



Emploi et
Développement social Canada

Employment and
Social Development Canada

Évaluation de la campagne de publicité Emplois et compétences 2021-2022/2022-2023 – Rapport méthodologique (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires – OECP)

Préparé pour Emploi et Développement social Canada

Coordonnées :

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

Proposé par :

Nom du fournisseur : Narrative Research

Numéro d'enregistrement de la ROP : 044-21

Numéro de contrat : G9292-229716/001/CY

Valeur du contrat (Qualitative and Quantitative) : 178 769,67 \$ (taxes incluses)

Date d'octroi du contrat : 8 décembre 2021

Date de livraison : 27 décembre 2022

This report is also available in English

Canada 

Évaluation de la campagne de publicité Emplois et compétences 2021-2022/2022-2023 – Rapport méthodologique (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires – OECP)

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie de recherche quantitative utilisée pour évaluer la campagne Emplois et compétences. La recherche a été menée à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP) du gouvernement du Canada et, au besoin, a été menée avant et après la diffusion de la campagne publicitaire dans les médias.

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

Nº de cat. : Em16-25/2022F-PDF

ISBN : 978-0-660-42790-4

Also available in English under the title: 2021-2022 / 2022-2023 Jobs & Skills Advertising Campaign Evaluation – Methodology Report (Advertising Campaign Evaluation Tool - ACET)

This document 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

Table des matières

	<u>Page</u>
Sommaire	1
Contexte	1
Objectifs de l'étude	2
Méthodologie de l'étude	2
Utilisation de la recherche	3
Dépenses	4
Consentement	4
Déclaration de neutralité politique et coordonnées	4
Annexe A : Méthodologie de l'étude	5
Conception du questionnaire	5
Échantillonnage	5
Le processus du sondage	8
Analyse du biais de non réponse	16
Annexe B : Questionnaire de base	17
Annexe C : Questionnaire d'après campagne (Phase 1)	31
Annexe D : Questionnaire d'après campagne (Phase 2)	45

Sommaire

Narrative Research Inc.

Numéro de contrat : G9292-229716/001/CY

Numéro d'enregistrement de la ROP : 044-21

Date d'octroi du contrat : 2021-12-08

Valeur du contrat (**Qualitatif et quantitatif**) : 178 769,67 \$ (taxes incluses)

Note : Recherche qualitative présentée sous pli séparé

Contexte

À la suite du lancement de la campagne publicitaire nationale d'Emploi et Développement social Canada (EDSC) intitulée *Emplois dans les services essentiels pendant la COVID-19/Guichet-Emplois* en 2020-2021, 1,42 million de Canadiens étaient toujours sans emploi en septembre 2021. La pandémie de COVID-19 a eu et continue d'avoir de nombreux effets sur le marché du travail. De nombreux secteurs et industries sont toujours à la recherche d'employés, et les résidents continuent de chercher des emplois. De plus, avec la nature changeante du travail, il est de plus en plus évident que les Canadiens doivent continuer à apprendre et acquérir de nouvelles compétences professionnelles pour accéder au marché du travail d'aujourd'hui, faciliter une transition vers une nouvelle carrière ou améliorer leur carrière actuelle. Cette campagne publicitaire, dotée d'un budget de 2,5 millions de dollars, s'est déroulée en deux phases et s'est étalée sur deux exercices financiers.

La phase 1 de la campagne était axée sur la promotion des emplois afin d'aider les demandeurs d'emploi et les chômeurs canadiens à trouver des possibilités d'emploi, pendant la pandémie et au-delà. En outre, cette campagne visait à soutenir les employeurs en les encourageant à publier des offres d'emploi et à consulter les ressources liées à l'emploi disponibles sur la plateforme de recherche du Guichet-Emplois. Les cibles de la campagne comprenaient les demandeurs d'emploi, qu'ils soient employés ou au chômage, âgés de 18 à 64 ans, et les employeurs occupant des postes de direction et de recrutement, âgés de 35 à 64 ans.

La phase 2 de la campagne a eu lieu de septembre à novembre 2022 et s'est concentrée sur l'importance du perfectionnement des compétences et de la formation continue. Cette phase a permis d'informer les Canadiens des divers programmes disponibles pour les aider à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour se préparer au marché du travail d'aujourd'hui et du soutien financier qui est disponible. Les publics cibles de la campagne pour cette phase étaient les suivants : Les jeunes Canadiens âgés de 18 à 24 ans, qui commencent à travailler pour la première fois ou qui cherchent à améliorer leur carrière actuelle; et les adultes âgés de 35 à 54 ans qui cherchent à changer ou à améliorer leur carrière.

La mise à l'essai des campagnes publicitaires dont l'achat médias total est supérieur à un million de dollars est une exigence prescrite dans la Politique sur les communications et l'image de marque.

Ce rapport détaille les considérations méthodologiques relatives à la composante quantitative de cette étude, qui comprenait un sondage de référence et un sondage post-campagne pour évaluer la campagne. Une recherche qualitative a également été entreprise pour prétester les concepts créatifs de cette campagne, les résultats de cette composante de la recherche sont présentés sous pli séparé intitulé « 2022-2023 Emplois et compétences (phase 2) Mise à l'essai du concept créatif de la campagne publicitaire »

Objectifs de l'étude

L'objectif de l'étude quantitative est d'évaluer la campagne publicitaire *Emploi et compétences* à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECP) du gouvernement du Canada. Comme demandé, une évaluation est réalisée avant et après la diffusion de la campagne publicitaire dans les médias. Les données récoltées après que la campagne ait été menée sont mesurées en comparaison avec les données de référence. Les résultats vont fournir à EDSC des données qui l'aideront à élaborer et à ajuster ses futures stratégies médiatiques. En outre, les résultats du post-test publicitaire fournissent des renseignements précieux sur les tendances pour les futures campagnes de ministère. Les objectifs précis de l'étude consistaient à mesurer :

- *Évaluer la connaissance générale du sujet de la campagne (base de référence);*
- *l'efficacité de la campagne publicitaire;*
- *la connaissance de la campagne et des programmes d'EDSC;*
- *si la campagne est parvenue à promouvoir l'appel à l'action.*

Méthodologie de l'étude

Pour atteindre ces objectifs, un sondage en ligne a été réalisé en janvier 2022 afin d'établir une base de référence pour la campagne avant son lancement. Comme la campagne s'est déroulée en deux phases, deux sondages post-campagne ont été réalisés. Le sondage en ligne post-campagne de la phase 1 a été réalisée en février/mars 2022, et le sondage en ligne post-campagne de la phase 2 a été réalisé en novembre 2022. Le sondage de référence a nécessité en moyenne 9 minutes d'administration, et les sondages post-campagnes ont nécessité à peu près le même temps d'administration.

Les taux de participation à chaque vague étaient de 23,1 %, 23,1 % et 45,5 % respectivement. Les listes de courriels utilisés pour chaque vague provenaient d'un panel national administré par The Logit Group de Toronto, Ontario. Un total de 2 015 sondages (1 853 demandeurs d'emploi; 162 employeurs) ont été complétés pour la vague de référence, tandis qu'un total de 1 030 sondages (850 demandeurs d'emploi; 180 employeurs) ont été complétés pour le sondage post-campagne de la phase 1, et un total de 1 003 sondages (public de la phase 2) ont été complétés pour le sondage post-campagne de la phase 2.

Le sondage de référence a été administré du 6 au 12 janvier 2022, tandis que le sondage post-campagne de la phase 1 a été administré du 24 février au 8 mars 2022, et le sondage post-campagne de la phase 2 du 15 au 24 novembre 2022.

Utilisation de la recherche

Les données du sondage ont été collectées afin d'évaluer l'efficacité de la campagne publicitaire « *Emplois et compétences* » de l'EDSC. Les sondages cherchaient à savoir si les segments cibles avaient pris connaissance de la récente campagne publicitaire, que ce soit à la télévision, sur Facebook ou d'autres médias sociaux, ou par un autre moyen. Conformément à la méthodologie standard de l'OECP, le sondage de référence mené avant la diffusion des publicités dans les médias posait des questions liées à la capacité de se remémorer des publicités du gouvernement du Canada de manière générale, et plus particulièrement celles sur le sujet de la campagne à venir. Des questions comportementales et attitudinales ont aussi été posées.

Le sondage post-campagne a permis de récolter des renseignements sur la capacité des répondants à se remémorer la publicité et ses messages clés, le commanditaire de la publicité, ainsi que sur les actions qui ont été prises après avoir vu la publicité, le cas échéant. Par la suite, des représentants du gouvernement du Canada devaient comparer les données récoltées après la campagne aux résultats du sondage de référence. Les renseignements tirés de la recherche sur l'opinion publique permettront à EDSC de mieux évaluer l'impact de sa campagne publicitaire et ainsi de cerner les points à améliorer de manière à atteindre encore plus de gens au pays. Les résultats fournissent des renseignements utiles pour améliorer les campagnes futures.

Puisque la méthodologie en ligne a reposé sur un échantillonnage non probabiliste, les données amassées par les sondages ne peuvent être extrapolées à la population générale du Canada.

Dépenses

Le sondage a entraîné des dépenses de 125 210,50 \$ (taxes incluses). Ce sondage s'inscrivait dans le cadre d'un contrat plus vaste qui comprenait également une recherche qualitative. La valeur totale du contrat pour les composantes combinées de recherche qualitative (groupes de discussion en ligne) et quantitative (trois sondages en ligne) était de 178 769,67 \$, taxes comprises.

Consentement

Narrative Research offre son consentement écrit permettant au bibliothécaire et archiviste du Canada d'afficher dans les deux langues officielles le présent rapport de méthodologie.

Déclaration de neutralité politique et coordonnées

À titre de cadre supérieur de Narrative Research, j'atteste par la présente que les résultats de l'étude sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité décrites dans la Politique sur les communications et l'image de marque ainsi que dans la Directive sur la gestion des communications. Plus précisément, les résultats n'abordent pas les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis et les cotes de performance d'un parti politique ou de son chef.



Peter MacIntosh
Directeur de la recherche et associé
Narrative Research
pmacintosh@narrativeresearch.ca
902-493-3832

Annexe A : Méthodologie de l'étude

Cette évaluation a utilisé l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECP) du gouvernement du Canada et a été administrée à des échantillons de chercheurs d'emploi canadiens âgés de 18 à 64 ans, de membres du public cible de la phase 2 âgés de 18 à 24 ans et de 35 à 54 ans, et d'employeurs canadiens âgés de 35 à 64 ans. L'approche en ligne comprenait une vague de collecte de données de référence, ainsi que deux vagues de collecte de données après la campagne publicitaire. En procédant ainsi, il est possible de comparer le niveau de connaissance et les opinions au fil du temps.

Conception du questionnaire

Les questions posées dans le cadre de cette étude ont été fondées sur le questionnaire standard de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires du gouvernement du Canada. (Annex B). La principale différence entre le questionnaire de référence (annexe B) et le questionnaire de sondage d'après campagne (annexes C et D) est que dans ce dernier, les répondants à l'enquête ont été aidés dans leur rappel de la publicité en se voyant montrer des publicités de la récente campagne publicitaire. Plus précisément, dans les sondages d'après campagne (phase 1 et phase 2), les répondants en ligne ont vu deux bannières publicitaires statiques sur le Web, ainsi que deux publicités statiques sur les médias sociaux. Les répondants devaient ensuite répondre à une série de questions sur les publicités. Cette aide aux répondants par la présentation de publicités tirées de la campagne est un processus rendu possible par la méthodologie de sondage en ligne.

Narrative Research s'est également assurée que les répondants pouvaient répondre au sondage sur diverses plateformes, y compris les ordinateurs, les tablettes et les téléphones intelligents. Conformément aux normes du gouvernement du Canada, des sondages-tests ont été menés en anglais et en français pour chacune des phases. Une série de questions a été ajoutée à la fin des sondages dans laquelle les répondants devaient dire s'ils avaient trouvé certaines des questions ou des formulations du sondage difficiles à comprendre. Aucune difficulté de compréhension ou autre n'a été établie en ce qui concerne le sondage-test.

Échantillonnage

Les approches du sondage de référence et du sondage d'après campagne ont été conçues pour être administrées à des échantillons de panel en ligne distincts et uniques, comme décrit ci-dessous.

Le sondage de référence visait les publics suivants de la campagne : a) les publics de la campagne de la phase 1 comprenant les chercheurs d'emploi, âgés de 18 à 64 ans, employés et chômeurs canadiens, et les employeurs, âgés de 35 à 64 ans, qui étaient des cadres supérieurs ou des gestionnaires d'embauche; et b) les publics de la campagne de la phase 2 comprenant les Canadiens adultes, âgés de 35 à 54 ans, qui cherchaient à changer ou à améliorer leur carrière actuelle, et les jeunes, âgés de 18 à 24 ans, qui commençaient à travailler pour la première fois ou qui cherchaient à améliorer leur carrière actuelle.

Au total, le sondage de référence a été mené auprès d'un échantillon de 2 015 répondants, à savoir 162 sondages recueillis auprès des employeurs et 1 853 sondages remplis auprès des demandeurs d'emploi ou du public de la phase 2.

Les sondages post-campagne ont été menés en ligne auprès d'un échantillon d'environ 1 000 répondants chacun, en particulier avec :

- *Sondage post-campagne de la phase 1 :*
 - *Les demandeurs d'emploi âgés de 18 à 64 ans, employés et chômeurs canadiens;*
 - *Les employeurs âgés de 35 à 64 ans : hauts dirigeants et responsables du recrutement*
- *Sondage post-campagne de la phase 2 :*
 - *Les adultes canadiens âgés de 35 à 54 ans qui cherchaient à changer ou à améliorer leur carrière actuelle;*
 - *Les jeunes âgés de 18 à 24 ans, commençant à travailler pour la première fois ou cherchant à améliorer leur carrière actuelle.*

Au total, le sondage post-campagne de la phase 1 a été mené auprès d'un échantillon de 1 030 répondants, à savoir 180 sondages recueillis auprès des employeurs et 850 sondages remplis auprès des demandeurs d'emploi. Le sondage post-campagne de la phase 2 a été mené auprès d'un échantillon de 1 003 répondants du public cible de la campagne de la phase 2.

Les méthodes d'échantillonnage du sondage ont été conçues pour se rapprocher des populations cibles, plus précisément des demandeurs d'emploi en matière d'âge, de sexe et de région, et de la population cible des employeurs en matière de région. À cette fin, des quotas ont été mis en place concernant l'âge (18 à 34, 35 à 54, 55 à 64), le sexe (homme/femme) et la région (ATL, Qc, Ont., Man./Sask./Nt, C.-B./Yn, Alb./T.N.-O.) pour les demandeurs d'emploi; et concernant l'âge (18 à 24 et 35 à 54), le sexe (homme/femme) et la région (ATL, Qc, Ont., Man./Sask./Nt, C.-B./Yn, Alb./T.N.-O.) pour le public de la phase 2; et concernant la région (ATL, Qc, Ont., Man./Sask./Nt, C.-B./Yn, Alb./T.N.-O.) pour les employeurs.

Source de l'échantillonnage

Narrative Research a eu recours aux services de The Logit Group pour mener cette étude. The Logit Group possède un panel de membres de la population en général composé de 600 000 résidents canadiens et profite d'une bonne représentation dans les différentes régions. Ces membres sont recrutés à partir d'un grand nombre de sources différentes de manière à maximiser la portée et la représentation du groupe.

Les politiques de recrutement des partenaires de The Logit Group (SSI, Toluna, Asking Canadians et Research Now) ont une vaste portée. La qualité des données d'un sondage repose sur de nombreux facteurs différents, y compris le contrôle des répondants, les vérifications continues de la qualité (p. ex., retirer les membres qui ne sont plus actifs), etc. Voici quelques-unes des sources de membres du panel pour les études du Logit Group :

- *Invitations par courriel : préautorisation d'inscription aux listes d'associations et de groupes*
- *Médias sociaux : groupes publicitaires et sociaux sur les grandes plateformes de médias sociaux*
- *Plateformes de médias : publicités sur des plateformes de médias en ligne (créneaux et plateformes populaires)*
- *Utilisation de grandes marques de recrutement*
- *Programmes de fidélité*
- *Publics ciblés*
- *Sites de réseaux Web et sociaux*
- *Courriels ciblés des partenaires en ligne de The Logit Group à leurs membres ou abonnés*
- *Programmes de recommandation*

The Logit Group a mis au point plusieurs processus d'assurance de la qualité dans le but d'identifier de façon proactive les répondants non valides. La société a par exemple mis en œuvre des méthodes qui lui permettent de cerner rapidement les personnes qui passent à travers les sondages à toute vitesse (p. ex., en répondant à toutes les questions de la même manière), ce qui lui permet de déterminer si les réponses sont réfléchies et justes ou non.

Les membres du panel sont comparés aux données de Statistique Canada dans le but d'évaluer la représentation statistique. Des campagnes annuelles de remise à jour des profils sont menées pour inciter les membres du panel à rester à jour; ces campagnes leur posent également parfois de nouvelles questions de façon à mieux cibler certains créneaux. Les membres du panel reçoivent comme récompense des points Primes La Baie d'Hudson, des milles Aéroplan ou des Petro-Points, ainsi que divers prix. La procédure d'échantillonnage a suivi une sélection aléatoire informatisée de membres du panel en ligne. Certains ont été exclus, par exemple ceux qui avaient déjà atteint leur maximum mensuel d'invitations à des sondages. De plus, aucune des personnes invitées à répondre au sondage de référence n'a été invitée à répondre au sondage post-campagne.

Le processus du sondage

Programmation et test du sondage

Les deux sondages (celui avant et celui après la campagne publicitaire) ont été programmés par Narrative Research en anglais et en français avec Voxco Acuity. Les répondants avaient la possibilité de répondre au sondage dans la langue officielle de leur choix et l'invitation officielle était elle aussi dans la langue officielle de leur choix. De plus, pendant qu'ils répondaient aux questions, les participants avaient la possibilité de basculer entre les deux langues en tout temps. S'ils avaient besoin de l'aide d'employés bilingues de Narrative Research pour répondre au sondage, celle-ci leur était fournie. Les répondants ont pu vérifier la légitimité du sondage auprès de représentants de Narrative Research ou d'EDSC. Une fois programmé, le sondage a fait l'objet de tests visant à vérifier que l'enchaînement des questions était le bon (ordre et questions sautées). Pour faire ces tests, des chercheurs de Narrative Research ont reçu l'invitation au sondage comme s'ils étaient des répondants, ce qui a également permis de vérifier la justesse de l'envoi, du texte et des liens, entre autres choses. Des employés d'EDSC ont également reçu le lien de test du sondage.

De plus, un prétest de la vague de référence a été réalisé auprès des répondants, comme ce fut le cas pour les répondants des deux vagues d'après campagne. Pour la vague de référence, un total de 36 sondages-tests en anglais et de 12 sondages-tests en français ont été remplis, tandis que pour la vague d'après campagne initiale, un total de 10 sondages-tests en anglais et de 11 sondages-tests en français ont été remplis. Lors de la deuxième vague de collecte de données d'après campagne, un total de 22 prétests en anglais et de 10 prétests en français ont été complétés. Ces sondages-tests ont été réalisés par le biais d'un « pré-lancement » du sondage, au cours duquel un petit nombre de répondants du panel ont été invités à participer au sondage. Comme indiqué ci-dessus, le sondage-test de référence comprenait également une ligne de questions visant à recueillir les commentaires des répondants sur le questionnaire du sondage, en matière de qualités telles que la clarté et la facilité de compréhension. Les sondages-tests menés avant les deux phrases ont aidé à examiner les données du sondage dans le but de garantir leur fiabilité et de cerner les éventuels problèmes de programmation auxquels il fallait remédier. Les tests pré-lancement n'ont révélé aucun important problème de qualité des données et, par conséquent, les données de ces tests ont été conservées dans les ensembles de données finaux.

Collecte de données

Contrairement aux sondages menés au téléphone, qui se font auprès de nouveaux répondants tout au long de la période de collecte précisée, les sondages en ligne comme celui dont il est ici question invitent la grande majorité des répondants à participer dans un laps de temps très court, par exemple en l'espace d'un ou deux jours après la fin de la campagne publicitaire à évaluer. Des rappels sont envoyés aux répondants qui font partie de l'échantillon jusqu'à ce que le nombre désiré de réponses ait été obtenu.

Cette approche de collecte de données permet de communiquer avec les répondants très rapidement après la fin de la campagne. Un total de 2 015 sondages par vague de référence ont été collectés, un total de 1 030 sondages post-campagne de phase 1 ont été collectés, et 1 003 sondages post-campagne de phase 2 ont été collectés.

Comme indiqué, cette étude a consisté en trois phases de collecte de données, une vague de référence et deux vagues post-campagne. La vague de référence a été administrée du 6 au 12 janvier 2022, tandis que la vague post-campagne de la phase 1 a été administrée du 24 février au 8 mars 2022, et la vague post-campagne de la phase 2 a été administrée du 15 au 24 novembre 2022. L'invitation au sondage, ainsi qu'une invitation de rappel, a été envoyée aux membres du panel pendant les périodes de collecte des données (c'est-à-dire six jours pour la vague de base, 12 jours pour la première vague post-campagne et 10 jours pour la deuxième vague post-campagne).

Le travail sur le terrain était surveillé et examiné de façon continue pour veiller à ce que les quotas cibles soient atteints. Narrative Research a tenu Emploi et Développement social Canada au courant des progrès accomplis par l'envoi de messages ou par l'entremise de rapports verbaux sur demande ainsi que selon ce qui avait été prévu. Puisque les liens envoyés aux répondants potentiels ne permettaient de répondre au sondage qu'une seule fois, aucun d'entre eux n'a pu y répondre plus d'une fois.

Il est important de noter que, pour diverses raisons, il arrive souvent qu'un petit pourcentage des sondages en ligne soit retiré des ensembles de données. C'est pour cette raison que les quotas cibles de Narrative Research dans chacune des phases étaient supérieurs aux exigences finales de 2 000 avant la vague, et de 1 000 dans chacune des vagues après la campagne. Par conséquent, compte tenu du besoin inévitable de devoir rejeter certains sondages après la collecte, Narrative Research a, par mesure de précaution, recueilli davantage de sondages que le nombre initialement prévu dans le cadre des deux vagues. Les raisons pour lesquelles les sondages ont été retirés sont les suivantes : les répondants qui ont donné des réponses textuelles systématiquement inintelligibles ainsi que les identifications en double.

Les répondants ont mis en moyenne 9 minutes pour remplir le sondage de référence, tout comme les deux sondages post-campagne. Étant donné que l'étude a été conçue pour être menée auprès de membres de panels en ligne parmi le grand public canadien, une approche d'échantillonnage non probabiliste a été utilisée. Tous ces panels sont par nature non probabilistes, étant donné que les panélistes choisissent eux-mêmes de devenir membres de ces panels, et que tous les adultes canadiens ne font pas partie d'un tel panel.

Les tableaux ci-dessous concernant la vague de référence et les sondages post-campagne affichent les données régionales, le sexe et l'âge en fonction de la distribution réelle des adultes canadiens tels que catalogués dans le recensement de 2016 de Statistique Canada, ainsi que les quotas et la distribution réelle des sondages établis pour les demandeurs d'emploi, les employeurs et les membres du public de la phase 2.

Évaluation de la campagne de publicité Emplois et compétences 2021-2022/2022-2023 – Rapport méthodologique (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires – OECP)

Sondage de référence (les pourcentages pourraient ne pas arriver à exactement 100 % en raison de l'arrondissement)					
	Recensement 2016	Quota cible		Sondages terminés (non pondéré)	
		Sondages (n=)	Sondages (%)	(n=)	(%)
Chercheurs d'emploi (n=1,853)					
Région					
Atlantique	7,0 %	136	7,4 %	119	6,4 %
Québec	23,0 %	447	24,1 %	386	20,8 %
Ontario	38,0 %	738	39,9 %	740	39,9 %
Man./Sask./Nt	7,0 %	136	7,4 %	131	7,1 %
C.-B./Yn	13,0 %	253	13,7 %	254	13,7 %
Alb./T.N.-O.	12,0 %	233	12,6 %	223	12,0 %
Sexe					
Homme	49,1 %	960	51,9 %	952	51,4 %
Femme	51,0 %	982	53,1 %	888	47,9 %
Non précisé	Sans objet	Sans objet	Sans objet	13	0,7 %
Âge					
De 18 à 34 ans	27,4 %	673	36,3 %	618	33,4 %
De 35 à 54 ans	34,1 %	839	45,3 %	1,058	57,1 %
De 55 à 64 ans	38,6 %	430	23,2 %	177	9,6 %
Employeurs (n=162)					
Région					
Atlantique	7,0 %	10	6,7 %	14	8,6 %
Québec	23,0 %	31	20,7 %	32	19,8 %
Ontario	38,0 %	55	36,7 %	69	42,6 %
Man./Sask./Nt	7,0 %	12	8,0 %	8	4,9 %
Alb./T.N.-O.	12,0 %	18	12,0 %	15	9,3 %
C.-B./Yn	13,0 %	24	16,0 %	24	14,8 %

Le tableau de la vague après la campagne (phase 1) ci-dessous affiche la distribution réelle en matière de région, d'âge et de sexe telle que cataloguée dans le recensement de 2016 de

Évaluation de la campagne de publicité Emplois et compétences 2021-2022/2022-2023 – Rapport méthodologique (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires – OECP)

Statistique Canada, ainsi que les quotas et la distribution réelle du sondage pour les demandeurs d'emploi concernant la région, l'âge et le sexe, et pour les employeurs par région.

Vague d'après la campagne – Phase 1					
(les pourcentages pourraient ne pas arriver à exactement 100 % en raison de l'arrondissement)					
	Recensement 2016	Quota cible		Sondages terminés (non pondéré)	
		Surveys (n=)	Surveys (%)	(n=)	(%)
Chercheurs d'emploi (n=850)					
Région					
Atlantique	7,0 %	62	7,3 %	62	7,3 %
Québec	23,0 %	205	24,1 %	181	21,3 %
Ontario	38,0 %	339	39,9 %	325	38,2 %
Man./Sask./Nt	7,0 %	62	7,3 %	61	7,2 %
C.-B./Yn	13,0 %	116	13,6 %	115	13,5 %
Alb./T.N.-O.	12,0 %	107	12,6 %	106	12,5 %
Sexe					
Homme	49,1 %	441	51,9 %	428	50,4 %
Femme	51,0 %	451	53,1 %	416	48,9 %
Non précisé	Sans objet	Sans objet	Sans objet	6	0,7 %
Âge					
De 18 à 34 ans	27,4 %	309	36,4 %	315	37,1 %
De 35 à 54 ans	34,1 %	385	45,3 %	384	45,2 %
De 55 à 64 ans	38,6 %	198	23,3 %	151	17,8 %
Employeurs (n=180)					
Région					
Atlantique	7,0 %	10	6,7 %	14	7,8 %
Québec	23,0 %	31	20,7 %	32	17,8 %
Ontario	38,7 %	55	36,7 %	64	35,6 %
Man./Sask./Nt	7,0 %	12	8,0 %	13	7,2 %
Alb./T.N.-O.	12,0 %	18	12,0 %	26	14,4 %
C.-B./Yn	13,0 %	24	16,0 %	31	17,2 %

Le tableau de la vague post-campagne (phase 2 du public) ci-dessous affiche la distribution réelle en matière de région, d'âge et de sexe telle que cataloguée dans le recensement de 2016 de Statistique Canada, ainsi que les quotas et la distribution réelle du sondage pour les membres du public de la phase 2 concernant la région, l'âge et le sexe.

Vague d'après campagne – Phase 2					
(les pourcentages pourraient ne pas arriver à exactement 100 % en raison de l'arrondissement)					
	Recensement 2016	Quota cible		Sondages terminés (non pondéré)	
		Surveys (n=)	Surveys (%)	(n=)	(%)
Public de la phase 2 (n=1 003)					
Région					
Atlantique	7,0 %	71	7,1 %	68	6,8 %
Québec	23,0 %	242	24,1 %	234	23,3 %
Ontario	38,0 %	386	38,5 %	381	38,0 %
Man./Sask./Nt	7,0 %	70	7,0 %	69	6,9 %
C.-B./Yn	13,0 %	132	13,2 %	127	12,7 %
Alb./T.N.-O.	12,0 %	124	12,4 %	124	12,4 %
Sexe					
Homme	49,1 %	509	50,7 %	491	49,0 %
Femme	51,0 %	516	51,4 %	503	50,1 %
Non précisé	Sans objet	Sans objet	Sans objet	9	0,9 %
Âge					
18 to 24	23,4%	240	23,9%	209	20,8%
35 to 54	76,6%	785	78,2%	794	79,2%

Mise en tableau des données : Aucune pondération n'a été appliquée aux résultats du sondage.

Taux de participation : Les taux ci-dessous ont été calculés à l'aide de la formule recommandée par la Direction de la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada :

Sondage de référence	
Nombre total d'adresses électroniques utilisées :	21,406
Cas non valides	
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne se qualifient pas pour l'étude :	4,592
Adresses de courrier électronique incomplètes ou manquantes :	0
Non résolus (NR)	
Courriels d'invitation qui rebondissent :	0
Invitations qui demeurent sans réponse :	12,635
Unités admissibles non répondantes (UA)	
Pas de réponse des répondants admissibles :	0
Refus du répondant :	0
Problème de langue :	0
Répondants admissibles non disponibles (maladie; congé; vacances; autres) :	0
Interruptions prématurées :	296
Unités répondantes (UR)	
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles – quotas atteints :	1,819
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles pour d'autres raisons :	49
Enquêtes terminées :	2,015

Taux de participation au sondage de référence = $UR / (NR + UA + UR) = 3\ 883 / (12\ 635 + 296 + 3\ 883) = 23,1\ %$

Vague d'après la campagne – Phase 1	
Nombre total d'adresses électroniques utilisées :	10,569
Cas non valides	
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne se qualifient pas pour l'étude :	2,532
Adresses de courrier électronique incomplètes ou manquantes :	0
Non résolus (NR)	
Courriels d'invitation qui rebondissent :	0
Invitations qui demeurent sans réponse :	6,235

Unités admissibles non répondantes (UA)	
Pas de réponse des répondants admissibles :	0
Refus du répondant :	0
Problème de langue :	0
Répondants admissibles non disponibles (maladie; congé; vacances; autres) :	0
Interruptions prématurées :	0
Unités répondantes (UR)	
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles – quotas atteints :	809
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles pour d'autres raisons :	39
Enquêtes terminées :	1,030

Taux de participation au sondage post-campagne de la phase 1 = $UR / (NR + UA + UR)$
 = $1\ 878 / (6\ 235 + 0 + 1\ 878) = 23,1 \%$

Vague d'après la campagne – Phase 2	
Nombre total d'adresses électroniques utilisées :	12,352
Cas non valides	
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne se qualifient pas pour l'étude :	2,901
Adresses de courrier électronique incomplètes ou manquantes :	0
Non résolus (NR)	
Courriels d'invitation qui rebondissent :	0
Invitations qui demeurent sans réponse :	4,874
Unités admissibles non répondantes (UA)	
Pas de réponse des répondants admissibles :	0
Refus du répondant :	0
Problème de langue :	0
Répondants admissibles non disponibles (maladie; congé; vacances; autres) :	0
Interruptions prématurées :	277
Unités répondantes (UR)	
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles – quotas atteints :	3,243
Enquêtes terminées, mais déclarées inadmissibles pour d'autres raisons :	54
Enquêtes terminées :	1,003

Taux de participation au sondage post-campagne de la phase 2 = $UR / (NR + UA + UR) = 4,300 / (4,874 + 277 + 4,300) = 45.5 \%$

Puisque la méthodologie en ligne a reposé sur un échantillonnage non probabiliste, il est impossible d'appliquer une marge d'erreur aux résultats conformément aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada - Sondages en ligne.

Analyse du biais de non-réponse

Aucun sondage n'est immunisé aux biais et aux erreurs. Quand un sondage est mené auprès d'un échantillon de la population, on compte deux catégories globales de biais ou d'erreurs possibles : les erreurs d'échantillonnage, qui sont quantifiables, et les erreurs non dues à l'échantillonnage, qui ne le sont pas. Les erreurs d'échantillonnage s'attribuent au fait que les enquêtes ne sont menées qu'auprès d'un sous-ensemble de la population. Ainsi, il est possible que les résultats tirés de ce groupe de répondants ne soient pas représentatifs de l'ensemble de la population. Par comparaison, les erreurs non dues à l'échantillonnage englobent plusieurs types différents d'erreurs, par exemple au niveau de la couverture, des mesures et du traitement, et en cas de non réponse.

Aucune erreur d'échantillonnage ne peut toucher l'étude dont il est ici question, car les répondants provenaient d'un panel en ligne de la population générale, une source d'échantillonnage non probabiliste. Cela dit, plusieurs mesures ont été prises lors de la collecte de données dans le but de s'assurer qu'un nombre suffisant de sondages étaient obtenus par les groupes démographiques considérés comme centraux dans les études quantitatives, définis par le sexe, l'âge, et la région / province.

Pour ce qui est des erreurs non dues à l'échantillonnage, plusieurs mesures ont été prises afin de réduire le biais possible attribuable à ces sources. Tous les sondages ont eu recours à une technologie d'entretien en ligne pour veiller au bon enchaînement des questions ainsi que pour réduire les erreurs d'entrée et de captures des données. Les instruments du sondage de référence et du sondage post-campagne en français et en anglais ont fait l'objet d'un test auprès d'un petit nombre de répondants, ce qui a permis de s'assurer que ceux-ci le comprenaient bien et que les données étaient adéquatement recueillies. Pour ce qui est de la couverture, les sondages ont été menés auprès de membres d'un panel en ligne composé de membres de la population générale du Canada, d'après une approche d'échantillonnage aléatoire qui correspond aux critères cibles au sein d'un panel en ligne disponible sur le marché.

Annexe B : Questionnaire de base

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> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> A marketing research firm <input type="radio"/> A magazine or newspaper 	<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> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Une firme de recherche en marketing <input type="radio"/> Une revue ou un journal

- 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

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

- 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

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" 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

[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]

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 64 ANS]

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]

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 :

Veillez 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)
- Newspaper (weekly or community)

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

- 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.

Annexe C : Questionnaire d'après campagne (Phase 1)

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?</p> <p>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?</p> <p>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)
- Emplois d'été Canada

- 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?

- 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"/>				
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

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"/>				
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

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

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.

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
- 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

D8a :

Quelle est votre origine ethnique?

- Caucasien
- 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:

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 say

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.

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 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

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.

Annexe D : Questionnaire d'après campagne (Phase 2)

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>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>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**

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

IF "LESS THAN 18 YEARS OLD", "25 TO 34", "55 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
- 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, 25 À 34, OU EST PLUS VIEUX QUE 55 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
- 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.

[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]

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

D101 :

Veillez 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

QUESTIONS DE BASE

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

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	QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE
<p>ASK ALL RESPONDENTS</p> <p>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?</p> <p> <input type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No => GO TO T1D </p> <p>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?</p> <p>SELECT ALL THAT APPLY</p> <p> <input type="radio"/> Cinema <input type="radio"/> Facebook <input type="radio"/> Internet website <input type="radio"/> Magazines <input type="radio"/> Newspaper (daily) <input type="radio"/> Newspaper (weekly or community) <input type="radio"/> Outdoor billboards <input type="radio"/> Pamphlet or brochure in the mail <input type="radio"/> Public transit (bus or subway) <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Television <input type="radio"/> Twitter <input type="radio"/> YouTube <input type="radio"/> Instagram </p>	<p>POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.</p> <p>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?</p> <p> <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non => ALLER AU T1D </p> <p>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?</p> <p>CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.</p> <p> <input type="radio"/> Cinéma <input type="radio"/> Facebook <input type="radio"/> Site Internet <input type="radio"/> Revue <input type="radio"/> Journal (quotidien) <input type="radio"/> Journal (hebdomadaire ou communautaire) <input type="radio"/> Panneau d'affichage extérieur <input type="radio"/> Dépliant ou brochure reçu par la poste <input type="radio"/> Transport public (autobus ou métro) <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Télévision <input type="radio"/> Twitter <input type="radio"/> YouTube <input type="radio"/> Instagram </p>

- 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]

- Apprenticeship Incentive Grant for Women

- 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]

- Subvention incitative aux apprentis pour les femmes

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

- 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
- Sites Web des universités et des collèges communautaires
- Sites de recrutement
- Guichet-Emplois

- 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]

- 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?

- Caucasiens
- 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.
