



Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

# **CAMPAGNE PUBLICITAIRE SUR LE PLAN D'INTERVENTION ÉCONOMIQUE DU GOUVERNEMENT DU CANADA EN RÉPONSE À LA COVID-19 – SONDAGE OECF PRINTEMPS-AUTOMNE 2020**

## **Rapport final**

### **Préparé par :**

Nom du fournisseur : Léger Marketing inc.

Numéro du contrat : 60074-200050/001/CY

Valeur du contrat : 66 395,98 \$

Date d'octroi : 22-04-2020

Date de remise : 22-09-2020

Numéro d'enregistrement : POR-002-20

Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez communiquer avec le ministère des Finances du Canada à l'adresse courriel : [stephanie.rubec@canada.ca](mailto:stephanie.rubec@canada.ca)

*This report is also available in English.*

**Canada**



Ce rapport méthodologique présente les aspects techniques de deux enquêtes en ligne menées par Léger Marketing Inc. pour le compte du ministère des Finances du Canada. La première enquête a été menée auprès de 2 000 Canadiens entre le 24 avril 2020 et le 4 mai 2020. La deuxième enquête a été menée auprès de 2 048 Canadiens entre le 20 août 2020 et le 31 août 2020.

This publication is also available in English under the title: GOVERNMENT OF CANADA'S COVID-19 ECONOMIC RESPONSE PLAN ADVERTISING CAMPAIGN - ACET SURVEY SPRING AND FALL 2020.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès du ministère des Finances du Canada. Pour plus d'information sur ce rapport, veuillez communiquer avec le ministère des Finances Canada à [stephanie.rubec@canada.ca](mailto:stephanie.rubec@canada.ca) ou par courrier à

Ministère des Finances Canada  
90, rue Elgin  
Ottawa, Ontario K1A 0G5  
Chambre des Communes  
Bâtiments du Parlement  
Ottawa, Ontario K1A 0A6

Numéro international normalisé du livre 978-0-660-37629-5 - (PDF)  
Numéro de catalogue F2-281/1-2020F-PDF - (PDF)  
Numéro international normalisé du livre 978-0-660-37630-1 – (copie papier)  
Numéro de catalogue F2-281/1-2020F - (copie papier)

International Standard Book Number 978-0-660-37627-1 - (PDF)  
Catalog Number F2-281/1-2020E-PDF - (PDF)  
International Standard Book Number 978-0-660-37628-8 - (hard copy)  
Catalog Number F2-281/1-2020E - (hard copy)

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2020

# Table des matières

1. SOMMAIRE EXÉCUTIF .....	4
1.1 Mise en contexte et objectifs .....	4
1.2 Cadre d'application des résultats .....	5
1.3 Méthodologie – Recherche quantitative.....	5
1.4 Notes sur l'interprétation des résultats .....	6
1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées.....	6
Annexe A Méthodologie quantitative.....	8
Annexe B – Questionnaire vague 1 .....	26
Annexe C – Questionnaire vague 2 .....	39

# 1. Sommaire exécutif

Léger a le plaisir de présenter au ministère des Finances du Canada ce rapport sur les résultats d'un sondage quantitatif réalisé en ligne pour évaluer la réaction des particuliers et des entreprises canadiens à sa campagne publicitaire.

Ce rapport a été préparé par Léger à la suite de l'octroi d'un contrat par le ministère des Finances (numéro du contrat 60074-200050/001/CY, en date du 22 avril 2020, pour une valeur contractuelle de 66 395,98 \$).

## 1.1 Mise en contexte et objectifs

En avril 2020, le ministère des Finances du Canada et le gouvernement du Canada ont développé une campagne publicitaire qui venait appuyer le plan d'intervention économique du gouvernement en réponse à la COVID-19. La campagne devait servir à informer les Canadiens et les sensibiliser davantage à la disponibilité d'importants programmes, initiatives et avantages dans le cadre du plan d'intervention économique COVID-19 du gouvernement du Canada. Deux objectifs principaux étaient visés par la campagne, ciblant deux populations différentes : informer sur l'appui disponible aux individus et familles canadiens et celui accessible aux entreprises. Le sondage avait pour objectif global de mesurer la performance de la campagne au sein des publics cibles à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), tant en prétest qu'en post-test de la campagne. Les objectifs spécifiques du sondage étaient les suivants :

- mesurer la notoriété assistée et spontanée de la campagne publicitaire;
- mesurer le niveau de rappel des principaux messages de la campagne;
- déterminer si des actions ont été prises par les populations ciblées après avoir été exposées aux publicités;
- mesurer la notoriété de l'annonceur.

Plus spécifiquement, les composantes mesurées en prétest étaient les suivantes :

- Notoriété pré-campagne du plan d'intervention économique du gouvernement du Canada en réponse à la COVID-19;
- Notoriété assistée et spontanée des campagnes publicitaires du gouvernement du Canada en général, et de toute publicité relative au plan d'intervention économique du gouvernement du Canada en réponse à la COVID-19 en particulier;
- Notoriété assistée et spontanée du plan d'intervention économique du gouvernement du Canada en réponse à la COVID-19.

Les composantes mesurées en post-test de la campagne étaient les suivantes :

- Notoriété assistée et spontanée des campagnes publicitaires du ministère des Finances et celles du gouvernement du Canada en général;
- Rappel du message afin de mesurer :
  - Divers attributs de la campagne (crédibilité, clarté, pertinence, capacité à attirer l'attention et importance du sujet);
  - Notoriété assistée et spontanée du plan d'intervention économique du gouvernement du Canada en réponse à la COVID-19;
  - Intention d'agir.

## 1.2 Cadre d'application des résultats

Compte tenu de l'investissement du gouvernement du Canada dans le développement de cette campagne, le ministère des Finances est tenu d'en évaluer la performance auprès du public cible à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), tant en prétest qu'en post-test. L'étude donnera ainsi au ministère des Finances des pistes pour améliorer la performance de ses futures campagnes publicitaires.

## 1.3 Méthodologie – Recherche quantitative

### *Sondage en ligne*

Cette étude de recherche a été réalisée auprès de la population générale, mais des quotas ont également été établis afin de rejoindre les publics cibles suivants : les personnes autochtones, les jeunes (de moins de 25 ans), les individus à faible revenu (revenu annuel du ménage de 40 000 \$ et moins) et les dirigeants d'entreprise. Le tableau suivant illustre la distribution selon les quotas. Les détails complets des quotas et du nombre de complétés auprès de ces cibles spécifiques pour les deux vagues de l'étude se trouvent à l'annexe A de ce document.

Cible	Quotas
Autochtones	100
Jeunes (moins de 25 ans)	200
Ménages à faibles revenus (revenu annuel du ménage de 40 000 \$ et moins)	200
Dirigeants d'entreprise	200
Population générale	1 300

## Pré-campagne

Cette recherche quantitative s'est composée de deux vagues de collecte de données. La première vague a eu lieu du 24 avril au 4 mai 2020 et le taux de participation au sondage à l'échelle du pays était de 30,9 %. Afin de valider la programmation du questionnaire, un prétest dans les deux langues officielles a été réalisé le 24 avril 2020 auprès de 20 répondants dans chacune des langues officielles. La durée des entrevues était de cinq minutes en moyenne. Aucun problème n'ayant été détecté lors du prétest, la collecte des données principale a été lancée sans changement à l'outil de collecte. Au total, 2 000 Canadiens ont été sondés.

## Post campagne

La seconde vague de la collecte des données s'est déroulée du 20 au 31 août 2020; le taux de participation national était de 17,2 %. Aux fins de validation de la programmation, un prétest dans les deux langues officielles a été réalisé du 20 au 21 août 2020 auprès de 43 répondants. La durée des entrevues était de sept minutes en moyenne. Aucun problème n'ayant été détecté lors du prétest, la collecte des données principale a été lancée sans changement à l'outil de collecte. Au total, 2 048 Canadiens ont été sondés.

### **1.4 Notes sur l'interprétation des résultats**

Les opinions et constats émis dans ce document ne reflètent pas ceux du ministère des Finances du Canada. Ce rapport a été élaboré par Léger sur la base d'une étude effectuée spécifiquement dans le cadre de ce projet.

### **1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées**

J'atteste, par les présentes, à titre de représentant principal autorisé de Léger, l'entière conformité des produits livrables relativement aux exigences en matière de neutralité de la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et de la [Directive sur la gestion des communications – annexe C](#) (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique).

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé par :

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Christian Bourque', written in a cursive style.

Christian Bourque  
Vice-président directeur et associé  
Léger  
507, Place d'Armes, bureau 700  
Montréal (Québec)  
H2Y 2W8  
[cbourque@leger360.com](mailto:cbourque@leger360.com)

## **Annexe A Méthodologie quantitative**

### **A.1.1 Méthodes**

Léger applique les règles les plus strictes de l'industrie de la recherche en matière de sondages quantitatifs. L'outil de collecte a été élaboré conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée pour le gouvernement du Canada.

#### *Système d'entrevues assistées par ordinateur (CAWI)*

Léger a réalisé un sondage en ligne par panel auprès d'un échantillon de Canadiens d'âge adulte (avec des quotas établis pour les publics suivants : les personnes autochtones, les jeunes [de moins de 25 ans], les individus à faible revenu et les dirigeants d'entreprise). Une sélection aléatoire des participants a été effectuée à partir du panel internet de *LegerWeb*.

Léger possède et exploite un panel Internet de plus de 400 000 Canadiens des quatre coins du Canada. Un panel Internet est composé d'internautes dont les profils ont été établis selon différentes variables sociodémographiques. La majorité des panélistes de Léger (61 %) a été recrutée au téléphone sur une dizaine d'années, garantissant ainsi la plus grande similarité possible aux caractéristiques réelles de la population canadienne.

Léger applique les normes les plus strictes en matière de recherche quantitative et dans ce cas précis, le questionnaire de l'OECF ainsi que les questionnaires normalisés du gouvernement du Canada pour les évaluations pré- et post campagnes publicitaires ont été utilisés; aucune modification à l'outil de collecte n'a été faite par Léger. Le questionnaire a été fourni par le ministère des Finances du Canada. La collecte des données a été réalisée conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par sondages en ligne pour le gouvernement du Canada —recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages en ligne (série A).

Les répondants ont été assurés de l'aspect volontaire et confidentiel de l'approche ainsi que de l'anonymat de leurs réponses. Comme pour toutes les recherches menées par Léger, toute information susceptible de permettre l'identification des répondants a été supprimée des données, conformément à la Loi sur la protection des renseignements personnels du Canada.

### A.1.2 Contrôle de la qualité et codification

L'équipe de recherche a supervisé la programmation pour s'assurer que chaque question, catégorie de réponse et modèle de saut a été correctement saisi, même après que ces informations aient été vérifiées par deux programmeurs distincts et un analyste de données, afin de contrôler la cohérence.

Globalement, l'approche méthodologique appliquée par Léger dans ses sondages en ligne comprend les étapes suivantes :

- Programmation du questionnaire sur le système d'entrevues assistées par ordinateur (CAWI);
- Révision de la version programmée de l'outil de collecte afin d'en assurer la conformité à la version approuvée par le client;
- Tester la version programmée pour vérifier la logique des sauts de questions et des filtres. Cette étape engage tous les membres de l'équipe de recherche assignée au projet, avec des simulations automatisées des différentes situations possibles pour vérifier la cohérence des fréquences obtenues;
- Prétest du questionnaire programmé auprès de répondants qualifiés (effectué à chaque vague si nécessaire).
- Réaliser un prétest de l'outil de collecte auprès de la population cible en français et en anglais (au moins 10 entrevues complétées dans chaque langue) en s'assurant que des répondants de chacun des sous-groupes visés sont rejoints lors de cette étape;
- Le lendemain du prétest, analyse des résultats de fréquence pour vérifier le bon fonctionnement des sauts de questions;
- Communication verbale avec les responsables du projet pour leur faire part des résultats du prétest et, au besoin, recommander des ajustements à faire au questionnaire.
- Procéder au déploiement de la collecte de données principale;
- Désignation d'un gestionnaire de projet : ce gestionnaire est responsable de toute l'équipe de travail affectée au projet et supervise toutes les étapes du début à la fin;
- Tous problèmes, questions ou préoccupations soulevés durant le projet par les interviewers/le personnel de saisie auprès des superviseurs sont communiqués au directeur de recherche avant que toute décision ne soit prise;
- Le directeur de recherche fournit un rapport quotidien sur la progression du sondage;
- Vérification des données obtenues tout au long du processus de collecte;
- Une fois les opérations de terrain déployées, une session d'information est tenue avec l'équipe de codification pour assurer une meilleure compréhension des types de codes à envisager. La liste des codes est revue après 100 complétés afin de l'ajuster si cela s'avère nécessaire. À la fin de la collecte des données, une révision finale des codes est effectuée et la liste ajustée/comprimée si nécessaire.

- Les listes finales de codification des réponses aux questions ouvertes sont ensuite visées et approuvées par le directeur de recherche. Les identifiants originaux des verbatim ne sont pas supprimés et remplacés par des codes lors de cette étape, ce qui permet au gestionnaire de consulter les réponses originales aux fins de vérification. Léger s'assure ensuite que toute information permettant d'identifier les répondants est supprimée avant la production d'une base de données totalement anonymisée.
- Production des fréquences et des tableaux.

Des programmeurs hautement qualifiés, assistés par des analystes de données, se chargent de programmer les sondages sur le système d'entrevue CAWI, puis effectuent toute une batterie de tests informatiques pour s'assurer qu'aucune erreur ne s'est glissée.

Une fois la collecte en ligne terminée, les analystes de données et le service statistique de Léger effectuent un nettoyage en profondeur des données, en veillant à ce que :

- tous les résultats des questions fermées se situent dans la fourchette permise ou logique (les fourchettes permises sont confirmées avec le client dans le cas où elles ne sont pas évidentes sur la base du questionnaire);
- les valeurs aberrantes sont vérifiées et, le cas échéant, exclues des données;
- tous les sauts de questions ont fonctionné correctement;
- les données sont complètes (sauf dans les cas où c'était intentionnel et prévu par le client);
- l'information obtenue est cohérente et logique d'une question à l'autre, sans contradictions dans les données.

Les données sont vérifiées et nettoyées après le prétest, après la première soirée de terrain et à la fin de la collecte de données. Lors de l'analyse, une double vérification de tous les résultats est effectuée et toutes données aberrantes sont investiguées pour vérifier si elles ont été correctement saisies en premier lieu.

Une équipe de codeurs est affectée à chaque projet et se charge de nettoyer les verbatim avant de créer et développer des codes pertinents regroupant l'ensemble des réponses aux questions ouvertes. Léger élabore un index final des codes que nos codificateurs appliquent à la lettre. Le même index est ensuite utilisé pour les vagues subséquentes du projet (le cas échéant). Sur approbation du client, de nouveaux codes peuvent être créés si des réponses spécifiques reviennent de manière significative. Toutes les données obtenues dans les réponses aux questions ouvertes sont ensuite vérifiées par un autre codeur afin d'en garantir l'exactitude. La règle est qu'aucune base des données codifiées ne peut être traitée par le service statistique sans que toutes les listes de codes aient été approuvées par l'équipe de vérification.

Grâce à Centralus, un programme à propriété exclusive de Léger, les gestionnaires de projets peuvent vérifier les fréquences, le nombre de complétés, les quotas (le cas

échéant) et le taux de participation, et ce, à tout moment en cours de terrain. Centralus est le plus souvent utilisé à l'interne par les équipes de recherche pour effectuer des vérifications rapides des fréquences et des quotas. Cette gestion « en temps réel » permet de détecter rapidement les problèmes et de les corriger, en plus d'orchestrer les envois de courriels d'invitation plus ciblés pour atteindre les quotas établis pour le projet. Centralus permet également de fournir en temps réel toutes les fréquences standard aux clients (sur un site sécurisé accessible par mot de passe). Centralus est un outil supplémentaire de suivi de projet qui s'ajoute à Decipher, et les deux sont régulièrement utilisés par les équipes de recherche.

Notre équipe de soutien technique LEO (Léger Opinion) est disponible 7 jours sur 7, de 8 h à 21 h, pour répondre aux questions des répondants et résoudre tout problème technique qui pourrait survenir. Si une question est soumise par téléphone ou par courriel en dehors des heures de travail, l'équipe d'assistance technique y répond le lendemain dans les plus brefs délais. Notre équipe LEO se compose de professionnels bilingues en mesure de répondre à tout moment dans n'importe laquelle des deux langues officielles. C'est là où réside l'avantage Léger.

Il est à noter qu'une marge d'erreur ne peut être associée à un échantillon non probabiliste dans une enquête par panel.

### **A.1.3 Collecte des données**

#### *Sondages en ligne*

##### Avant la campagne

Les opérations de terrain pour la première vague du projet se sont déroulées du 24 avril au 4 mai 2020. Au total, 2 000 Canadiens ont été sondés. 40 entrevues ont été réalisées en prétest dans les deux langues officielles avant la collecte de données principale, afin de valider la programmation du questionnaire.

##### Après la campagne

La collecte des données pour la deuxième vague de l'étude a eu lieu du 20 au 31 août 2020. Au total, 2 048 Canadiens ont été sondés. Un prétest a été réalisé auprès de 43 répondants avant le déploiement de la collecte des données, et ce, afin de valider la programmation du questionnaire.

#### *Échantillon représentatif de la population canadienne*

Afin d'obtenir des données fiables pour chacun des sous-groupes, nous avons interrogé un échantillon total de 2 000 adultes canadiens lors de la première vague et de 2 048 pour la deuxième vague, à travers toutes les régions du pays.

Un échantillon d'adultes canadiens a été sélectionné selon une technique d'échantillonnage stratifié par région. Des quotas flexibles selon les régions ont donc été appliqués pour garantir un nombre suffisant d'entrevues dans chaque région du pays.

Dans les deux prochains tableaux, on peut trouver le détail des quotas par région ainsi que le nombre total d'entrevues réalisées lors des deux vagues.

**Tableau 1. Quotas par région - Vague 1**

Région	Quotas	Nombre de complétés
Atlantique	85	118
Québec	285	635
Ontario	500	665
Prairies	130	168
Alberta	130	183
Colombie-Britannique	170	230
Aucune de ces régions	0	1
<b>Total</b>	<b>1 300</b>	<b>2 000</b>

**Tableau 2. Quotas par région - Vague 2**

Région	Quotas	Nombre de complétés
Atlantique	85	106
Québec	285	616
Ontario	500	720
Prairies	130	171
Alberta	130	193
Colombie-Britannique	170	242
Aucune de ces régions	0	0
<b>Total</b>	<b>1 300</b>	<b>2 048</b>

Des quotas ont été établis à l'avance pour assurer une meilleure compréhension de certains segments de la population canadienne. Les deux prochains tableaux montrent le nombre de complétés pour ces sous-groupes lors de chaque vague.

**Tableau 3. Quotas ciblés et nombre de complétés - Vague 1**

Cible	Quotas	Nombre de complétés
Autochtones	100	246
Jeunes (de moins de 25 ans)	200	253

Ménages à faibles revenus (revenu annuel du ménage de 40 000 \$ et moins)	200	407
Dirigeants d'entreprise	200	370

**Tableau 4. Quotas ciblés et nombre de complétés - Vague 2**

Cible	Quotas	Nombre de complétés
Autochtones	100	137
Jeunes (de moins de 25 ans)	200	159
Ménages à faibles revenus (revenu annuel du ménage de 40 000 \$ et moins)	200	232
Dirigeants d'entreprise	200	217

#### A.1.4 Taux de participation

On trouvera ci-dessous les bases de calcul du taux de participation au sondage en ligne pour les deux vagues de l'étude. Le taux de réponse global pour la vague 1 s'est établi à 30,9 % et à 17,2 % pour la deuxième vague. Il a été plus difficile d'atteindre les quotas fixés lors de la deuxième vague, en particulier auprès des suréchantillons de la population autochtone et des hauts cadres d'entreprise. Il a donc été nécessaire de recourir à un échantillon de base plus large pour réaliser l'objectif échantillonnal, ce qui a eu une incidence négative sur le taux de participation à la seconde vague du sondage. Le taux de participation est calculé selon la formule suivante :  $\text{Taux de participation} / \text{taux de réponse} = R \div (U + IS + R)$ . Les détails des calculs utilisés sont illustrés dans le tableau suivant :

**Tableau 5. Taux de participation – Vague 1**

Échantillon de base	<b>8 080</b>
<b>Non-valides</b>	0
Invitation envoyée par erreur à un destinataire non admissible à l'étude	0
Adresse courriel incomplète ou manquante	0
<b>Unités non résolues (U)</b>	<b>5 215</b>
Invitation courriel rebondit	12
Invitation courriel reste sans réponse	5 203
<b>ÉCHANTILLON RÉEL*</b>	<b>2 500</b>
<b>Unités non déclarantes qui sont dans le champ de l'enquête (IS)</b>	<b>112</b>
Non-réponse de la part d'un répondant admissible	0
Refus du répondant	0

Problème de langue	0
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	0
Interruption d'entrevue avant la fin	112
<b>Unités déclarantes (R)</b>	<b>2 388</b>
Entrevues complétées disqualifiées– quota atteint	388
Entrevues complétées disqualifiées pour d'autres raisons	0
<b>ENTREVUES COMPLÉTÉES</b>	<b>2 000</b>
<b>Taux de participation</b>	<b>30,9 %</b>

**Tableau 6. Taux de participation – Vague 2**

<b>Échantillon de base</b>	<b>13 908</b>
<b>Non-valides</b>	<b>0</b>
Invitation envoyée par erreur à un destinataire non admissible à l'étude	0
Adresse courriel incomplète ou manquante	0
<b>Unités non résolues (U)</b>	<b>11 046</b>
Invitation courriel rebondit	7
Invitation courriel reste sans réponse	11 039
<b>ÉCHANTILLON RÉEL*</b>	<b>2 569</b>
<b>Unités non déclarantes qui sont dans le champ de l'enquête (IS)</b>	<b>229</b>
Non-réponse de la part d'un répondant admissible	0
Refus du répondant	0
Problème de langue	0
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	0
Interruption d'entrevue avant la fin	229
<b>Unités déclarantes (R)</b>	<b>2 340</b>
Entrevues complétées disqualifiées– quota atteint	290
Entrevues complétées disqualifiées pour d'autres raisons	0
<b>ENTREVUES COMPLÉTÉES</b>	<b>2 048</b>
<b>Taux de participation</b>	<b>17,2 %</b>

Notons que deux courriels de rappel ont été envoyés aux répondants à chaque vague de l'étude.

### A.1.5 Échantillons avant et après pondération

Les résultats des deux vagues du sondage ont été pondérés par Léger sur la base des données du recensement national de Statistique Canada en 2016, et ce, selon l'âge, le genre, la province de résidence, l'identité autochtone et le revenu du ménage.

L'échantillon des dirigeants d'entreprise a été pondéré sur la base des données d'Info-Canada selon la région et la taille de l'entreprise.

Le tableau suivant présente la répartition géographique des répondants de la première vague avant et après pondération. Il n'y a quasiment aucun déséquilibre dans la répartition géographique de l'échantillon non pondéré. La pondération a donc principalement servi à ajuster les poids du Québec (qui était surreprésenté) et de l'Ontario (qui était légèrement sous-représenté).

**Tableau 7. Répartition de l'échantillon par région avant et après pondération – Vague 1**

Province ou territoire	Non pondéré	Pondéré
Atlantique	118	138
Québec	635	460
Ontario	665	764
Prairies (MB&SK)	168	114
Alberta	183	230
Colombie-Britannique	230	293
Aucune de ces régions	1	1

Le tableau qui suit présente la répartition géographique des répondants lors de la deuxième vague. Comme pour la première vague, il n'y a quasiment aucun déséquilibre dans la répartition géographique de l'échantillon non pondéré. La pondération a donc principalement servi à ajuster le poids du Québec qui était surreprésenté.

**Tableau 8. Répartition de l'échantillon par région avant et après pondération - Vague 2**

Province ou territoire	Non pondéré	Pondéré
Atlantique	106	122
Québec	616	470
Ontario	720	782
Prairies (MB&SK)	171	131
Alberta	193	265
Colombie-Britannique	242	277
Aucune de ces régions	0	1

Les tableaux suivants présentent la répartition démographique des répondants selon le genre, l'âge, la langue maternelle, le niveau de scolarité et le revenu du ménage, et ce, pour les deux vagues du sondage.

On peut voir dans ces tableaux que très peu d'ajustements ont été nécessaires sur le plan de la répartition selon le genre.

**Tableau 9. Répartition de l'échantillon selon le genre avant et après pondération – Vague 1**

<b>GENRE</b>	<b>Non pondéré</b>	<b>Pondéré</b>
Hommes	913	955
Femmes	1 080	1 040
Genre diverse	7	5

**Tableau 10, Répartition de l'échantillon selon le genre avant et après pondération – Vague 2**

<b>GENRE</b>	<b>Non pondéré</b>	<b>Pondéré</b>
Hommes	972	986
Femmes	1 069	1 054
Genre diverse	7	8

Au niveau de la répartition selon l'âge pour les deux vagues de l'étude, la pondération a concerné l'échantillon des 18 à 24 ans qui était légèrement surreprésenté (en raison de l'échantillonnage ciblé) et l'échantillon des cohortes plus âgées (les 55 à 64 ans et les 65 ans et plus) qui, pour leur part, étaient légèrement sous-représentés.

**Tableau 11. Répartition de l'échantillon selon l'âge avant et après pondération – Vague 1**

<b>ÂGE</b>	<b>Non pondéré</b>	<b>Pondéré</b>
De 18 à 24 ans	253	171
De 25 à 34 ans	351	358
De 35 à 44 ans	375	351
De 45 à 54 ans	395	394
De 55 à 64 ans	327	358
65 ans et plus	299	368

**Tableau 12. Répartition de l'échantillon selon l'âge avant et après pondération – Vague 2**

ÂGE	Non pondéré	Pondéré
De 18 à 24 ans	260	192
De 25 à 34 ans	328	318
De 35 à 44 ans	342	351
De 45 à 54 ans	365	368
De 55 à 64 ans	365	389
65 ans et plus	388	431

Les facteurs de pondération relativement faibles et le peu de différences dans les réponses des divers sous-groupes nous donnent à penser que la qualité des données n'a pas été affectée par le processus. La pondération n'ayant été appliquée que pour corriger le déséquilibre initial aux fins de l'analyse des résultats; aucune autre manipulation n'a été nécessaire.

#### A.1.6 Facteurs de pondération – Vague 1

Certains sous-groupes de répondants ont tendance à être sous-représentés ou surreprésentés dans un échantillon donné comparativement à la population générale. La pondération d'un échantillon permet de corriger les différences dans la représentation des divers sous-groupes de cet échantillon par rapport à ce qu'on observe habituellement dans la population globale d'une étude. Les facteurs de pondération sont donc le poids accordé à chaque répondant correspondant à un sous-groupe de l'échantillon.

Les tableaux qui suivent illustrent les proportions attribuées à chaque population cible dans l'échantillon de la première vague.

**Tableau 13. Pondération par région**

RÉGION	Pondération
POPGEN ET Colombie-Britannique	0,1356
POPGEN ET Alberta	0,1122
POPGEN ET Saskatchewan	0,0301
POPGEN ET Manitoba, Nunavut	0,0352
POPGEN ET Ontario	0,3839
POPGEN ET Québec	0,2346
POPGEN ET Nouveau-Brunswick	0,0219
POPGEN ET Nouvelle-Écosse	0,0271
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard	0,0041
POPGEN ET Terre-Neuve et Labrador	0,0153
Total	1

**Tableau 14. Pondération selon le genre, la région et l'âge**

<b>GENRE*RÉGION*ÂGE</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0181
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0102
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0117
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0117
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0141
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0068
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0111
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0108
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0125
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0125
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0162
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0181
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0106
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0099
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0090
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0083
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0062
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0114
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0104
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0098
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0089
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0096
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0098
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0053
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0059
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0038
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0058
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0053
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0056

POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0072
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0223
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0306
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0292
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0346
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0316
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0363
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0212
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0315
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0319
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0365
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0338
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0441
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0121
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0180
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0189
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0203
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0211
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0239
POPGEN ET Québec ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0118
POPGEN ET Québec ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0181
POPGEN ET Québec ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0189
POPGEN ET Québec ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0203
POPGEN ET Québec ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0217
POPGEN ET Québec ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0295
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0080
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0049
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0061
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0065
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0076
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0033
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0047

POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0053
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0065
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0069
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0089
Total	1

**Tableau 15. NIVEAU D'ÉDUCATION**

<b>SCOLARITÉ</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET 8 <sup>e</sup> ou moins, secondaire en partie, diplôme d'études secondaires ou 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	0,272
POPGEN ET Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat; baccalauréat; diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	0,728
Total	1

**Tableau 16. REVENU**

<b>REVENU</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET Moins de 20 000 \$, de 20 000 \$ à 40 000 \$	0,17973010
POPGEN ET De 40 000 \$ à 60 000 \$-150 000 \$ et plus	0,72026989
POPGEN ET Je préfère ne pas répondre	0,1
Total	1

**Tableau 17. Pondération par région et langue**

<b>RÉGION*LANGUE</b>	<b>Pondération</b>
QC et français	0,1809
QC et autre langue	0,0537
CAN et français	0,0271
CAN et autre langue	0,7383
Total	1

**Tableau 18. Pondération selon l'appartenance aux populations autochtones**

<b>AUTOCHTONE/PREMIÈRES NATIONS</b>	<b>Pondération</b>
NON À : Autochtone	0,951
Autochtone	0,049
Total	1

**Tableau 19. Pondération par dirigeant d'entreprise et région**

<b>DIRIGEANT D'ENTREPRISE*RÉGION</b>	<b>Pondération</b>
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba, Saskatchewan	0,34593575
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Ontario	0,37343373
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Québec	0,20967456
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Terre-Neuve et Labrador, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, île-du-Prince-Édouard	0,07095593
Total	1

**Tableau 20. Pondération par dirigeant d'entreprise et nombre d'employés**

<b>DIRIGEANT D'ENTREPRISE*NOMBRE D'EMPLOYÉS</b>	<b>Pondération</b>
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET 1-99	0,89729095
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET 100-499	0,01446508
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Plus de 500	0,00194396
NSP/REFUS	0,0863
Total	1

**A.1.7 Facteurs de pondération – Vague 2**

Les tableaux qui suivent illustrent les proportions attribuées à chaque population cible dans l'échantillon de la deuxième vague du sondage.

**Tableau 21. Pondération selon région**

<b>RÉGION</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET Colombie-Britannique	0,1356
POPGEN ET Alberta	0,1122
POPGEN ET Saskatchewan	0,0301
POPGEN ET Manitoba, Nunavut	0,0352
POPGEN ET Ontario	0,3839
POPGEN ET Québec	0,2346
POPGEN ET Nouveau-Brunswick	0,0219
POPGEN ET Nouvelle-Écosse	0,0271
POPGEN ET île-du-Prince-Édouard	0,0041
POPGEN ET Terre-Neuve et Labrador	0,0153
Total	1

**Tableau 22. Pondération selon le genre, la région et l'âge**

<b>GENRE*RÉGION*ÂGE</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0072
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0109
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0102
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0117
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0117
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0141
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0068
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0111
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0108
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0125
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0125
POPGEN ET Colombie-Britannique ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0162
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0181
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0106
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0099
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0090
POPGEN ET Alberta ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0083
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0062
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0114
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0104
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0098
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0089
POPGEN ET Alberta ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0096
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0040
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0058
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0053
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0059
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0038
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0058
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0053

POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0055
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0056
POPGEN ET Manitoba, Saskatchewan, Nunavut ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0072
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0223
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0306
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0292
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0346
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0316
POPGEN ET Ontario ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0363
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0212
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0315
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0319
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0365
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0338
POPGEN ET Ontario ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0441
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0121
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0180
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0189
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 45 à 54 ans	0,0203
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 55 à 64 ans	0,0211
POPGEN ET Québec ET Homme, Autre genre ET 65 ans ou plus	0,0239
POPGEN ET Québec ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0118
POPGEN ET Québec ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0181
POPGEN ET Québec ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0189
POPGEN ET Québec ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0203
POPGEN ET Québec ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0217
POPGEN ET Québec ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0295
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 18 à 24 ans	0,0034
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 25 à 34 ans	0,0046
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 35 à 44 ans	0,0049
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Homme, Autre genre ET 45 ans ou plus	0,0202
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 18 à 24 ans	0,0033
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 25 à 34 ans	0,0047

POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 35 à 44 ans	0,0053
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 45 à 54 ans	0,0065
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 55 à 64 ans	0,0069
POPGEN ET Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve et Labrador ET Femme ET 65 ans ou plus	0,0089
Total	1

**Tableau 23. NIVEAU D'ÉDUCATION**

<b>SCOLARITÉ</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET 8 <sup>e</sup> ou moins, secondaire en partie, diplôme d'études secondaires ou 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	0,272
POPGEN ET Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat; baccalauréat; diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	0,728
Total	1

**Tableau 24. REVENU**

<b>REVENU</b>	<b>Pondération</b>
POPGEN ET Moins de 20 000 \$, de 20 000 \$ à 40 000 \$	0,17835217
POPGEN ET 40 000 \$ et plus	0,71474782
POPGEN ET Je préfère ne pas répondre	0,1069
Total	1

**Tableau 25. Pondération par région et langue**

<b>RÉGION*LANGUE</b>	<b>Pondération</b>
QC et français	0,1809
QC et autre langue	0,0537
CAN et français	0,0271
CAN et autre langue	0,7383
Total	1

**Tableau 26. Pondération par appartenance aux populations autochtones**

<b>AUTOCHTONE/PREMIÈRES NATIONS</b>	<b>Pondération</b>
NON À : Autochtone	0,951
Autochtone	0,049
Total	1

**Tableau 27. Pondération par dirigeant d'entreprise et région**

<b>DIRIGEANT D'ENTREPRISE*RÉGION</b>	<b>Pondération</b>
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Non Québec ou Ontario	0,41689168
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Ontario	0,37343373
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET Québec	0,20967456
Total	1

**Tableau 28. Pondération dirigeant d'entreprise et nombre d'employés**

<b>DIRIGEANT D'ENTREPRISE*NOMBRE D'EMPLOYÉS</b>	<b>Pondération</b>
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET 1-99	0,92734141
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET 100-499	0,01494951
DIRIGEANT D'ENTREPRISE ET plus de 500	0,00200906
NSP/REFUS	0,0557
Total	1

## Annexe B – Questionnaire vague 1

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens.

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ 12 minutes pour répondre au sondage, lequel est enregistré auprès du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) :

Le numéro d'enregistrement de ce projet est le 20200423-LE673. Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage et ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veuillez cliquer ici pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

[QA] Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée :

[r1] Une firme de recherche en marketing

[r2] Un magazine ou un quotidien

[r3] Un magazine ou un quotidien

[r4] Un parti politique

[r5] Une station radiophonique ou de télévision

[r6] Une firme de relations publiques

[r7] Le gouvernement fédéral ou provincial

[r97] Aucune de ces organisations

[QB] Êtes-vous...

Rangée :

[r1] Une femme

[r2] Un homme

[r3] Genre diverse

[QC] Quelle est votre année de naissance?

[QD] À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

Rangée :

[r0] Moins de 18 ans

[r1] 18 à 24

[r2] 25 à 34

[r3] 35 à 44

[r4] 45 à 54

[r5] 55 à 64

[r6] 65 et plus

[r9] Je préfère ne pas répondre

[PROV] Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Rangée :

[AB] Alberta

[BC] Colombie-Britannique

[MB] Manitoba

[NB] Nouveau-Brunswick

[NF] Terre-Neuve et Labrador

[NT] Territoires du Nord-Ouest

[NS] Nouvelle-Écosse

[NU] Nunavut

[ON] Ontario

[PE] Ile-du-Prince-Édouard

[QC] Québec

[SK] Saskatchewan

[YK] Yukon

[r97] Aucune de ces provinces ou territoires

[PROV2] PROVINCE AVEC REGROUPEMENT POUR PRAIRIES & MARITIMES

Rangée :

[BC] Colombie-Britannique

[AB] Alberta

[PR] Prairies

[ON] Ontario  
[QC] Québec  
[AT] Maritimes  
[NT] Territoires du Nord-Ouest  
[YK] Yukon  
[NU] Nunavut

[INDI] Vous considérez-vous comme un autochtone, c'est-à-dire comme un membre des Premières Nations (Indien d'Amérique du Nord), un Métis ou un Inuk (Inuit)?

Rangée :

[r1] Oui  
[r2] Non  
[r9] Je préfère ne pas répondre

[BUS1] Quel est le titre de votre poste?

Rangée :

[r1] PDG/Directeur général (CEO)  
[r2] Directeur financier (CFO)  
[r3] Chef des opérations (COO)  
[r4] Administrateur  
[r5] Président  
[r6] Directeur  
[r7] Partenaire  
[r8] Vice-président exécutif  
[r9] Premier vice-président  
[r10] Propriétaire  
[r96] Autre (précisez) :

[BUS1A] Lorsqu'il s'agit des plus hauts niveaux de la gestion et des décisions exécutives dans votre entreprise, lequel des éléments suivants décrit le mieux votre responsabilité?

Rangée :

[r1] Vous êtes le premier responsable des décisions exécutives.  
[r2] Vous faites partie d'un groupe dont les membres sont directement responsables de ces décisions ou y contribuent.  
[r3] Vous avez une contribution et/ou une responsabilité limitée sur ces questions.

[r4] Vous n'avez aucune responsabilité directe dans les décisions exécutives.

[r99] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

[BUS3] Combien de personnes employez-vous, y compris dans les filiales que vous possédez?

Rangée :

[r1] 1-4

[r2] 5-99

[r3] 100-499

[r4] Plus de 500

[r9] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

[BUS4] Quel est le secteur d'activité principal de votre entreprise?

Rangée :

[r1] Construction et immobilier

[r2] Voyages, tourisme et loisirs

[r3] Hôtellerie

[r4] Technologie, médias et télécoms

[r5] Produits de consommation (alimentation et boissons, commerce de détail, logistique, automobile)

[r6] Fabrication

[r7] Transport

[r8] Soins de santé

[r9] Services financiers

[r10] Agriculture, chasse, sylviculture et pêche

[r11] Mines et carrières

[r12] Électricité, gaz et eau/ services publics

[r13] Services professionnels

[r14] Autres services aux entreprises

[r15] Éducation et services sociaux, services personnels

[r16] Pétrole et gaz

[r96] Autre (veuillez préciser) :

[D4] Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus annuels avant impôts de tous les membres de votre foyer?

Rangée :

- [r1] Moins de 20 000 \$
- [r2] Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- [r3] Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- [r4] Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- [r5] Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- [r6] Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- [r7] 150 000 \$ et plus
- [r9] Je préfère ne pas répondre

[SAMPLE\_QUOTAS] Sample Quotas

Rangée :

- [r1] Genpop
- [r2] Indigenous / First Nations
- [r3] Low income
- [r4] Youth
- [r5] Business

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

Rangée :

- [r1] Oui
- [r2] Non

[Q2] Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée :

- [r1] Facebook
- [r2] Site Internet
- [r3] Magazines
- [r4] Journal (quotidien)
- [r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- [r6] Panneaux d'affichage extérieur
- [r7] Brochure ou dépliant dans le courrier

[r8] Les transports en commun (bus ou métro)

[r9] Radio

[r10] Télévision

[r11] Twitter

[r12] YouTube

[r13] Instagram

[r14] LinkedIn

[r15] Snapchat

[r16] Spotify

[r96] Autre, précisez :

[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?

[T1A] Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de la COVID-19?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[T1B] Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de la COVID-19?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée :

[r1] Facebook

[r2] Site Internet

[r3] Magazines

[r4] Journal (quotidien)

[r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)

[r6] Panneaux d'affichage extérieur

[r7] Brochure ou dépliant dans le courrier

[r8] Les transports en commun (bus ou métro)

- [r9] Radio
- [r10] Télévision
- [r11] Twitter
- [r12] YouTube
- [r13] Instagram
- [r14] LinkedIn
- [r15] Snapchat
- [r16] Spotify
- [r96] Autre, précisez :

[T1C] De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[T1D] Avez-vous entendu une publicité de votre gouvernement provincial/territorial au sujet de la COVID-19?

Rangée :

- [r1] Oui
- [r2] Non

[T1D2] Où avez-vous vu, lu ou entendu cette annonce sur la COVID-19 de la part de votre gouvernement provincial/territorial?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée :

- [r1] Facebook
- [r2] Site Internet
- [r3] Magazines
- [r4] Journal (quotidien)
- [r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- [r6] Panneaux d'affichage extérieur
- [r7] Brochure ou dépliant dans le courrier
- [r8] Les transports en commun (bus ou métro)
- [r9] Radio
- [r10] Télévision
- [r11] Twitter
- [r12] YouTube
- [r13] Instagram

[r14] LinkedIn

[r15] Snapchat

[r16] Spotify

[r96] Autre, précisez :

[T1E] Avez-vous entendu parler des mesures prises par le gouvernement du Canada pour aider les Canadiens à faire face au ralentissement économique causé par la pandémie de la COVID-19 ?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[r8] Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

[T1F] Avez-vous entendu parler de ces mesures économiques du gouvernement du Canada?

Colonne :

[c1] Oui

[c2] Non

Rangée :

[rA] Prolongation de la date limite de dépôt des déclarations d'impôts pour les particuliers au 1<sup>er</sup> juin

[rB] La Prestation canadienne d'urgence (PCU) qui fournit 2 000 \$ par mois aux travailleurs qui ont perdu leur emploi en raison de la pandémie de la COVID-19

[rC] Un moratoire de six mois sans intérêt sur le remboursement des prêts étudiants

[rD] Une augmentation de l'Allocation canadienne pour enfants (ACE) de 300 \$ par enfant cette année

[rE] La Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) qui couvre jusqu'à 75 % des salaires pour aider les entreprises à garder leurs employés sur leur liste de paie

[rF] Le nouveau Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes, qui offre des prêts sans intérêt pouvant aller jusqu'à 40 000 dollars pour aider les petites entreprises à couvrir leurs frais de fonctionnement pendant cette période d'incertitude

[rG] Une augmentation jusqu'à 400 \$ du crédit pour TPS/TVH pour les Canadiens à faible revenu

[rH] Accès à des crédits supplémentaires pour soutenir les entreprises par l'intermédiaire de la Banque de développement du Canada (BDC) et d'Exportation et développement Canada (EDC)

[rI] Report des versements de la taxe de vente et des droits de douane jusqu'en juin  
[rJ] Soutien régional et rural aux petites et moyennes entreprises  
[rK] Prestation canadienne d'urgence pour les étudiants qui offre 1250 \$ aux étudiants et nouveaux diplômés qui ne sont pas éligibles à la Prestation canadienne d'urgence (PCU)

[T1G] Avez-vous essayé de faire une demande pour ces prestations auprès du gouvernement du Canada au cours des trois dernières semaines?

Colonne :

[c1] Oui

[c2] Non

Rangée :

[rA] La Prestation canadienne d'urgence (PCU)

[rB] L'assurance-emploi (AE)

[T1G2] Quel est le plus gros problème que vous avez rencontré en essayant de demander la Prestation canadienne d'urgence, le cas échéant?

Rangée :

[r1] Je n'ai pas pu trouver les informations sur la façon de procéder

[r2] Impossible d'avoir la ligne par téléphone

[r3] Les Centres Service Canada sont fermés

[r4] La procédure de demande était trop compliquée ou trop confuse

[r5] La prestation canadienne d'urgence (PCU) ne s'applique pas à moi

[r6] Autre problème

[r7] Je n'ai pas rencontré de problème

[T1G3] Avez-vous été en mesure de remplir et de soumettre une demande?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[T1G4] Comment avez-vous soumis votre demande?

Rangée :

[r1] En ligne

[r2] Service téléphonique automatisé

[r3] Courrier

[T1H] Avez-vous demandé ou recevez-vous l'un des avantages destinés aux entreprises?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[r8] Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

[T1I] Avez-vous visité le site [Canada.ca/le-coronavirus](https://Canada.ca/le-coronavirus)?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[T1I2] Avez-vous cherché des informations sur les prestations ou les programmes offerts aux Canadiens et aux entreprises?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[T1J] Avez-vous entendu parler de soutiens financiers ciblant les secteurs suivants?

Colonne :

[c1] Oui

[c2] Non

Rangée :

[rA] Agriculture et pêche

[rB] Culture, patrimoine et aides

[rC] Transport aérien

[rD] Tourisme

[rE] Énergie

[T1K] Selon vous, dans quelle mesure les institutions financières canadiennes aident-elles les personnes et les familles touchées financièrement par la pandémie de la COVID-19?

Rangée :

[r1] Très bien

[r2] Assez bien

[r3] Pas très bien

[r4] Pas bien du tout

[r8] Je ne sais pas/ incertain

[T1L] À votre avis, dans quelle mesure les institutions financières canadiennes aident-elles les entreprises touchées financièrement par la pandémie de la COVID-19?

Rangée :

[r1] Très bien

[r2] Assez bien

[r3] Pas très bien

[r4] Pas bien du tout

[r8] Je ne sais pas/ incertain

[D1] Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

Rangée :

[r1] Travailleur/travailleuse à temps complet (35 heures et plus par semaine)

[r2] Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)

[r3] Travailleur/travailleuse autonome

[r4] Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi

[r5] Étudiant€ à temps plein

[r6] Retraité€

[r7] À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)

[r8] Autre situation

[D1A] Lequel des éléments suivants décrit le mieux l'impact que le nouveau coronavirus ou la pandémie de la COVID-19 a eu sur votre emploi?

Rangée :

[r1] Vous avez temporairement perdu votre emploi

[r2] Vous avez perdu définitivement votre emploi

[r3] Vous avez subi une perte de revenus / d'heures de travail

[r4] Votre situation professionnelle n'a pas changé  
[r99] Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

[D1B] Lequel des éléments suivants décrit le mieux l'impact dont la COVID-19 a eu sur la situation actuelle de votre l'entreprise?

Rangée :

[r1] Elle est fermée  
[r2] Elle est fermée, mais les activités sont déplacées en ligne  
[r3] Réduction des effectifs/licenciements  
[r4] Légère baisse des revenus  
[r5] Baisse significative des revenus  
[r6] Manque de liquidités  
[r7] Pas d'impact  
[r99] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

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

Rangée :

[r1] Huitième année ou moins  
[r2] Quelques années d'études secondaires  
[r3] Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent  
[r4] Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers  
[r5] Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire  
[r6] Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat  
[r7] Baccalauréat  
[r8] Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat

[D3] Des enfants de 18 ans et moins habitent-ils actuellement dans votre foyer?

Rangée :

[r1] Oui

[r2] Non

[D5] Où êtes-vous né?

Rangée :

[r1] Au Canada

[r2] À l'étranger (veuillez précisez) :

[D6] En quelle année êtes-vous arrivé au Canada?

[D7] Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX

Rangée :

[r1] Français

[r2] Anglais

[r96] Autre langue (spécifiez) :

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Finance 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 vague 2

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens.

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ 12 minutes pour répondre au sondage, lequel est enregistré auprès du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le code est 20200812-LE289.

Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage et ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veuillez cliquer ici pour obtenir de l'aide.

[QA] Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée:

[r1] Une firme de recherche en marketing

[r2] Un magazine ou un quotidien

[r3] Une agence de publicité ou une firme de graphisme

[r4] Un parti politique

[r5] Une station radiophonique ou de télévision

[r6] Une firme de relations publiques

[r7] Le gouvernement fédéral ou provincial

[r97] Aucune de ces organisations

[QB] Êtes-vous...

Rangée:

[r1] Une femme

[r2] Un homme

[r3] Genre diverse

[QC] Quelle est votre année de naissance?

[QD] À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

Rangée:

[r0] Moins de 18 ans

[r1] 18 à 24

[r2] 25 à 34

[r3] 35 à 44

[r4] 45 à 54

[r5] 55 à 64

[r6] 65 et plus

[r9] Je préfère ne pas répondre

[PROV] Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Rangée:

[AB] Alberta

[BC] Colombie-Britannique

[MB] Manitoba

[NB] Nouveau-Brunswick

[NF] Terre-Neuve et Labrador

[NT] Territoires du Nord-Ouest

[NS] Nouvelle-Écosse

[NU] Nunavut

[ON] Ontario

[PE] Ile-du-Prince-Édouard

[QC] Québec

[SK] Saskatchewan

[YK] Yukon

[r97] Aucune de ces provinces ou territoires

[PROV2] PROVINCE AVEC REGROUPEMENT POUR PRAIRIES & MARITIMES

Rangée:

[BC] Colombie-Britannique

[AB] Alberta

[PR] Prairies

[ON] Ontario  
[QC] Québec  
[AT] Maritimes  
[NT] Territoires du Nord-Ouest  
[YK] Yukon  
[NU] Nunavut

[INDI] Vous considérez-vous comme un autochtone, c'est-à-dire comme un membre des Premières Nations (Indien d'Amérique du Nord), un Métis ou un Inuk (Inuit)?

Rangée:

[r1] Oui  
[r2] Non  
[r9] Je préfère ne pas répondre

[BUS1] Quel est le titre de votre poste?

Rangée:

[r1] PDG/Directeur général (CEO)  
[r2] Directeur financier (CFO)  
[r3] Chef des opérations (COO)  
[r4] Administrateur  
[r5] Président  
[r6] Directeur  
[r7] Partenaire  
[r8] Vice-président exécutif  
[r9] Premier vice-président  
[r10] Propriétaire  
[r96] Autre (précisez) :

[BUS1A] Lorsqu'il s'agit des plus hauts niveaux de la gestion et des décisions exécutives dans votre entreprise, lequel des éléments suivants décrit le mieux votre responsabilité?

Rangée:

[r1] Vous êtes le premier responsable des décisions exécutives.  
[r2] Vous faites partie d'un groupe dont les membres sont directement responsables de ces décisions ou y contribuent.  
[r3] Vous avez une contribution et/ou une responsabilité limitée sur ces questions.

[r4] Vous n'avez aucune responsabilité directe dans les décisions exécutives.

[r99] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

[BUS3] Combien de personnes employez-vous, y compris dans les filiales que vous possédez?

Rangée:

[r1] 1-4

[r2] 5-99

[r3] 100-499

[r4] Plus de 500

[r9] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

[BUS4] Quel est le secteur d'activité principal de votre entreprise?

Rangée:

[r1] Construction et immobilier

[r2] Voyages, tourisme et loisirs

[r3] Hôtellerie

[r4] Technologie, médias et télécoms

[r5] Produits de consommation (alimentation et boissons, commerce de détail, logistique, automobile)

[r6] Fabrication

[r7] Transport

[r8] Soins de santé

[r9] Services financiers

[r10] Agriculture, chasse, sylviculture et pêche

[r11] Mines et carrières

[r12] Électricité, gaz et eau/ services publics

[r13] Services professionnels

[r14] Autres services aux entreprises

[r15] Éducation et services sociaux, services personnels

[r16] Pétrole et gaz

[r96] Autre (veuillez préciser) :

[D4] Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus annuels avant impôts de tous les membres de votre foyer?

Rangée:

- [r1] Moins de 20 000 \$
- [r2] Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- [r3] Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- [r4] Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- [r5] Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- [r6] Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- [r7] 150 000 \$ et plus
- [r9] Je préfère ne pas répondre

[SAMPLE\_QUOTAS] Sample Quotas

Rangée:

- [r1] Genpop
- [r2] Indigenous / First Nations
- [r3] Low income
- [r4] Youth
- [r5] Business

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

Rangée:

- [r1] Oui
- [r2] Non

[Q2] Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée:

- [r1] Facebook
- [r2] Site Internet
- [r3] Magazines
- [r4] Journal (quotidien)
- [r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- [r6] Panneaux d'affichage extérieur
- [r7] Brochure ou dépliant dans le courrier

[r8] Les transports en commun (bus ou métro)

[r9] Radio

[r10] Télévision

[r11] Twitter

[r12] YouTube

[r13] Instagram

[r14] LinkedIn

[r15] Snapchat

[r16] Spotify

[r96] Autre, précisez :

[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?

[T1A] Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de la COVID-19?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[T1B] Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de la COVID-19?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée:

[r1] Facebook

[r2] Site Internet

[r3] Magazines

[r4] Journal (quotidien)

[r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)

[r6] Panneaux d'affichage extérieur

[r7] Brochure ou dépliant dans le courrier

[r8] Les transports en commun (bus ou métro)

- [r9] Radio
- [r10] Télévision
- [r11] Twitter
- [r12] YouTube
- [r13] Instagram
- [r14] LinkedIn
- [r15] Snapchat
- [r16] Spotify
- [r96] Autre, précisez :

[T1C] De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[T1D] Avez-vous entendu une publicité de votre gouvernement provincial/territorial au sujet de la COVID-19?

Rangée:

- [r1] Oui
- [r2] Non

[T1D2] Où avez-vous vu, lu ou entendu cette annonce sur la COVID-19 de la part de votre gouvernement provincial/territorial?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Rangée:

- [r1] Facebook
- [r2] Site Internet
- [r3] Magazines
- [r4] Journal (quotidien)
- [r5] Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- [r6] Panneaux d'affichage extérieur
- [r7] Brochure ou dépliant dans le courrier
- [r8] Les transports en commun (bus ou métro)
- [r9] Radio
- [r10] Télévision
- [r11] Twitter
- [r12] YouTube
- [r13] Instagram

[r14] LinkedIn

[r15] Snapchat

[r16] Spotify

[r96] Autre, précisez :

[T1E] Avez-vous entendu parler des mesures prises par le gouvernement du Canada pour aider les Canadiens à faire face au ralentissement économique causé par la pandémie de la COVID-19 ?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r8] Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

[T1HH] Avez-vous vu ces publicités?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r8] Je ne sais pas / incertain(e)

[T1II] Voici une vidéo qui a récemment été diffusée sur différents médias. Avez-vous vu cette publicité?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r8] Je ne sais pas / incertain(e)

[T1JJ] Selon vous, quel est le point principal que ces publicités tentent de faire passer ?

[T1KK] Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec chacun de ces énoncés (sur une échelle de 0 à 5, où 0 signifie fortement en désaccord et 5 fortement d'accord) ?

Colonne:

[c0] 0 - Fortement en désaccord

[c1] 1

[c2] 2

[c3] 3

[c4] 4

[c5] 5 – Fortement en accord

[c98] Je ne sais pas

Rangée:

[r1] Ces publicités attirent mon attention

[r2] Ces publicités sont pertinentes pour moi

[r3] Ces publicités sont difficiles à suivre

[r4] L'information contenue dans ces publicités est objective

[r5] Ces publicités traitent d'un sujet important

[r6] Ces publicités fournissent de nouvelles informations

[r7] Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada a mis à la disposition des Canadiens des aides financières dans le cadre de COVID-19

[T1F] Avez-vous entendu parler de ces mesures économiques du gouvernement du Canada?

Colonne:

[c1] Oui

[c2] Non

Rangée:

[rA] Prolongation de la date limite de dépôt des déclarations d'impôts pour les particuliers au 30 Septembre

[rB] La Prestation canadienne d'urgence (PCU)

[rC] Un moratoire de six mois sans intérêt sur le remboursement des prêts étudiants

[rD] Une augmentation de l'Allocation canadienne pour enfants (ACE) de 300 \$ par enfant cette année

[rE] La Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC)

[rF] Le nouveau Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes, qui offre des prêts sans intérêt pouvant aller jusqu'à 40 000 dollars pour aider les petites entreprises à couvrir leurs frais de fonctionnement pendant cette période d'incertitude

[rG] Une augmentation jusqu'à 400 \$ du crédit pour TPS/TVH pour les Canadiens à faible revenu

[rH] Accès à des crédits supplémentaires pour soutenir les entreprises par l'intermédiaire de la Banque de développement du Canada (BDC) et d'Exportation et développement Canada (EDC)

[rI] Report des versements de la taxe de vente et des droits de douane jusqu'en juin

[rJ] Soutien régional et rural aux petites et moyennes entreprises

- [rK] Prestation canadienne d'urgence pour les étudiants
- [rL] Paiement unique non imposable pour la sécurité de la vieillesse (SV) et le supplément de revenu garanti (SRG)
- [rM] Report de paiement d'une hypothèque
- [rN] Paiement spécial unique et non imposable pour les personnes handicapées

[T1G] Avez-vous fait une demande pour ces prestations auprès du gouvernement du Canada?

Colonne:

[c1] Oui

[c2] Non

Rangée:

[rA] La Prestation canadienne d'urgence (PCU)

[rB] Prestation d'urgence canadienne pour étudiants

[T1G2] Quel est le plus gros problème que vous avez rencontré en essayant de demander des avantages financiers, le cas échéant?

Rangée:

[r1] Je n'ai pas pu trouver les informations sur la façon de procéder

[r2] Impossible d'avoir la ligne par téléphone

[r3] Les Centres Service Canada sont fermés

[r4] La procédure de demande était trop compliquée ou trop confuse

[r5] \*MASQUÉ\* La prestation canadienne d'urgence (PCU) ne s'applique pas à moi

[r8] Aucun des avantages pour les particuliers ne s'applique à moi

[r6] Autre problème

[r7] Je n'ai pas rencontré de problème

[T1H] Est-ce que vous ou l'entreprise que vous représentez avez fait une demande de soutien du gouvernement du Canada ciblant les entreprises ?

Veuillez sélectionner tout ce qui s'applique.

Rangée:

[r1] Subvention salariale d'urgence du Canada (CEWS)

[r2] Compte d'entreprise d'urgence du Canada (CEBA)

[r3] Aide d'urgence au loyer commercial au Canada (CECRA)

[r4] Fonds régional de secours et de redressement (RRRF)

[r5] Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) pour les entreprises en phase de démarrage

[r6] Soutien sectoriel

[r97] Non

[r98] Je ne sais pas / incertain(e)

[T1I] Si votre organisation utilise l'un des soutiens du gouvernement du Canada ciblant les entreprises, celui-ci offre-t-il le niveau de soutien adéquat pour les besoins de votre organisation ?

(Sélectionnez une réponse)

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r3] Je ne sais pas / Non-applicable

[T1J] Quelle a été votre principale source d'information sur les avantages pour les entreprises ?

(Sélectionnez une réponse)

Rangée:

[r1] Nouvelles

[r2] Site du gouvernement du Canada

[r3] Médias sociaux du gouvernement du Canada

[r4] Conseiller fiscal ou comptable

[r5] Engagement direct avec les représentants du gouvernement

[r6] Industrie ou organisation professionnelle

[r96] Autre (veuillez préciser)

[r98] Je ne sais pas / Non-applicable

[T1K] Avez-vous, ou l'employeur que vous représentez, fait une demande d'adhésion au SSUC ?

(Sélectionnez une réponse)

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[T1K2] Quel est le plus grand défi que votre organisation a rencontré avec le programme SSUC?

(Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)

Rangée:

[r1] Répondre aux exigences de qualification

[r2] Le processus est compliqué ou déroutant

[r3] Recevoir la subvention prend trop de temps

[r4] Chevauchement avec la prestation d'intervention d'urgence du Canada

[r5] Les modifications apportées au programme étaient difficiles à suivre ou n'étaient pas communiquées clairement

[r6] Incertitude quant à la date de fin du programme

[r96] Autre (veuillez préciser)

[r98] Je ne sais pas / Non-applicable

[T1L] Le gouvernement du Canada a récemment prolongé la SSUC jusqu'au 19 décembre 2020. Cette période est-elle suffisamment longue pour permettre à votre entreprise de démarrer leurs activités ?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r98] Je ne sais pas

[T1M] La semaine dernière, le gouvernement du Canada a annoncé des changements visant à assouplir les conditions d'admissibilité en supprimant le seuil de 30% de baisse des recettes et en le remplaçant par un test de recettes dégressives. Êtes-vous au courant de ce changement ?

Rangée:

[r1] Oui

[r2] Non

[r98] Je ne sais pas

[T1N] Connaissez-vous le calculateur SSUC sur le site de l'ARC ?

Rangée:

- [r1] Oui
- [r2] Non
- [r98] Je ne sais pas

[T10] Depuis mai 2020, votre niveau d'optimisme concernant la capacité de votre entreprise à survivre à la pandémie s'est-il amélioré ?

Rangée:

- [r1] Oui
- [r2] Non
- [r3] Il est trop tôt pour dire
- [r98] Je ne sais pas / Je ne suis pas certain(e)

[T1P] À ce jour, dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par la menace que COVID-19 représente pour vos entreprises ? Utilisez une échelle de 1 à 5, où 1 signifie « Pas du tout préoccupé(e) » et 5 signifie « Très préoccupé(e) »

Rangée:

- [r1] 1 – Pas du tout préoccupé(e)
- [r2] 2
- [r3] 3
- [r4] 4
- [r5] 5 – Très préoccupé(e)

[D1] Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

Rangée:

- [r1] Travailleur/travailleuse à temps complet (35 heures et plus par semaine)
- [r2] Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)
- [r3] Travailleur/travailleuse autonome
- [r4] Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- [r5] Étudiant(e) à temps plein
- [r6] Retraité(e)
- [r7] À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- [r8] Autre situation

[D1A] Lequel des éléments suivants décrit le mieux l'impact que le nouveau coronavirus ou la pandémie de la COVID-19 a eu sur votre emploi?

Rangée:

- [r1] Vous avez temporairement perdu votre emploi
- [r2] Vous avez perdu définitivement votre emploi
- [r3] Vous avez subi une perte de revenus / d'heures de travail
- [r4] Votre situation professionnelle n'a pas changé
- [r99] Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre

[D1B] Lequel des éléments suivants décrit le mieux l'impact dont la COVID-19 a eu sur la situation actuelle de votre l'entreprise?

Rangée:

- [r1] Elle est fermée
- [r2] Elle est fermée, mais les activités sont déplacées en ligne
- [r3] Réduction des effectifs/licenciements
- [r4] Légère baisse des revenus
- [r5] Baisse significative des revenus
- [r6] Manque de liquidités
- [r7] Pas d'impact
- [r99] Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

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

Rangée:

- [r1] Huitième année ou moins
- [r2] Quelques années d'études secondaires
- [r3] Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- [r4] Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- [r5] Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- [r6] Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- [r7] Baccalauréat
- [r8] Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat

[D3] Des enfants de 18 ans et moins habitent-ils actuellement dans votre foyer?

Rangée:

- [r1] Oui
- [r2] Non

[D5] Où êtes-vous né(e)?

Rangée:

- [r1] Au Canada
- [r2] À l'étranger (veuillez précisez) :

[D6] En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada?

[D7] Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX

Rangée:

- [r1] Français
- [r2] Anglais
- [r96] Autre langue (spécifiez) :

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Finance 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.

---