the second post-campaign data collection wave a total of 22 English and 10 French pre-tests were completed. These pre-test survey completions were conducted via a survey “soft launch” whereby a small number of panel respondents were invited to participate in the survey. As noted above, the baseline pre-test also included a line of survey questioning that sought respondent feedback on the survey questionnaire, in terms of qualities such as clarity and ease of understanding. The pre-testing of the surveys each wave allowed the collected data to be reviewed to ensure accuracy and to identify any programming aspects that should be modified. No substantive data quality issues arose as a result of either of the pre-tests, and thus the pre-test data was maintained in the final data sets.

Data Collection

Unlike telephone surveys which typically occur with new respondents being contacted throughout the specified data collection time period, in online surveys of the type implemented in the present case, the preponderance of respondents are notified within a day or two, for example, of the end of the advertising campaign that is being assessed. Reminder notices are forwarded to these sampled respondents until such time as the target number of survey completions has been met.

This data collection approach offers a timing advantage in contacting respondents as soon as possible after the campaign has ended. A total of 2,015 baseline wave surveys were collected, a total of 1,030 phase 1 post-campaign surveys were collected, and 1,003 phase 2 post-campaign surveys were collected.

As noted, this study consisted of three data collection phases, a baseline wave and two post-advertising campaign waves. The baseline wave was administered January 6 to 12, 2022, while the phase 1 post-advertising campaign wave was administered February 24 to March 8, 2022, and the phase 2 post-campaign wave was administered November 15 to 24, 2022. The survey invitation, as well as a reminder invitation, were sent to panel members during the data collection periods (i.e., six days for the baseline wave, 12 days for the first post-campaign wave, and 10 days for the second post-campaign wave).

Fieldwork was monitored and reviewed on an ongoing basis to ensure target quotas were being met. Narrative Research provided regular reports (verbal and written) to Employment and Social Development Canada representatives regarding progress, as requested or pre-determined. Given that single use unique survey links were distributed to prospective respondents, no individual was able to complete the survey questionnaire more than once.

It is important to note that because, for various reasons, a small percentage of submitted online panel surveys is often removed from study data sets after submission, Narrative Research’s initial quota targets in each wave exceeded the overall final requirement of 2,000 in the pre-wave, and 1,000 in each of the post campaign waves. Accordingly, given the unavoidable possibility of having to remove surveys, post collection, Narrative as a precautionary measure collected more than the initially targeted number of surveys per wave. Reasons for removing surveys ultimately included respondents who gave consistently non-intelligible verbatim responses, as well as those with duplicate IDs.

The baseline survey required a mean average of 9 minutes for respondents to complete, as did both of the post-campaign surveys. A non-probability sample approach was implemented given that the study was designed to be conducted among online Canadian general public panelists. All such panels are inherently non-probability in nature, given that panelists self-select to become members of such panels, and not all adult Canadians belong to such a panel. The tables below for the baseline wave and the post-campaign surveys display regional, gender, and age data in terms of the actual distribution of adult Canadians as catalogued in the 2016 Statistics Canada Census, as well as the quotas and actual survey distribution established for job seekers, employers, and phase 2 audience members.

Baseline Wave					
(Percentages may not sum exactly to 100%, owing to rounding)					
	2016 Census	Quota Targets		Surveys Completed (Unweighted)	
		Surveys (n=)	Surveys (%)	(n=)	(%)
Job Seekers (n=1,853)					
Region					
ATL	7.0%	136	7.4%	119	6.4%
QC	23.0%	447	24.1%	386	20.8%
ON	38.0%	738	39.9%	740	39.9%
MB/SK/NU	7.0%	136	7.4%	131	7.1%
BC/YK	13.0%	253	13.7%	254	13.7%
AB/NT	12.0%	233	12.6%	223	12.0%

**2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation – Methodology Report
(Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)**

Gender					
Male	49.1%	960	51.9%	952	51.4%
Female	51.0%	982	53.1%	888	47.9%
Unspecified	Not applicable	Not applicable	Not applicable	13	0.7%
Age					
18 to 34	27.4%	673	36.3%	618	33.4%
35 to 54	34.1%	839	45.3%	1,058	57.1%
55 to 64	38.6%	430	23.2%	177	9.6%
Employers (n=162)					
Region					
ATL	7.0%	10	6.7%	14	8.6%
QC	23.0%	31	20.7%	32	19.8%
ON	38.0%	55	36.7%	69	42.6%
MB/SK/NU	7.0%	12	8.0%	8	4.9%
AB/NT	12.0%	18	12.0%	15	9.3%
BC/YK	13.0%	24	16.0%	24	14.8%

The table for the post-campaign (phase 1) wave below displays the actual distribution in terms of region, age, and gender as catalogued in the 2016 Statistics Canada Census, and the quotas and actual survey distribution for job seekers for region, age, and gender, and for employers by region.

Post-Campaign Wave – Phase 1					
(Percentages may not sum exactly to 100%, owing to rounding)					
	2016 Census	Quota Targets		Surveys Completed (Unweighted)	
		Surveys (n=)	Surveys (%)	(n=)	(%)
Job Seekers (n=850)					
Region					
ATL	7.0%	62	7.3%	62	7.3%
QC	23.0%	205	24.1%	181	21.3%
ON	38.0%	339	39.9%	325	38.2%
MB/SK/NU	7.0%	62	7.3%	61	7.2%
BC/YK	13.0%	116	13.6%	115	13.5%
AB/NT	12.0%	107	12.6%	106	12.5%

**2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation – Methodology Report
(Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)**

Gender					
Male	49.1%	441	51.9%	428	50.4%
Female	51.0%	451	53.1%	416	48.9%
Unspecified	Not applicable	Not applicable	Not applicable	6	0.7%
Age					
18 to 34	27.4%	309	36.4%	315	37.1%
35 to 54	34.1%	385	45.3%	384	45.2%
55 to 64	38.6%	198	23.3%	151	17.8%
Employers (n=180)					
Region					
ATL	7.0%	10	6.7%	14	7.8%
QC	23.0%	31	20.7%	32	17.8%
ON	38.7%	55	36.7%	64	35.6%
MB/SK/NU	7.0%	12	8.0%	13	7.2%
AB/NT	12.0%	18	12.0%	26	14.4%
BC/YK	13.0%	24	16.0%	31	17.2%

The table for the post-campaign (phase 2 audience) wave below displays the actual distribution in terms of region, age, and gender as catalogued in the 2016 Statistics Canada Census, and the quotas and actual survey distribution for phase 2 audience members for region, age, and gender.

Post-Campaign Wave – Phase 2					
(Percentages may not sum exactly to 100%, owing to rounding)					
	2016 Census	Quota Targets		Surveys Completed (Unweighted)	
		Surveys (n=)	Surveys (%)	(n=)	(%)
Phase 2 Audience (n=1,003)					
Region					
ATL	7.0%	71	7.1%	68	6.8%
QC	23.0%	242	24.1%	234	23.3%
ON	38.0%	386	38.5%	381	38.0%
MB/SK/NU	7.0%	70	7.0%	69	6.9%
BC/YK	13.0%	132	13.2%	127	12.7%
AB/NT	12.0%	124	12.4%	124	12.4%

**2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation – Methodology Report
(Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)**

Gender					
Male	49.1%	509	50.7%	491	49.0%
Female	51.0%	516	51.4%	503	50.1%
Unspecified	Not applicable	Not applicable	Not applicable	9	0.9%
Age					
18 to 24	23.4%	240	23.9%	209	20.8%
35 to 54	76.6%	785	78.2%	794	79.2%

Data Tabulation: No weighting was applied to the survey results.

Participation Rate: The rates below were derived using the formula recommended by the Public Opinion Research Directorate of the Government of Canada:

Baseline wave	
Total email addresses used:	21,406
Invalid cases	
Invitations mistakenly sent to people who did not qualify for the study:	4,592
Incomplete or missing email addresses:	0
Unresolved (U)	
Email invitations bounce back:	0
Email invitations unanswered:	12,635
In-scope non-responding units (IS)	
Non-response from eligible respondents:	0
Respondent refusals:	0
Language problem:	0
Selected respondent not available (illness; leave of absence; vacation; other):	0
Early break-offs:	296
Responding units (R)	
Completed surveys disqualified – quota filled:	1,819
Completed surveys disqualified for other reasons:	49
Completed surveys:	2,015

Baseline Wave Participation Rate = $R/(U + IS + R) = 3,883/(12,635 + 296 + 3,883) = 23.1\%$

Post-campaign Phase 1 wave	
Total email addresses used:	10,569
Invalid cases	
Invitations mistakenly sent to people who did not qualify for the study:	2,532
Incomplete or missing email addresses:	0
Unresolved (U)	
Email invitations bounce back:	0
Email invitations unanswered:	6,235
In-scope non-responding units (IS)	
Non-response from eligible respondents:	0
Respondent refusals:	0
Language problem:	0
Selected respondent not available (illness; leave of absence; vacation; other):	0
Early break-offs:	0
Responding units (R)	
Completed surveys disqualified – quota filled:	809
Completed surveys disqualified for other reasons:	39
Completed surveys:	1,030

Post-Campaign Phase 1 Participation Rate = $R/(U + IS + R) = 1,878 / (6,235 + 0 + 1,878) = 23.1\%$

Post-campaign Phase 2 wave	
Total email addresses used:	12,352
Invalid cases	
Invitations mistakenly sent to people who did not qualify for the study:	2,901
Incomplete or missing email addresses:	0
Unresolved (U)	
Email invitations bounce back:	0
Email invitations unanswered:	4,874

In-scope non-responding units (IS)	
Non-response from eligible respondents:	0
Respondent refusals:	0
Language problem:	0
Selected respondent not available (illness; leave of absence; vacation; other):	0
Early break-offs:	277
Responding units (R)	
Completed surveys disqualified – quota filled:	3,243
Completed surveys disqualified for other reasons:	54
Completed surveys:	1,003

Post-Campaign Phase 2 Participation Rate = $R/(U + IS + R) = 4,300 / (4,874 + 277 + 4,300) = 45.5\%$

Given that the online methodology utilized a non-probability sample, a margin of error cannot be applied to the results as per the Standards for the Conduct of Government of Canada Public Opinion Research for Online Surveys.

Non-Response Bias Analysis

Any survey that is conducted is potentially subject to bias or error. When a survey is conducted with a sample of the population, there are two general classes of bias or error: sampling error, which is quantifiable, and non-sampling error, which is typically not quantifiable. Sampling error arises from the fact that interviews are conducted with only a subset of the population, and thus it is possible that the results obtained from this group of respondents are not reflective of the population as a whole. In contrast, non-sampling error encompasses a number of different types of errors including coverage error, measurement error, non-response error, and processing error.

No measurement of sampling error can be attributed to the current study, given that the contact records utilized in the data collection process were derived from an online panel of the general public, which is to say, a non-probability sample source.

Having stated that, measures were taken in the implementation of the data collection to ensure sufficient completed surveys were obtained from demographic groups traditionally regarded as central in quantitative survey research, such as gender, age, and region/province.

With respect to non-sampling error, a number of steps were taken to minimize bias due to these sources. All surveys utilized online interviewing technology to ensure proper survey skip patterns were followed and to minimize errors due to data entry and data capture. The baseline, as well as post-campaign French and English survey instruments themselves, were pre-tested with a small sample of respondents to ensure the survey material was easily understood by respondents, and that the resultant data were being captured properly. In terms of coverage, the surveys were conducted with an online panel of the Canadian general public, based on a randomized sampling of panel records matching the target criteria drawn from a commercially available online panel.

Appendix B: Baseline Questionnaire

ADVERTISING CAMPAIGN EVALUATION TOOL BASELINE SURVEY

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE DE RÉFÉRENCE

2021-2022 / 2022-2023

Jobs & Skills Advertising Campaign / Campagne de publicité pour les emplois et les compétences

To be conducted before the ads are run in the media.	À être mené avant la diffusion des publicités dans les médias.
INTRODUCTION	INTRODUCTION
<p>Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français [SWITCH TO FRENCH VERSION].</p> <p>Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential. The survey takes about 7 minutes to complete.</p> <p>START SURVEY</p> <p>Click here if you wish to verify the authenticity of this survey. To view our privacy policy, click here.</p> <p>a) Does anyone in your household work for any of the following organizations?</p> <p>SELECT ALL THAT APPLY</p>	<p>Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. If you wish to complete the survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].</p> <p>Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ sept minutes pour répondre au sondage.</p> <p>DÉBUT DU SONDAGE</p> <p>Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage et ici pour lire notre politique de confidentialité.</p> <p>a) Une personne de votre foyer travaille-t-elle pour l'une des organisations suivantes?</p> <p>CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT</p> <p><input type="radio"/> Une firme de recherche en marketing</p>

- A marketing research firm
- A magazine or newspaper
- An advertising agency or graphic design firm
- A political party
- A radio or television station
- A public relations company
- The federal or provincial government
- None of these organizations

IF "NONE OF THESE ORGANIZATIONS" CONTINUE, OTHERWISE THANK AND TERMINATE.

b) Are you...

- Male gender
- Female gender
- Gender diverse
- Prefer not to say

c) In what year were you born?

ADMISSIBLE RANGE 2004-1957

IF > BEFORE 1957 AND AFTER 2004, THANK AND TERMINATE - ASK D IF QUESTION C IS LEFT BLANK, OR IF 1957 OR 2004 IN C

d) In which of the following age categories do you belong? SELECT ONE ONLY

- Less than 18 years old
- 18 to 24
- 25 to 34
- 35 to 44
- 45 to 54
- 55 to 64
- 65 or older

- Une revue ou un journal
- Une agence de publicité ou une entreprise de conception graphique
- Un parti politique
- Une station radiophonique ou de télévision
- Une société de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial
- Aucune de ces organisations

SI LE RÉPONDANT INDIQUE « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

b) Êtes-vous...

- De genre masculin
- De genre féminin
- De diverses identités de genre
- Préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

TRANCHE D'ÂGE ADMISSIBLE : 2004 À 1957 - SI L'ANNÉE EST AVANT 1957 OU APRÈS 2004, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE. POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE, OU SI 1957 OU 2004 À LA QUESTION C.

d) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous? CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Moins de 18 ans
- 18 à 24
- 25 à 34
- 35 à 44
- 45 à 54
- 55 à 64
- 65 et plus

IF "LESS THAN 18 YEARS OLD", "65 OR OLDER" OR "BLANK", THANK AND TERMINATE

e) In which province or territory do you live?

SELECT ONE ONLY

- Alberta
- British Columbia
- Manitoba
- New Brunswick
- Newfoundland and Labrador
- Northwest Territories
- Nova Scotia
- Nunavut
- Ontario
- Prince Edward Island
- Quebec
- Saskatchewan
- Yukon
- Prefer not to say

D1:

Which of the following categories best describes your current employment status? Are you:

SELECT ONE ONLY

- Working full-time (30 or more hours per week)
- Working part-time (less than 30 hours per week)
- Self-employed
- Unemployed, but looking for work [qualify for "Job Seeker" can skip to D101]
- Student attending school full-time
- Retired
- Not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- Other employment status

IF "RETIRED" OR "NOT IN THE WORKFORCE" IS SELECTED, THANK AND TERMINATE

SI LE RÉPONDANT A MOINS DE 18 ANS OU EST PLUS VIEUX QUE 65 ANS, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

e) Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon
- Préfère ne pas répondre

D1 :

Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous... NE CHOISIR QU'UNE CATÉGORIE.

- Travailleur / travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- Travailleur / travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travailleur / travailleuse autonome
- Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" passez à la question D101]
- Étudiant(e) à temps plein
- Retraité(e)
- À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- Autre situation d'emploi

SI "RETRAITÉ(E)" OU "À L'EXTÉRIEUR DU MARCHÉ DU TRAVAIL" EST SÉLECTIONNÉ, REMERCIEZ ET METTRE FIN AU SONDAGE.

[To qualify "Employer" audience: ASK QUESTION **D100** IF THE ANSWER TO QUESTION **D1** IS WORKING FULL-TIME, PART-TIME OR SELF-EMPLOYED AND IF AGE IS BETWEEN 35 TO 64 YEARS OLD]

D100: Are you a business owner or do you have a position responsible for hiring employees?

- Yes [qualify as "Employer" – skip to "core questions"]
- No [continue to D101 to qualify for "job seeker" and/or "phase 2 audience" - which will overlap]

[ASK **D101**: To qualify "job seekers" for phase 1 and "phase 2 audiences"]

D101 :

Please indicate if any of the following statements apply to you (Select all that apply):

- I am currently looking to change jobs/careers [qualify as "Job Seeker" and if 18 to 24 or 35 to 54 age range qualify for "Phase 2 audience"]
- I am currently doing job/career training to gain new skills to advance in or move out of my current job/career [qualify as "Job Seeker" and if 18 to 24 or 35 to 54 age range also qualify for "Phase 2 audience"]
- I am entering the workforce for the first time [qualify as "Job Seeker" and if 18 to 24 or 35 to 54 range also qualify for "Phase 2 audience"]
- In the past 2 years, I have done job/career related training to get a new job/career [qualify as "Job Seeker" and if 18 to 24 or 35 to 54 range also qualify for "Phase 2 audience"]
- In the next 5 years, I plan to or may consider changing jobs/careers. [qualify as "Job seeker" AND/OR "Phase 2 audience"]
- None of the above [Does not qualify, thank and terminate]

[If respondent does not qualify as "employer", "job seeker" or "phase 2" audience in the qualifying questions above THANK and TERMINATE]

[Pour qualifier le public "Employeur" : POSEZ LA QUESTION **D100** SI LA RÉPONSE À LA QUESTION **D1** EST TRAVAILLEUR/TRAVAILLEUSE À TEMPS PLEIN, TEMPS PARTIEL, OU TRAVAILLEUR/TRAVAILLEUSE AUTONOME ET SI L'ÂGE EST ENTRE 35 À 64 ANS]

D100 : Êtes-vous propriétaire d'une entreprise ou avez-vous un poste responsable de l'embauche d'employés?

- Oui [qualifie en tant "qu'employeur" - passez aux "questions de base"]
- Non [continuer à la question D101 pour se qualifier en tant que "chercheur d'emploi" et/ou "public de phase 2" - qui se chevauchera]

[POSER **D101** : Pour qualifier en tant que "demandeurs d'emploi" pour la phase 1 et pour les publics "phase 2"]

D101 :

Veuillez indiquer si l'un des énoncés suivants s'applique à vous :

- Je cherche actuellement à changer d'emploi/de carrière [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" et si 18 à 24 ans ou 35 à 54 ans se qualifie en tant que public "Phase 2"]
- Je suis actuellement en train de suivre une formation professionnelle reliée à l'emploi/à la carrière pour acquérir de nouvelles compétences afin de progresser ou changer mon emploi/carrière actuel [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" et si 18 à 24 ans ou 35 à 54 ans se qualifie en tant que public "Phase 2"]
- J'entre pour la première fois sur le marché du travail [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" et si 18 à 24 ans ou 35 à 54 ans se qualifie en tant que public "Phase 2"]
- Au cours des 2 dernières années, j'ai suivi une formation liée à l'emploi/à la carrière afin d'obtenir un nouvel emploi/une nouvelle carrière [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" et si 18 à 24 ans ou 35 à 54 ans se qualifie en tant que public "Phase 2"]
- Dans les cinq prochaines années, je planifie ou considère changer d'emploi/carrière. [qualifie en tant que "Chercheur d'emploi" et / ou se qualifie en tant que public "Phase 2"]
- Aucune de ces réponses [Si le répondant ne se qualifie pas, merci et terminer]

[Si le répondant ne se qualifie pas comme "employeur", "chercheur d'emploi" ou public "phase 2" dans les questions de qualification ci-dessus, MERCI et TERMINER]

CORE QUESTIONS

ASK ALL RESPONDENTS

Q1:

Over the past three weeks, have you seen, heard or read any advertising from the Government of Canada?

- Yes
 No => GO TO T1A

Q2:

Think about the most recent ad from the Government of Canada that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad? SELECT ALL THAT APPLY

- Cinema
 Facebook
 Internet website
 Magazines
 Newspaper (daily)
 Newspaper (weekly or community)
 Outdoor billboards
 Pamphlet or brochure in the mail
 Public transit (bus or subway)
 Radio
 Television
 Twitter
 YouTube
 Instagram
 LinkedIn
 Snapchat
 Spotify
 Other, specify _____

QUESTIONS DE BASE

POSEZ CES QUESTIONS À TOUS LES RÉPONDANTS

Q1 :

Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada?

- Oui
 Non => ALLER À T1A

Q2 :

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité? CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
 Facebook
 Site Internet
 Revue
 Journal (quotidien)
 Journal (hebdomadaire ou communautaire)
 Panneau d'affichage extérieur
 Dépliant ou brochure reçu par la poste
 Transport public (autobus ou métro)
 Radio
 Télévision
 Twitter
 YouTube
 Instagram
 LinkedIn
 Snapchat
 Spotify
 Autre, veuillez préciser _____

Q3:
What do you remember about this ad?

Q4:
How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Q3 :
De quoi vous souvenez-vous de cette publicité?

Q4 :
Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada?

CAMPAIGN SPECIFIC QUESTIONS

ASK ALL RESPONDENTS

T1A:
Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about **Job Bank, an employment services website?**

- Yes
 No => GO TO T1D

T1B:
Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about **Job Bank, an employment services website?** **SELECT ALL THAT APPLY**

- Cinema
 Facebook
 Internet website
 Magazines
 Newspaper (daily)
 Newspaper (weekly or community)
 Outdoor billboards

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A :
Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet du **Guichet-Emplois, un site Web de services à l'emploi?**

- Oui
 Non => ALLEZ À T1D

T1B :
Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet du **Guichet-Emplois, un site Web de services à l'emploi?**
CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
 Facebook
 Site Internet
 Revue
 Journal (quotidien)
 Journal (hebdomadaire ou communautaire)

- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

- Panneau d'affichage extérieur
- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

T1C:

What do you remember about this ad?

T2A:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about **the importance of gaining new skills to help you be prepared for career growth and the financial programs and services available to support you along the way?**

- Yes
- No => **GO TO T1D**

T2B:

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about the **importance gaining new skills to help you be prepared for career growth and the financial programs and services available to support you along the way?** **SELECT ALL THAT APPLY**

- Cinema
- Facebook
- Internet website
- Magazines
- Newspaper (daily)

T1C :

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

T2A :

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada **sur l'importance d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière ainsi que sur les programmes et services financiers disponibles pour vous accompagner tout au long de votre parcours ?**

- Oui
- Non => **ALLER AU T1D**

T2B :

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de **l'importance d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière ainsi que sur les programmes et services financiers disponibles pour vous soutenir tout au long de votre parcours?** **CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.**

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Revue

- Newspaper (weekly or community)
- Outdoor billboards
- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

T2C:

What do you remember about this ad?

ASK ALL RESPONDENTS

T1D:

In the past five years, have you considered developing your professional skills to find a job, get a promotion or change careers?

- Yes
- No

T1E:

With specific regard to the Government of Canada's **various programs and services, including financial supports that are available to help you gain skills and prepare for career growth, what programs and services are you aware of?**

[UNAIDED – OPEN TEXT]

- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneau d'affichage extérieur
- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

T2C :

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D :

Au cours des cinq dernières années, avez-vous envisagé de développer vos compétences professionnelles afin d'obtenir un emploi, une promotion ou changer de carrière?

- Oui
- Non

T1E :

En ce qui concerne spécifiquement les **divers programmes et services du gouvernement du Canada, y compris des soutiens financiers qui sont disponibles pour vous aider à acquérir des compétences et préparer l'avancement de votre carrière, quels programmes et services connaissez-vous?**

(SANS AUCUNE AIDE – TEXTE OUVERT)

T1F:

Which of the following Government of Canada programs and services are you aware of?
SELECT ALL THAT APPLY.

[TOGGLE ORDER OF ANSWER CHOICES]

- Apprenticeship Incentive Grant for Women
- Apprenticeship Incentive Grant (AIG)
- Apprenticeship Completion Grant (ACG)
- Canada Apprentice Loan
- Tax deductions and credits for apprentices and tradespersons
- Tax deductions for employers of apprentices
- Employment Insurance (EI)
- Union Training and Innovation Program
- Skilled Trades Awareness and Readiness (STAR) program
- Apprenticeship Service program
- Canada Student Financial Assistance Program (includes Canada Student Grants and Loans and Repayment Assistance Program)
- Canada Summer Jobs
- Labour Market Development Agreements/ Workforce Development Agreements
- Job Bank - job search, job alerts, job matching
- Red Seal Program (Skilled trades and apprenticeship)
- Skills for Success
- Student Work Placement program
- Other (specify)
- None of the above

T1G:

Please rate the extent to which you would recommend, use, or visit the following sources for information about **training or skills development programs and services available to help you prepare for career growth:**

[ROTATE AFFIRMATIONS]

- Government of Canada Websites
- Provincial government websites
- Career / Education planning sites

T1F:

Quels programmes et services connaissez-vous parmi les suivants? SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.

[ALTERNER L'ORDRE DES CHOIX DE RÉPONSES]

- Subvention incitative aux apprentis pour les femmes
- Subvention incitative aux apprentis (SIA)
- Subvention à l'achèvement de la formation d'apprenti (SAFA)
- Prêt canadien aux apprentis
- Déductions fiscales et crédits d'impôt pour les apprentis et les gens de métier
- Déductions fiscales pour les employeurs qui embauchent des apprentis
- Assurance-emploi
- Programme pour la formation et l'innovation en milieu syndical
- Programme de sensibilisation et de préparation aux métiers spécialisés
- Programme Service d'apprentissage
- Programme canadien d'aide financière aux étudiants (inclus les subventions et prêts d'études canadiens et le programme d'aide au remboursement)
- Emplois d'été Canada
- Ententes sur le développement du marché du travail / Ententes sur le développement de la main-d'œuvre
- Guichet emplois – recherche d'emploi, alertes-emplois, jumelage-emploi
- Programme Sceau rouge (métiers spécialisés et apprentissage)
- Compétences pour réussir
- Programme de stages pratiques pour étudiants
- Autre (précisez)
- Aucune de ces réponses

T1G :

Veillez évaluer dans quelle mesure vous recommanderiez, utiliseriez, ou visiteriez les sources suivantes pour obtenir de l'information au sujet de **programmes et services de formation ou de développement des compétences disponibles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière:**

[FAIRE LA ROTATION DES AFFIRMATIONS]

- Sites Web du gouvernement du Canada
- Sites Web du gouvernement provincial
- Sites de planification de la carrière/des études

- University and community college websites
- Recruitment sites
- Job Bank
- Trade unions, certification or accreditation bodies or industry specialists

1– Definitely **would not** recommend, use, or visit

2

3

4

5– Definitely **would** recommend, use, or visit

[ASK QUESTION T1H ONLY IF CODES 1-2 OR 4-5 FOR QUESTION T1G]

T1H:

Why would you [codes 4-5 for question T1G] / **Why would you not** [codes 1-2 to question T1G] **recommend, use or visit Government of Canada websites for information on programs and services about training or skills development to help you prepare for career growth?**

T1I: All things considered, please rate how satisfied or dissatisfied you are with the Government of Canada's support for Canadians in the following areas: [ROTATE STATEMENTS]

- Education
- Training to acquire skills
- Employment programs / services

1 - Completely dissatisfied

2

3

4

5 - Completely satisfied

DEMOGRAPHIC QUESTIONS

D2:

What is the highest level of formal education that you have completed?

- Sites Web des universités et des collèges communautaires
- Sites de recrutement
- Guichet-Emplois
- Syndicats, organismes de certification ou d'accréditation ou spécialistes de l'industrie

1– Vous n'auriez **certainement pas** recommandé, utilisé, ou visité

2

3

4

5– Vous auriez **certainement** recommandé, utilisé, ou visité

[POSER LA QUESTION T1H SEULEMENT SI CODES 1-2 OU 4-5 À LA QUESTION T1G]

T1H:

Pourquoi auriez-vous [codes 4-5 à la question T1G] / **Pourquoi n'auriez-vous pas** [codes 1-2 à la question T1G] **recommandé, utilisé ou visiteriez les sites Web du gouvernement du Canada pour obtenir de l'information au sujet des programmes et des services sur la formation ou le développement des compétences pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière?**

T1I: Tout bien considéré, veuillez évaluer à quel point vous êtes satisfait ou insatisfait du soutien du gouvernement du Canada aux Canadiens dans les secteurs suivants :

[FAIRE LA ROTATION DES ÉNONCÉS]

- Éducation
- Formation pour acquérir des compétences
- Programmes/services d'emplois

1 – Entièrement insatisfait

2

3

4

5 – Entièrement satisfait

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

D2 :

Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

SELECT ONE ONLY

- Grade 8 or less
- Some high school
- High school diploma or equivalent
- Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- University certificate or diploma below bachelor's level
- Bachelor's degree
- Postgraduate degree above bachelor's level
- Prefer not to say

D3:

Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- Yes
- No
- Prefer not to say

D4:

Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

SELECT ONE ONLY

- Under \$20,000
- Between \$20,000 and \$40,000
- Between \$40,000 and \$60,000
- Between \$60,000 and \$80,000
- Between \$80,000 and \$100,000
- Between \$100,000 and \$150,000
- \$150,000 and above
- Prefer not to say

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.

- Huitième année ou moins
- Quelques années d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- Préfère ne pas répondre

D3 :

Des enfants de moins de 18 ans habitent-ils actuellement dans votre foyer?

- Oui
- Non
- Préfère ne pas répondre
-

D4 :

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu annuel avant impôts de tous les membres de votre foyer?

CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Moins de 20 000 \$
- Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- 150 000 \$ et plus
- Préfère ne pas répondre

D5:
Where were you born?

- Born in Canada
 - Born outside Canada
- Specify the country:

ASK IF D5=BORN OUTSIDE CANADA

D6:
In what year did you first move to Canada?

ADMISSIBLE RANGE: 1900 to 2022

D7: What is the language you first learned at home as a child and still understand?
SELECT UP TO TWO

- English
- French
- Other language, specify _____

D8a:
What is your ethnic background?

- Caucasian
- Chinese
- South Asian (i.e., East Indian, Pakistani, etc.)
- Black
- Filipino
- Latin American
- East or Southeast Asian (i.e., Vietnamese, etc.)
- Arab

D5 :
Où êtes-vous né(e)?

- Au Canada
 - À l'étranger
- Précisez quel pays :

DEMANDEZ SI D5=NÉ(E) À L'ÉTRANGER

D6 :
En quelle année êtes-vous arrivé au Canada?

PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2022

D7 : Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours? EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- Anglais
- Français
- Autre langue; veuillez préciser _____

D8a:
Afin de nous assurer de parler à une diversité de personnes, pouvez-vous me dire quel est votre origine ethnique?

- Caucasien
- Chinois
- Asiatique du Sud (Indiens orientaux, Pakistanais, etc.)
- Noir
- Philippin
- Latino-américain
- Asiatique du Sud-Est (soit, Vietnamien, etc.)

- West Asian (i.e. Iranian, Afghan, etc.)
- Korean
- Japanese
- Indigenous (First Nations, Métis, or Inuit)
- Other (please specify)
- Prefer not to say

[Ask if "Indigenous" selected in D8a]

D8b: Do you identify yourself as Indigenous, that is, are you of First Nations, Inuit or Métis descent?

- Yes, First Nations
- Yes, Inuit
- Yes, Métis
- No
- Prefer not to say

[If in D8B "First Nations" is selected, ask D8c]

D8c:

Do you live most of the time on-reserve or off-reserve?

- On-reserve
- Off-reserve
- Prefer not to say

D9:

Do you identify as a person with a disability? A person with a disability is a person who has a long-term or recurring impairment (such as vision, hearing, mobility, flexibility, dexterity, pain, learning, developmental, memory or mental health-related) which limits their daily activities inside or outside the home (such as at school, work, or in the community in general).

- Yes
- No
- Don't know
- Prefer not to answer

- Arabe
- Asiatique de l'Ouest (soit, Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Autochtone (Premières Nations, Métis, ou Inuit)
- Autre (veuillez préciser)
- Préfère ne pas répondre

[POSER D8b si D8a = Autochtone]

D8b : Appartenez-vous à un groupe autochtone? En d'autres mots, faites-vous partie des Premières Nations ou êtes-vous Inuit ou Métis?

- Oui, Premières nations
- Oui, Inuit
- Oui, Métis
- Non
- Préfère ne pas répondre

[Si à la question D8b, "Premières nations" est sélectionnée]

D8c :

Habitez-vous la plupart du temps sur une réserve ou hors réserve?

- Sur une réserve
- Hors réserve
- Préfère ne pas répondre

D9.

Vous identifiez-vous comme une personne avec incapacité? Une personne avec incapacité est une personne ayant une condition de longue durée ou récurrente (de la vision, l'ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile (comme à l'école, au travail ou dans la communauté en général).

- Oui
- Non
- Ne sais pas
- Préfère ne pas répondre

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Employment and Social Development Canada.

In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte d'Emploi et Développement social Canada.

Dans les mois à venir, le rapport sera disponible de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

Appendix C: Post-Campaign (Phase 1) Questionnaire

ADVERTISING CAMPAIGN EVALUATION TOOL POST-CAMPAIGN SURVEY

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE

2021-2022 / 2022-2023

Jobs & Skills Advertising Campaign (Phase 1) / Campagne de publicité pour les emplois et les compétences (Phase 1)

To be conducted after the ads have been run in the media.	À être mené après la diffusion des publicités dans les médias.
<p>INTRODUCTION</p>	<p>INTRODUCTION</p>
<p>Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français [SWITCH TO FRENCH VERSION].</p> <p>Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential. The survey takes about 9 minutes to complete.</p> <p>START SURVEY</p> <p>Click here if you wish to verify the authenticity of this survey. To view our privacy policy, click here.</p> <p>If you require any technical assistance, please contact XXX.</p> <p>a) Does anyone in your household work for any of the following organizations? SELECT ALL THAT APPLY</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> A marketing research firm <input type="radio"/> A magazine or newspaper <input type="radio"/> An advertising agency or graphic design firm 	<p>Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. If you wish to complete the survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].</p> <p>Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ neuf minutes pour répondre au sondage.</p> <p>DÉBUT DU SONDAGE</p> <p>Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage. Pour consulter notre politique de confidentialité, cliquez ici.</p> <p>Veillez communiquer avec XXX pour obtenir de l'aide technique.</p> <p>a) Une personne de votre foyer travaille-t-elle pour l'une des organisations suivantes? CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Une firme de recherche en marketing <input type="radio"/> Une revue ou un journal <input type="radio"/> Une agence de publicité ou une entreprise de conception graphique

- A political party
- A radio or television station
- A public relations company
- The federal or provincial government
- None of these organizations

[IF "NONE OF THESE ORGANIZATIONS" CONTINUE, OTHERWISE THANK AND TERMINATE.]

b) Are you...

- Male
- Female
- Gender diverse
- Prefer not to say

c) In what year were you born?

ADMISSIBLE RANGE 2004 to 1957

**IF > BEFORE 1957 AND AFTER 2004, THANK AND TERMINATE
ASK D IF QUESTION C IS LEFT BLANK, OR IF 1957 OR 2004 IN C**

**d) In which of the following age categories do you belong?
SELECT ONE ONLY**

- Less than 18 years old
- 18 to 24
- 25 to 34
- 35 to 44
- 45 to 54
- 55 to 64
- 65 or older

IF "LESS THAN 18 YEARS OLD", "65 OR OLDER" OR "BLANK", THANK AND TERMINATE

- Un parti politique
- Une station de radio ou de télévision
- Une société de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial
- Aucune de ces organisations

[SI LE RÉPONDANT INDIQUE « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.]

b) Êtes-vous...

- De genre masculin
- De genre féminin
- De diverses identités de genre
- Préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

TRANCHE D'ÂGE ADMISSIBLE : 2004 à 1957

SI L'ANNÉE EST AVANT 1957 OU APRÈS 2004, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE, OU SI 1957 OU 2004 À LA QUESTION C.

**d) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?
CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE**

- Moins de 18 ans
- 18 à 24
- 25 à 34
- 35 à 44
- 45 à 54
- 55 à 64
- 65 et plus

SI LE RÉPONDANT A MOINS DE 18 ANS OU EST PLUS VIEUX QUE 65 ANS, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

e) In which province or territory do you live?

SELECT ONE ONLY

- Alberta
- British Columbia
- Manitoba
- New Brunswick
- Newfoundland and Labrador
- Northwest Territories
- Nova Scotia
- Nunavut
- Ontario
- Prince Edward Island
- Quebec
- Saskatchewan
- Yukon
- Prefer not to say

D1:

Which of the following categories best describes your current employment status? Are you:

SELECT ONE ONLY

- Working full-time (30 or more hours per week)
- Working part-time (less than 30 hours per week)
- Self-employed
- Unemployed, but looking for work [**qualify for “Job Seeker” and skip to D101**]
- Student attending school full-time
- Retired
- Not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- Other employment status

IF “RETIRED” OR “NOT IN THE WORKFORCE” IS SELECTED, THANK AND TERMINATE

[To qualify “Employer” audience: ASK QUESTION **D100** IF THE ANSWER TO QUESTION **D1** IS WORKING FULL-TIME, PART-TIME OR SELF-EMPLOYED AND IF AGE Q(d) IS BETWEEN 35 TO 65 YEARS OLD]

e) Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon
- Préfère ne pas répondre

D1 :

Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d’emploi actuelle? Êtes-vous...

NE CHOISIR QU’UNE CATÉGORIE.

- Travailleur / travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- Travailleur / travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travailleur / travailleuse autonome
- Sans emploi, mais à la recherche d’un emploi [qualifie en tant que “Chercheur d’emploi” passez à la question D101]
- Étudiant(e) à temps plein
- Retraité(e)
- À l’extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d’emploi)
- Autre situation d’emploi

SI “RETRAITÉ(E)” OU “À L’EXTÉRIEUR DU MARCHÉ DU TRAVAIL” EST SÉLECTIONNÉ, REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

[Pour qualifier le public « **Employeur** » : POSEZ LA QUESTION **D100** SI LA RÉPONSE À LA QUESTION **D1** EST TRAVAILLEUR/TRAVAILLEUSE À TEMPS PLEIN, TEMPS PARTIEL, OU TRAVAILLEUR/TRAVAILLEUSE AUTONOME ET SI L’ÂGE EST ENTRE 35 À 65 ANS]

D100:
Are you a business owner or have a position responsible of hiring employees?

- Yes [quality as “Employer” – skip to “core questions”]
- No [continue to D101 to qualify for “job seeker”]

[ASK D101: To qualify “job seekers”]

D101:
Please indicate if any of the following statements apply to you:

- I am currently looking to change jobs/careers [qualify as “Job Seeker”]
- I am currently doing job/career training to gain new skills to advance in or move out of my current job/career [qualify as “Job Seeker”]
- I am entering the workforce for the first time [qualify as “Job Seeker”]
- In the past 2 years, I have done job/career related training to get a new job/career [qualify as “Job Seeker”]
- In the next 5 years, I plan to or may consider changing jobs/careers. [qualify as “Job Seeker”]
- None of the above [Does not qualify, thank and terminate]

[If respondent does not qualify as “employer” or “job seeker” the qualifying questions above THANK and TERMINATE]

CORE QUESTIONS

ASK ALL RESPONDENTS

Q1:
Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from the Government of Canada?

- Yes
- No => GO TO T1A

D100 :
Êtes-vous propriétaire d'une entreprise ou avez-vous un poste responsable de l'embauche d'employés?

- Oui [qualifie en tant “qu'employeur” - passez aux “questions de base”]
- Non [continuer à la question D101 pour se qualifier en tant que “chercheur d'emploi”]

[POSER D101 : Pour qualifier en tant que “demandeurs d'emploi”]

D101 :
Veuillez indiquer si l'un des énoncés suivants s'applique à vous :

- Je cherche actuellement à changer d'emploi/de carrière [“Chercheur d'emploi”]
- Je suis actuellement en train de suivre une formation professionnelle reliée à l'emploi/à la carrière pour acquérir de nouvelles compétences afin de progresser ou changer mon emploi/carrière actuel [“Chercheur d'emploi”]
- J'entre pour la première fois sur le marché du travail [“Chercheur d'emploi”]
- Au cours des 2 dernières années, j'ai suivi une formation liée à l'emploi/à la carrière afin d'obtenir un nouvel emploi/une nouvelle carrière [“Chercheur d'emploi”]
- Dans les cinq prochaines années, je planifie ou considère changer d'emploi/carrière. [“Chercheur d'emploi”]
- Aucune de ces réponses [MERCI et TERMINER]

[Si le répondant ne se qualifie pas comme « employeur » ou « chercheur d'emploi » dans les questions de qualification ci-dessus, MERCI et TERMINER]

QUESTIONS DE BASE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

Q1 :
Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada?

- Oui
- Non => ALLER À T1A

Q2:

Think about the most recent ad from the **Government of Canada** that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad? **SELECT ALL THAT APPLY**

- Cinema
- Facebook
- Internet website
- Magazines
- Newspaper (daily)
- Newspaper (weekly or community)
- Outdoor billboards
- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

Q2 :

Pensez à la plus récente publicité du **gouvernement du Canada** qui vous vient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité? **CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT**

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Revue
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneau d'affichage extérieur
- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

Q3:

What do you remember about this ad?

Q3 :

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

Q4:

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Q4 :

Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada?

CAMPAIGN SPECIFIC QUESTIONS

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

ASK ALL RESPONDENTS

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about **Job Bank, an employment services website**?

- Yes
- No => **GO TO T1D**

T1B:

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about **Job Bank, an employment services website**? **SELECT ALL THAT APPLY**

- Cinema
- Facebook
- Internet website
- Magazines
- Newspaper (daily)
- Newspaper (weekly or community)
- Outdoor billboards
- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

T1C:

What do you remember about this ad?

T1A :

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet du **Guichet-Emplois, un site Web de services à l'emploi**?

- Oui
- Non => **ALLEZ À T1D**

T1B :

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet du **Guichet-Emplois, un site Web de services à l'emploi**? **CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT**

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Revue
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneau d'affichage extérieur
- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

T1C :

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

ASK ALL RESPONDENTS

CAMPAIGN SPECIFIC ATTITUDINAL AND BEHAVIOURAL QUESTIONS MAY BE ADDED HERE

T1D:

In the past five years, have you considered developing your professional skills to find a job, get a promotion or change careers?

- Yes
- No

T1E:

With specific regard to the Government of Canada's various programs and services, including financial supports that are available to help you gain skills and prepare your career growth, what programs and services are you aware of?

[UNAIDED – OPEN TEXT]

T1F:

Which of the following Government of Canada programs and services are you aware of?

SELECT ALL THAT APPLY. [TOGGLE ORDER OF ANSWER CHOICES]

- Apprenticeship Incentive Grant for Women
- Apprenticeship Incentive Grant (AIG)
- Apprenticeship Completion Grant (ACG)
- Canada Apprentice Loan
- Tax deductions and credits for apprentices and tradespersons
- Tax deductions for employers of apprentices
- Employment Insurance (EI)
- Union Training and Innovation Program
- Skilled Trades Awareness and Readiness (STAR) program
- Apprenticeship Service program
- Canada Student Financial Assistance Program (includes Canada Student Grants and Loans and Repayment Assistance Program)
- Canada Summer Jobs

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

ON PEUT AJOUTER ICI DES QUESTIONS PRÉCISES À LA CAMPAGNE POUR ÉVALUER LES ATTITUDES ET LES COMPORTEMENTS.

T1D :

Au cours des cinq dernières années, avez-vous envisagé de développer vos compétences professionnelles afin d'obtenir un emploi, une promotion ou changer de carrière?

- Oui
- Non

T1E :

En ce qui concerne spécifiquement les divers programmes et services du gouvernement du Canada, y compris des soutiens financiers qui sont disponibles pour vous aider à acquérir des compétences et préparer l'avancement de votre carrière, quels programmes et services connaissez-vous?

(SANS AUCUNE AIDE – TEXTE OUVERT)

T1F:

Quels programmes et services connaissez-vous parmi les suivants?

SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT. [ALTERNER L'ORDRE DES CHOIX DE RÉPONSES]

- Subvention incitative aux apprentis pour les femmes
- Subvention incitative aux apprentis (SIA)
- Subvention à l'achèvement de la formation d'apprenti (SAFA)
- Prêt canadien aux apprentis
- Déductions fiscales et crédits d'impôt pour les apprentis et les gens de métier
- Déductions fiscales pour les employeurs qui embauchent des apprentis
- Assurance-emploi
- Programme pour la formation et l'innovation en milieu syndical
- Programme de sensibilisation et de préparation aux métiers spécialisés
- Programme Service d'apprentissage
- Programme canadien d'aide financière aux étudiants (inclus les subventions et prêts d'études canadiens et le programme d'aide au remboursement)

- Labour Market Development Agreements/ Workforce Development Agreements
- Job Bank - job search, job alerts, job matching
- Red Seal Program (Skilled trades and apprenticeship)
- Skills for Success
- Student Work Placement program
- Other (specify)
- None of the above

T1G:

Please rate the extent to which you would recommend, use, or visit the following sources for information about **training or skills development programs and services available to help you prepare for career growth: [ROTATE STATEMENTS]**

- Government of Canada Websites
- Provincial government websites
- Career / Education Planning Sites
- University and community college websites
- Recruitment sites
- Job Bank
- Trade unions, certification or accreditation bodies or industry specialists

- 1– Definitely **would not** recommend, use, or visit
- 2
- 3
- 4
- 5– Definitely **would** recommend, use, or visit

[ASK QUESTION T1H ONLY IF CODES 1-2 OR 4-5 FOR QUESTION T1G]

T1H:

Why would you **[codes 4-5 for question T1G]** / Why would you not **[codes 1-2 to question T1G]** recommend, use or visit Government of Canada websites for information on programs and services about training or skills development to help you prepare for career growth?

- Emplois d'été Canada
- Ententes sur le développement du marché du travail / Ententes sur le développement de la main-d'œuvre
- Guichet emplois – recherche d'emploi, alertes-emplois, jumelage-emploi
- Programme Sceau rouge (métiers spécialisés et apprentissage) Compétences pour réussir
- Compétences pour réussir
- Programme de stages pratiques pour étudiants
- Autre (précisez)
- Aucune de ces réponses

T1G :

Veillez évaluer dans quelle mesure vous recommanderiez, utiliseriez, ou visiteriez les sources suivantes pour obtenir de l'information au sujet **de programmes et services de formation ou de développement des compétences disponibles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière: [FAIRE LA ROTATION DES AFFIRMATIONS]**

- Sites Web du gouvernement du Canada
- Sites Web du gouvernement provincial
- Sites de planification de la carrière/des études
- Sites Web des universités et des collèges communautaires
- Sites de recrutement
- Guichet-Emplois
- Syndicats, organismes de certification ou d'accréditation ou spécialistes de l'industrie

- 1– Vous n'auriez **certainement pas** recommandé, utilisé, ou visité
- 2
- 3
- 4
- 5– Vous auriez **certainement** recommandé, utilisé, ou visité

[POSER LA QUESTION T1H SEULEMENT SI CODES 1-2 OU 4-5 À LA QUESTION T1G]

T1H:

Pourquoi auriez-vous **[codes 4-5 à la question T1G]** / Pourquoi n'auriez-vous pas **[codes 1-2 à la question T1G]** recommandé, utilisé ou visiteriez les sites Web du gouvernement du Canada pour obtenir de l'information au sujet des programmes et des services sur la formation ou le développement des compétences pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière?

T1I: All things considered, please rate how satisfied or dissatisfied you are with the Government of Canada's support to Canadians in the following areas:

[ROTATE STATEMENTS]

- Education
- Training to acquire skills
- Employment programs / services

- 1 - Completely dissatisfied
- 2
- 3
- 4
- 5 - Completely satisfied

Here are some ads that have recently been broadcast on various media. Click here to watch.

[INSERT SOCIAL MEDIA AND WEB BANNER ADS]

[CLICK TO GO TO THE NEXT PAGE]

T1J:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard these ads?

- Yes
- No => **GO TO T1L**

T1K:

Where have you seen, read or heard these ads? **SELECT ALL THAT APPLY**

- Cinema
- Facebook
- Internet website
- Magazines
- Newspaper (daily)
- Newspaper (weekly or community)
- Outdoor billboards

T1I: Tout bien considéré, veuillez évaluer à quel point vous êtes satisfait ou insatisfait du soutien du gouvernement du Canada aux Canadiens dans les secteurs suivants :

[FAIRE LA ROTATION DES ÉNONCÉS]

- Éducation
- Formation pour acquérir des compétences
- Programmes/services d'emplois

- 1 – Entièrement insatisfait
- 2
- 3
- 4
- 5 – Entièrement satisfait

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour voir.

[INSÉREZ LES PUBLICITÉS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ET LES BANNIÈRES WEB]

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

T1J:

Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

- Oui
- Non => **ALLER À T1L**

T1K :

Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités? **CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.**

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Revue
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneau d'affichage extérieur

- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

T1L:

What do you think is the **main** point these ads are trying to get across?

T1L :

Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de véhiculer?

T1M:

Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads?

RANDOMIZE STATEMENTS

	1 Strongly Disagree	2	3	4	5 Strongly Agree
These ads catch my attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads are relevant to me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads are difficult to follow	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads do not favour one political party over another	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads talk about an important topic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads provide new information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

T1M :

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités? **INSÉREZ LES ÉNONCÉS AU HASARD.**

	1 Fortement en désaccord	2	3	4	5 Fortement en accord
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités me concernent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités sont difficiles à suivre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette publicité ne favorise pas un parti politique plus qu'un autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités traitent d'un sujet important	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités fournissent de l'information nouvelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

These ads clearly convey that the Government of Canada wants to inform Canadians about the job-related resources of Job Bank, an employment services website.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada veut informer les Canadiens sur les ressources liées à l'emploi du Guichet-Emploi, un site Web de services d'emploi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

DEMOGRAPHIC QUESTIONS

D2:
What is the highest level of formal education that you have completed? **SELECT ONE ONLY**

- Grade 8 or less
- Some high school
- High school diploma or equivalent
- Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- University certificate or diploma below bachelor's level
- Bachelor's degree
- Postgraduate degree above bachelor's level
- Prefer not to say

D3:
Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- Yes
- No
- Prefer not to say

D4:
Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?
SELECT ONE ONLY

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

D2 :
Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint? **CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE**

- Huitième année ou moins
- Quelques années d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Certificat ou diplôme d'apprentissage enregistré ou d'un métier
- Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un établissement non universitaire
- Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- Préfère ne pas répondre

D3 :
Des enfants de moins de 18 ans habitent-ils actuellement dans votre foyer?

- Oui
- Non
- Préfère ne pas répondre

D4 :
Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus annuels avant impôts de tous les membres de votre foyer?
CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Under \$20,000
- Between \$20,000 and \$40,000
- Between \$40,000 and \$60,000
- Between \$60,000 and \$80,000
- Between \$80,000 and \$100,000
- Between \$100,000 and \$150,000
- \$150,000 and above
- Prefer not to say

- Moins de 20 000 \$
- Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- 150 000 \$ et plus
- Préfère ne pas répondre

D5:

Where were you born?

- Born in Canada
- Born outside Canada

Specify the country:

ASK IF D5 = BORN OUTSIDE CANADA

D6:

In what year did you first move to Canada?

ADMISSIBLE RANGE: 1900 TO 2022

D7:

What is the language you first learned at home as a child and still understand?

SELECT UP TO TWO

- English
- French
- Other language, specify _____
- Prefer not to say

D8a.

What is your ethnic background?

D5 :

Où êtes-vous né(e)?

- Au Canada
- À l'étranger

Précisez le pays:

SI LE RÉPONDANT INDIQUE ÊTRE NÉ À L'ÉTRANGER À LA QUESTION D5

D6 :

En quelle année êtes-vous arrivé au Canada?

PÉRIODE ADMISSIBLE : DE 1900 À 2022

D7 :

Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

CHOISISSEZ DEUX RÉPONSES TOUT AU PLUS

-
- Anglais
- Français
- Autre langue; veuillez préciser _____
- Préfère ne pas répondre

D8a :

Quelle est votre origine ethnique?

- Caucasian
- Chinese
- South Asian (i.e., East Indian, Pakistani, etc.)
- Black
- Filipino
- Latin American
- East or Southeast Asian (i.e., Vietnamese, etc.)
- Arab
- West Asian (i.e. Iranian, Afghan, etc.)
- Korean
- Japanese
- Indigenous (First Nations, Métis, or Inuit)
- Other (please specify)
- Prefer not to say

[Ask if “Indigenous” selected in D8a]

D8b:

Do you identify yourself as Indigenous, that is, are you of First Nations, Inuit or Métis descent?

- Yes, First Nations
- Yes, Inuit
- Yes, Métis
- No
- Prefer not to say

[If in D8B “First Nations” is selected, ask D8c]

D8c:

Do you live most of the time on-reserve or off-reserve?

- On-reserve
- Off-reserve
- Prefer not to say

D9:

Do you identify as a person with a disability?

- Caucásien
- Chinois
- Asiatique du Sud (Indiens d’Asie, Pakistanais, etc.)
- Noir
- Philippin
- Latino-Américain
- Asiatique de l’Est ou du Sud-Est (Vietnamien, etc.)
- Arabe
- Asiatique de l’Ouest (Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)
- Autre (veuillez préciser)
- Préfère ne pas répondre

[POSER D8b si D8a = Autochtone]

D8b :

Appartenez-vous à un groupe autochtone? En d’autres mots, faites-vous partie des Premières Nations ou êtes-vous Inuit ou Métis?

- Oui, Premières nations
- Oui, Inuit
- Oui, Métis
- Non
- Préfère ne pas répondre

[Si à la question D8b, “Premières nations” est sélectionnée]

D8c :

Habitez-vous la plupart du temps sur une réserve ou hors réserve?

- Sur une réserve
- Hors réserve
- Préfère ne pas répondre

D9 :

Vous identifiez-vous comme une personne en situation de handicap?

A person with a disability is a person who has a long-term or recurring impairment (such as vision, hearing, mobility, flexibility, dexterity, pain, learning, developmental, memory or mental health related) which limits their daily activities inside or outside the home (such as at school, work, or in the community in general).

- Yes
- No
- Don't know
- Prefer not to say

Une personne en situation de handicap est une personne qui présente une incapacité durable ou récurrente (liée à la vision, l'ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, au développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités quotidiennes à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile (école, travail ou communauté en général).

- Oui
- Non
- Je ne sais pas
- Préfère ne pas répondre

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Employment and Social Development Canada.

In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte d'Emploi et Développement social Canada.

Le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada au cours des mois à venir. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de participer au sondage. Merci.

Appendix D: Post-Campaign (Phase 2) Questionnaire

ADVERTISING CAMPAIGN EVALUATION TOOL POST-CAMPAIGN SURVEY

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE

2021-2022 / 2022-2023

Jobs and Skills Advertising Campaign (Phase 2) / Campagne de publicité pour les emplois et les compétences (Phase 2)

To be conducted after the ads have been run in the media.	À être mené après la diffusion des publicités dans les médias.
<p>INTRODUCTION</p> <p>Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français [SWITCH TO FRENCH VERSION].</p> <p>Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential. The survey takes about 9 minutes to complete.</p> <p>START SURVEY</p> <p>Click here if you wish to verify the authenticity of this survey. To view our privacy policy, click here.</p> <p>If you require any technical assistance, please contact XXX.</p> <p>a) Does anyone in your household work for any of the following organizations? SELECT ALL THAT APPLY</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> A marketing research firm <input type="radio"/> A magazine or newspaper <input type="radio"/> An advertising agency or graphic design firm 	<p>INTRODUCTION</p> <p>Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. If you wish to complete the survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].</p> <p>Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ neuf minutes pour répondre au sondage.</p> <p>DÉBUT DU SONDAGE</p> <p>Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage. Pour consulter notre politique de confidentialité, cliquez ici.</p> <p>Veuillez communiquer avec XXX pour obtenir de l'aide technique.</p> <p>a) Une personne de votre foyer travaille-t-elle pour l'une des organisations suivantes? CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Une firme de recherche en marketing <input type="radio"/> Une revue ou un journal <input type="radio"/> Une agence de publicité ou une entreprise de conception graphique

- A political party
- A radio or television station
- A public relations company
- The federal or provincial government
- None of these organizations

[IF "NONE OF THESE ORGANIZATIONS" CONTINUE, OTHERWISE THANK AND TERMINATE.]

b) Are you...

- Male
- Female
- Gender diverse
- Prefer not to say

c) In what year were you born?

**ADMISSIBLE RANGE 2004 to 1998 (18 to 24 year olds) and 1987 to 1968 (35 to 54 year olds)
IF > BEFORE 1957 (55+) AND AFTER 2004 (under 18), THANK AND TERMINATE
ASK D IF QUESTION C IS LEFT BLANK, OR IF 1957 OR 2004 IN C**

**d) In which of the following age categories do you belong?
SELECT ONE ONLY**

- Less than 18 years old - **THANK AND TERMINATE**
- 18 to 24
- 25 to 34 - **THANK AND TERMINATE**
- 35 to 44
- 45 to 54
- 55 to 64 - **THANK AND TERMINATE**
- 65 or older - **THANK AND TERMINATE**

IF "LESS THAN 18 YEARS OLD", "25 TO 34", "55 OR OLDER" OR "BLANK", THANK AND TERMINATE

- Un parti politique
- Une station de radio ou de télévision
- Une société de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial
- Aucune de ces organisations

[SI LE RÉPONDANT INDIQUE « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.]

b) Êtes-vous...

- De genre masculin
- De genre féminin
- De diverses identités de genre
- Préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

**TRANCHE D'ÂGE ADMISSIBLE : 2004 à 1998 (18 à 24 ans) and 1987-1968 (35 à 44 ans)
SI L'ANNÉE EST AVANT 1957 (55 et plus) OU APRÈS 2004 (moins de 18 ans), REMERCIEZ LE
RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE. POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA
QUESTION C EST VIDE, OU SI 1957 OU 2004 À LA QUESTION C.**

d) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous? CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Moins de 18 ans - **REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE**
- 18 à 24
- 25 à 34 - **REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE**
- 35 à 44
- 45 à 54
- 55 à 64 - **REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE**
- 65 et plus - **REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE**

**SI LE RÉPONDANT A MOINS DE 18 ANS, 25 À 34, OU EST PLUS VIEUX QUE 55 ANS,
REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.**

e) In which province or territory do you live?

SELECT ONE ONLY

- Alberta
- British Columbia
- Manitoba
- New Brunswick
- Newfoundland and Labrador
- Northwest Territories
- Nova Scotia
- Nunavut
- Ontario
- Prince Edward Island
- Quebec
- Saskatchewan
- Yukon
- Prefer not to say

D1:

Which of the following categories best describes your current employment status? Are you:

SELECT ONE ONLY

- Working full-time (30 or more hours per week)
- Working part-time (less than 30 hours per week)
- Self-employed
- Unemployed, but looking for work
- Student attending school full-time
- Retired
- Not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- Other employment status

IF "RETIRED" OR "NOT IN THE WORKFORCE" IS SELECTED, THANK AND TERMINATE

e) Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon
- Préfère ne pas répondre

D1 :

Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous... **NE CHOISIR QU'UNE CATÉGORIE.**

- Travailleur / travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- Travailleur / travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travailleur / travailleuse autonome
- Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- Étudiant(e) à temps plein
- Retraité(e)
- À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- Autre situation d'emploi

SI "RETRAITÉ(E)" OU "À L'EXTÉRIEUR DU MARCHÉ DU TRAVAIL" EST SÉLECTIONNÉ, REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

[POSER D101 : Pour se qualifier pour le « public de phase 2 »]

[ASK D101: To qualify for “phase 2 audience”]**D101:**

Please indicate if any of the following statements apply to you:

- I am currently looking to change jobs/careers
- I am currently doing job/career training to gain new skills to advance in or move out of my current job/career
- I am entering the workforce for the first time
- In the past 2 years, I have done job/career related training to get a new job/career
- In the next 5 years, I plan to or may consider changing jobs/careers.
- None of the above **[Does not qualify, thank and terminate]**

[If any statement in D101 is selected, respondents qualifies as “phase 2 audience”. If respondent selects “none of the above” they do not qualify THANK and TERMINATE]

D101 :

Veuillez indiquer si l'un des énoncés suivants s'applique à vous :

- Je cherche actuellement à changer d'emploi/de carrière
- Je suis actuellement en train de suivre une formation professionnelle reliée à l'emploi/à la carrière pour acquérir de nouvelles compétences afin de progresser ou changer d'emploi/ de carrière
- J'entre pour la première fois sur le marché du travail
- Au cours des 2 dernières années, j'ai suivi une formation liée à l'emploi/à la carrière afin d'obtenir un nouvel emploi/une nouvelle carrière
- Dans les cinq prochaines années, je planifie ou considère changer d'emploi/carrière.
- Aucune de ces réponses **[MERCI et TERMINER]**

[Si le répondant sélectionne un énoncé dans D101, le répondant est qualifié de « public de phase 2 ». Si le répondant sélectionne « Aucune de ces réponses», il n'est pas admissible MERCI et TERMINER]

CORE QUESTIONS**ASK ALL RESPONDENTS****Q1:**

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from **the Government of Canada?**

- Yes
- No => **GO TO T2A**

Q2:

Think about the most recent ad from the **Government of Canada** that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad?

SELECT ALL THAT APPLY

QUESTIONS DE BASE**POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.****Q1 :**

Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du **gouvernement du Canada?**

- Oui
- Non => **ALLER À T2A**

Q2 :

Pensez à la plus récente publicité du **gouvernement du Canada** qui vous vient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT

- Cinema
- Facebook
- Internet website
- Magazines
- Newspaper (daily)
- Newspaper (weekly or community)
- Outdoor billboards
- Pamphlet or brochure in the mail
- Public transit (bus or subway)
- Radio
- Television
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Revue
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneau d'affichage extérieur
- Dépliant ou brochure reçu par la poste
- Transport public (autobus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

Q3:

What do you remember about this ad?

Q4:

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Q3 :

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

Q4 :

Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada?

CAMPAIGN SPECIFIC QUESTIONS

ASK ALL RESPONDENTS

T2A:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about **the importance of gaining new skills to help you be prepared for career growth and the financial programs and services available to support you along the way?**

- Yes
 No => GO TO T1D

T2B:

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about the **importance of gaining new skills to help you be prepared for career growth and the financial programs and services available to support you along the way?**

SELECT ALL THAT APPLY

- Cinema
 Facebook
 Internet website
 Magazines
 Newspaper (daily)
 Newspaper (weekly or community)
 Outdoor billboards
 Pamphlet or brochure in the mail
 Public transit (bus or subway)
 Radio
 Television
 Twitter
 YouTube
 Instagram

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T2A :

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada **sur l'importance d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière ainsi que sur les programmes et services financiers disponibles pour vous accompagner tout au long de votre parcours ?**

- Oui
 Non => ALLER AU T1D

T2B :

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet **de l'importance d'acquérir de nouvelles compétences professionnelles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière ainsi que sur les programmes et services financiers disponibles pour vous soutenir tout au long de votre parcours?**

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
 Facebook
 Site Internet
 Revue
 Journal (quotidien)
 Journal (hebdomadaire ou communautaire)
 Panneau d'affichage extérieur
 Dépliant ou brochure reçu par la poste
 Transport public (autobus ou métro)
 Radio
 Télévision
 Twitter
 YouTube
 Instagram

- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Other, specify _____

T2C:
What do you remember about this ad?

ASK ALL RESPONDENTS

CAMPAIGN SPECIFIC ATTITUDINAL AND BEHAVIOURAL QUESTIONS MAY BE ADDED HERE

T1D:
 In the past five years, have you considered developing your professional skills to find a job, get a promotion or change careers?

- Yes
- No

T1E:
 With specific regard to the Government of Canada’s various programs and services, including financial supports that are available to help you gain skills and prepare your career growth, what programs and services are you aware of?

[UNAIDED – OPEN TEXT]

T1F:
 Which of the following Government of Canada programs and services are you aware of?

SELECT ALL THAT APPLY. [TOGGLE ORDER OF ANSWER CHOICES]

- LinkedIn
- Snapchat
- Spotify
- Autre, veuillez préciser _____

T2C :
De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

ON PEUT AJOUTER ICI DES QUESTIONS PRÉCISES À LA CAMPAGNE POUR ÉVALUER LES ATTITUDES ET LES COMPORTEMENTS.

T1D :
 Au cours des cinq dernières années, avez-vous envisagé de développer vos compétences professionnelles afin d’obtenir un emploi, une promotion ou changer de carrière?

- Oui
- Non

T1E :
 En ce qui concerne spécifiquement les divers programmes et services du gouvernement du Canada, y compris des soutiens financiers qui sont disponibles pour vous aider à acquérir des compétences et préparer l’avancement de votre carrière, quels programmes et services connaissez-vous?

(SANS AUCUNE AIDE – TEXTE OUVERT)

T1F:
 Quels programmes et services connaissez-vous parmi les suivants?

SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S’APPLIQUENT. [ALTERNER L’ORDRE DES CHOIX DE RÉPONSES]

- Apprenticeship Incentive Grant for Women
- Apprenticeship Incentive Grant (AIG)
- Apprenticeship Completion Grant (ACG)
- Canada Apprentice Loan
- Tax deductions and credits for apprentices and tradespersons
- Tax deductions for employers of apprentices
- Employment Insurance (EI)
- Union Training and Innovation Program
- Skilled Trades Awareness and Readiness (STAR) program
- Apprenticeship Service program
- Canada Student Financial Assistance Program (includes Canada Student Grants and Loans and Repayment Assistance Program)
- Canada Summer Jobs
- Labour Market Development Agreements/ Workforce Development Agreements
- Job Bank - job search, job alerts, job matching
- Red Seal Program (Skilled trades and apprenticeship)
- Skills for Success
- Student Work Placement program
- Other (specify)
- None of the above

T1G:

Please rate the extent to which you would recommend, use, or visit the following sources for information about **training or skills development programs and services available to help you be prepared for career growth: [ROTATE AFFIRMATIONS]**

- Government of Canada Websites
- Provincial government websites
- Career / Education Planning Sites
- University and community college websites
- Recruitment sites

- Subvention incitative aux apprentis pour les femmes
- Subvention incitative aux apprentis (SIA)
- Subvention à l'achèvement de la formation d'apprenti (SAFA)
- Prêt canadien aux apprentis
- Déductions fiscales et crédits d'impôt pour les apprentis et les gens de métier
- Déductions fiscales pour les employeurs qui embauchent des apprentis
- Assurance-emploi
- Programme pour la formation et l'innovation en milieu syndical
- Programme de sensibilisation et de préparation aux métiers spécialisés
- Programme Service d'apprentissage
- Programme canadien d'aide financière aux étudiants (inclus les subventions et prêts d'études canadiens et le programme d'aide au remboursement)
- Emplois d'été Canada
- Ententes sur le développement du marché du travail / Ententes sur le développement de la main-d'œuvre
- Guichet emplois – recherche d'emploi, alertes-emplois, jumelage-emploi
- Programme Sceau rouge (métiers spécialisés et apprentissage) Compétences pour réussir
- Programme de stages pratiques pour étudiants
- Autre (précisez)
- Aucune de ces réponses

T1G :

Veuillez évaluer dans quelle mesure vous recommanderiez, utiliseriez, ou visiteriez les sources suivantes pour obtenir de l'information au sujet **de programmes et services de formation ou de développement des compétences disponibles pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière: [FAIRE LA ROTATION DES AFFIRMATIONS]**

- Sites Web du gouvernement du Canada
- Sites Web du gouvernement provincial
- Sites de planification de la carrière/des études
- Sites Web des universités et des collèges communautaires
- Sites de recrutement

- Job Bank
- Trade unions, certification or accreditation bodies or industry specialists

- 1– Definitely **would not** recommend, use, or visit
- 2
- 3
- 4
- 5– Definitely **would** recommend, use, or visit

[ASK QUESTION T1H ONLY IF CODES 1-2 OR 4-5 FOR QUESTION T1G]

T1H:

Why would you [codes 4-5 for question T1G] / Why would you not [codes 1-2 to question T1G] recommend, use or visit Government of Canada websites for information on programs and services about training or skills development to help you be prepared for career growth?

T1I: Please rate how satisfied or dissatisfied you are with the Government of Canada's support to Canadians in the following areas:

[ROTATE STATEMENTS]

- Education
- Training to acquire skills
- Employment programs / services

- 1 - Completely dissatisfied
- 2
- 3
- 4
- 5 - Completely satisfied

Here are some ads that have recently been broadcast on various media. Click here to watch.

[INSERT SOCIAL MEDIA AND WEB BANNER ADS]

[CLICK TO GO TO THE NEXT PAGE]

- Guichet-Emplois
- Syndicats, organismes de certification ou d'accréditation ou spécialistes de l'industrie

- 1– Vous n'auriez **certainement pas** recommandé, utilisé, ou visité
- 2
- 3
- 4
- 5– Vous auriez **certainement** recommandé, utilisé, ou visité

[POSER LA QUESTION T1H SEULEMENT SI CODES 1-2 OU 4-5 À LA QUESTION T1G]

T1H:

Pourquoi auriez-vous [codes 4-5 à la question T1G] / Pourquoi n'auriez-vous pas [codes 1-2 à la question T1G] recommandé, utilisé ou visité les sites Web du gouvernement du Canada pour obtenir de l'information au sujet des programmes et des services sur la formation ou le développement des compétences pour vous aider à vous préparer à l'avancement de votre carrière?

T1I: Veuillez évaluer à quel point vous êtes satisfait ou insatisfait du soutien du gouvernement du Canada aux Canadiens dans les secteurs suivants : **[FAIRE LA ROTATION DES ÉNONCÉS]**

- Éducation
- Formation pour acquérir des compétences
- Programmes/services d'emplois

- 1 – Entièrement insatisfait
- 2
- 3
- 4
- 5 – Entièrement satisfait

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour voir.

[INSÉREZ LES PUBLICITÉS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ET LES BANNIÈRES WEB]

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

T1J:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard these ads?

- Yes
 No => **GO TO T1L**

T1K:

Where have you seen, read or heard these ads?

SELECT ALL THAT APPLY

- Cinema
 Facebook
 Internet website
 Magazines
 Newspaper (daily)
 Newspaper (weekly or community)
 Outdoor billboards
 Pamphlet or brochure in the mail
 Public transit (bus or subway)
 Radio
 Television
 Twitter
 YouTube
 Instagram
 LinkedIn
 Snapchat
 Spotify
 Other, specify _____

T1L:

What do you think is the **main** point these ads are trying to get across?

T1J:

Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

- Oui
 Non => **ALLER À T1L**

T1K :

Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
 Facebook
 Site Internet
 Revue
 Journal (quotidien)
 Journal (hebdomadaire ou communautaire)
 Panneau d'affichage extérieur
 Dépliant ou brochure reçu par la poste
 Transport public (autobus ou métro)
 Radio
 Télévision
 Twitter
 YouTube
 Instagram
 LinkedIn
 Snapchat
 Spotify
 Autre, veuillez préciser _____

T1L :

Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de véhiculer?

T1M:
Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads?

RANDOMIZE STATEMENTS

	1 Strongly Disagree	2	3	4	5 Strongly Agree
These ads catch my attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads are relevant to me	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads are difficult to follow	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads do not favour one political party over another	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads talk about an important topic	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads provide new information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads clearly convey that the Government of Canada wants to inform Canadians about the importance of learning new skills to advance your career.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads clearly convey that the Government of Canada has financial support and resources available.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

T1M :
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

LIRE LES ÉNONCÉS AU HASARD.

	1 Fortement en désaccord	2	3	4	5 Fortement en accord
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités me concernent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités sont difficiles à suivre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette publicité ne favorise pas un parti politique plus qu'un autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités traitent d'un sujet important	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités fournissent de l'information nouvelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada veut informer les Canadiens de l'importance d'acquérir de nouvelles compétences pour faire avancer votre carrière.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada a soutien financier et des ressources disponibles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

DEMOGRAPHIC QUESTIONS

D2:
What is the highest level of formal education that you have completed?

SELECT ONE ONLY

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

D2 :
Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE

- Grade 8 or less
- Some high school
- High school diploma or equivalent
- Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- University certificate or diploma below bachelor's level
- Bachelor's degree
- Postgraduate degree above bachelor's level
- Prefer not to say

- Huitième année ou moins
- Quelques années d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Certificat ou diplôme d'apprentissage enregistré ou d'un métier
- Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un établissement non universitaire
- Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- Préfère ne pas répondre

D3:

Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- Yes
- No
- Prefer not to say

D3 :

Des enfants de moins de 18 ans habitent-ils actuellement dans votre foyer?

- Oui
- Non
- Préfère ne pas répondre

D4:

Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted? **SELECT ONE ONLY**

- Under \$20,000
- Between \$20,000 and \$40,000
- Between \$40,000 and \$60,000
- Between \$60,000 and \$80,000
- Between \$80,000 and \$100,000
- Between \$100,000 and \$150,000
- \$150,000 and above
- Prefer not to say

D4 :

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus annuels avant impôts de tous les membres de votre foyer? **CHOISISSEZ UNE SEULE RÉPONSE**

- Moins de 20 000 \$
- Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- 150 000 \$ et plus
- Préfère ne pas répondre

D5:

Where were you born?

- Born in Canada
- Born outside Canada

Specify the country:

ASK IF D5 = BORN OUTSIDE CANADA

D6:

In what year did you first move to Canada?

ADMISSIBLE RANGE: 1900-2022

D7:

What is the language you first learned at home as a child and still understand?

SELECT UP TO TWO

- English
- French
- Other language, specify _____
- Prefer not to say

D8a.

What is your ethnic background?

- Caucasian
- Chinese
- South Asian (i.e., East Indian, Pakistani, etc.)
- Black

D5 :

Où êtes-vous né(e)?

- Au Canada
- À l'étranger

Précisez le pays:

SI LE RÉPONDANT INDIQUE ÊTRE NÉ À L'ÉTRANGER À LA QUESTION D5

D6 :

En quelle année êtes-vous arrivé au Canada?

PÉRIODE ADMISSIBLE : DE 1900 À 2022

D7 :

Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

CHOISISSEZ DEUX RÉPONSES TOUT AU PLUS

-
- Anglais
- Français
- Autre langue; veuillez préciser _____
- Préfère ne pas répondre

D8a :

Quelle est votre origine ethnique?

- Caucasien
- Chinois
- Asiatique du Sud (Indiens d'Asie, Pakistanais, etc.)
- Noir

- Filipino
- Latin American
- East or Southeast Asian (i.e., Vietnamese, etc.)
- Arab
- West Asian (i.e. Iranian, Afghan, etc.)
- Korean
- Japanese
- Indigenous (First Nations, Métis, or Inuit)
- Other (please specify)
- Prefer not to say

[Ask if “Indigenous” selected in D8a]

D8b:

Do you identify yourself as Indigenous, that is, are you of First Nations, Inuit or Métis descent?

- Yes, First Nations
- Yes, Inuit
- Yes, Métis
- No
- Prefer not to say

[If in D8B “First Nations” is selected, ask D8c]

D8c:

Do you live most of the time on-reserve or off-reserve?

- On-reserve
- Off-reserve
- Prefer not to say

D9:

Do you identify as a person with a disability?

A person with a disability is a person who has a long-term or recurring impairment (such as vision, hearing, mobility, flexibility, dexterity, pain, learning, developmental, memory or mental

- Philippin
- Latino-Américain
- Asiatique de l’Est ou du Sud-Est (Vietnamien, etc.)
- Arabe
- Asiatique de l’Ouest (Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)
- Autre (veuillez préciser)
- Préfère ne pas répondre

[POSER D8b si D8a = Autochtone]

D8b :

Appartenez-vous à un groupe autochtone? En d’autres mots, faites-vous partie des Premières Nations ou êtes-vous Inuit ou Métis?

- Oui, Premières nations
- Oui, Inuit
- Oui, Métis
- Non
- Préfère ne pas répondre

[Si à la question D8b, “Premières nations” est sélectionnée]

D8c :

Habitez-vous la plupart du temps sur une réserve ou hors réserve?

- Sur une réserve
- Hors réserve
- Préfère ne pas répondre

D9 :

Vous identifiez-vous comme une personne en situation de handicap?

Une personne en situation de handicap est une personne qui présente une incapacité durable ou récurrente (liée à la vision, l’ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l’apprentissage, au développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités

health related) which limits their daily activities inside or outside the home (such as at school, work, or in the community in general).

- Yes
- No
- Don't know
- Prefer not to say

D12 - Were there any questions in this survey that you found difficult to understand? Y/N

If yes...

D13 - Which questions did you find difficult to understand?

quotidiennes à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile (école, travail ou communauté en général).

- Oui
- Non
- Je ne sais pas
- Préfère ne pas répondre

D12 - Ce sondage contenait-il des questions qui étaient difficile à comprendre? Oui/Non

Si oui...

D13 - Quelles questions avez-vous trouvé difficiles à comprendre?

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Employment and Social Development Canada.

In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte d'Emploi et Développement social Canada.

Le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada au cours des mois à venir. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de participer au sondage.
Merci.
