

Évaluation de la base de référence et post-campagne (OECF) pour la phase 4 de la campagne de vaccination des enfants

Rapport final

Présenté à Santé Canada
Numéro de contrat HT372-203689/001/CY

Préparé par : Léger

Valeur du contrat : 49 734,13 \$
Date d'octroi : 17 novembre 2020
Date de livraison : 18 mars 2021

Numéro d'enregistrement : POR 062-20
Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

Léger
507, Place d'Armes, bureau 700
Montréal, Québec
H2Y 2W8
Téléphone : 514 982-2464
Télec. : 514-987-1960

This report is also available in English.

Évaluation de la base de référence et post-campagne (OECF) pour la phase 4 de la campagne de vaccination des enfants

Rapport final

Préparé pour l'Agence de la santé publique du Canada

Nom du fournisseur : Léger

Mars 2021

Ce rapport présente les résultats d'un sondage en ligne mené par Léger Marketing inc. pour le compte de l'Agence de la santé publique du Canada. Cette étude a été réalisée en deux vagues auprès d'adultes canadiens réticents à la vaccination qui sont parents d'enfants de moins de sept ans, de femmes enceintes et de femmes qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année. La première vague de recherche a eu lieu entre le 8 et le 21 décembre 2020, et la deuxième vague de recherche a eu lieu entre le 19 février et le 10 mars 2021.

This report is also available in English under the name: Baseline and Post-Campaign ACET for Phase 4 of the Childhood Vaccination Campaign

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue de l'Agence de la santé publique du Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Numéro de catalogue :

H21-314/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-37791-9

Publications associées (numéro d'enregistrement : POR 062-20) :

Numéro de catalogue : H21-314/2021E-PDF (Final report in English)

978-0-660-37790-2

TABLE DES MATIÈRES

1. SOMMAIRE	4
1.1 Mise en contexte et objectifs	4
1.2 Utilisation des résultats	5
1.3 Méthodologie – Recherche quantitative	5
1.4 Remarques sur l'interprétation des conclusions	8
1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées	8
ANNEXE A – MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE DÉTAILLÉE	9
A.1 Méthodologie quantitative	9
ANNEXE B — QUESTIONNAIRE (1^{RE} VAGUE)	18
ANNEXE C — QUESTIONNAIRE (2^E VAGUE)	34

1. Sommaire

Léger est heureux de présenter à l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) ce rapport détaillant la méthodologie d'un sondage en ligne évaluant le rappel dirigé pour la phase 4 de la campagne de vaccination des enfants. Cette campagne visait à faire connaître l'importance de la vaccination des enfants chez les Canadiens réticents à la vaccination appartenant aux groupes suivants : les parents d'enfants âgés de moins de sept ans, les femmes enceintes et celles qui prévoient de tomber enceintes dans l'année à venir.

1.1 Mise en contexte et objectifs

Malgré l'efficacité avérée des vaccins à contrôler et à prévenir des maladies potentiellement mortelles, certains segments de la population tardent la vaccination ou la refuse tandis que d'autres continuent d'avoir des hésitation envers la vaccination même s'ils choisissent de le faire.

Pour que la vaccination soit réellement efficace pour lutter contre la prévalence et l'incidence des maladies évitables, une proportion élevée de la population doit se faire vacciner (jusqu'à 95 % dans le cas de certaines maladies). Cela protège non seulement les personnes vaccinées, mais aussi la population dans son ensemble grâce à l'immunité de groupe. Comme la réticence face à la vaccination constitue un obstacle à l'obtention d'une couverture vaccinale optimale, les gouvernements cherchent des moyens de faire comprendre l'importance, la sécurité et l'efficacité de la vaccination.

Une étude menée par l'Agence de la santé publique du Canada en 2015 a montré que de nombreux parents remettent en question l'efficacité des vaccins, considèrent que les vaccins peuvent provoquer des maladies (celles qu'ils sont censés contrôler) et pensent que la médecine douce peut éliminer la nécessité de la vaccination.

Plus récemment, dans le contexte de la pandémie de COVID-19, les taux de vaccination ont diminué en raison des mesures de santé publique mises en place (c.-à-d. la distanciation physique).

Ce problème de santé publique a incité Santé Canada, au nom de l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC), à élaborer la campagne publicitaire sur la vaccination des enfants pour sensibiliser les parents à l'importance, à l'efficacité et la sécurité des vaccins afin d'accroître la couverture vaccinale. Deux vagues de publicité ont été lancées en 2018, et une troisième vague a eu lieu d'avril à la fin juin 2019.

Une quatrième phase a été lancée en janvier 2021 et s'est déroulée jusqu'en mars 2021. En plus d'atteindre les parents réticents face à la vaccination, et ceux qui risquent de le devenir, cette campagne a permis de rappeler aux parents qui croient aux vaccins l'importance de faire vacciner leurs enfants dans les délais établis.

Étant donné que l'investissement publicitaire de cette campagne dépasse un million de dollars, Santé Canada a dû procéder à une évaluation de la campagne à l'aide de l'outil d'évaluation de campagne publicitaire (outil ACET).

Voici les objectifs particuliers de la recherche :

- Déterminer si les répondants avaient vu les publicités associées à la campagne;
- Déterminer où les publicités avaient été vues;
- Mesurer la mémorisation des éléments spécifiques de la campagne;
- Identifier les changements d'attitude résultant de la campagne publicitaire.

1.2 Utilisation des résultats

Les résultats de cette recherche permettront à l'Agence de la santé publique du Canada d'évaluer la mémorisation de la campagne publicitaire en fonction de la réaction des données de l'enquête et de l'analyse.

1.3 Méthodologie – Recherche quantitative

La recherche quantitative a été réalisée au moyen de sondages en ligne, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO).

Les publics cibles de l'enquête étaient les parents d'enfants âgés de moins de sept ans qui sont réticents à la vaccination, ainsi que les femmes enceintes et les femmes qui envisagent de tomber enceintes au cours de la prochaine année qui sont réticentes à la vaccination. Des quotas ont été fixés afin de garantir un seuil minimum pour chacun des principaux publics cibles d'intérêt, à savoir les femmes enceintes et celles qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année. Un quota minimum de 75 dans chacun de ces deux groupes a été fixé, avec un minimum de 300 au total parmi ces deux groupes. Le reste des répondants étaient des parents d'enfants âgés de moins de sept ans. Aucun quota régional n'a été fixé, mais nous avons veillé à ce qu'il y ait un nombre minimum de répondants dans chaque région du pays.

En se fondant sur les données du recensement national de 2016 de Statistique Canada, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de parents ayant participé à cette enquête en fonction de leur âge et de leur région, tandis que l'échantillon de femmes enceintes ou de celles qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année a été pondéré en fonction de leur région seulement.

Étant donné qu'un échantillon provenant d'un panel Internet n'est pas probabiliste, il n'est pas possible de calculer la marge d'erreur de ce sondage. Les détails des procédures de pondération et du taux de participation se trouvent à l'annexe A.

Léger satisfait aux lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. Le questionnaire a été préparé conformément aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

Les détails de la procédure méthodologique et des mécanismes de contrôle de la qualité de Léger sont présentés dans l'annexe A. Le questionnaire de la première vague est présenté à l'annexe B, tandis que le questionnaire de la deuxième vague est présenté à l'annexe C.

Détails de la première vague

Le travail sur le terrain pour la première vague de l'enquête a eu lieu du 8 au 21 décembre 2020. Le taux de participation national au sondage a été de 15,21 %. Le calcul du taux de participation au sondage en ligne est présenté à l'annexe A. Un prétest du questionnaire a été réalisé dans les deux langues officielles le 8 décembre 2020.

Au total, 1 002 adultes canadiens, provenant de toutes les régions du pays, ont été sondés. Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif recueilli :

Tableau 1. Répartition par région pour la première vague

Régions	Échantillon représentatif n
Provinces de l'Atlantique	45
Québec	258
Ontario	395
Prairies (Saskatchewan + Manitoba)	67
Alberta	110
Colombie-Britannique + Yukon	127
TOTAL	1 002

Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif obtenu par Léger pour chaque public cible :

Tableau 2. Distribution par public cible pour la première vague

Groupe	Échantillon représentatif n
Parent d'enfants âgés de moins de sept ans	702
Femmes enceintes	77
Femmes qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année	223
TOTAL	1 002

Détails de la deuxième vague

Le travail sur le terrain réalisé pour la deuxième vague de cette enquête s'est déroulé entre le 19 février et le 10 mars 2021. Le taux de participation national au sondage a été de 22,24 %. Le calcul du taux de participation au sondage en ligne est présenté à l'annexe A. Un prétest du questionnaire programmé a été réalisé dans les deux langues officielles le 19 février 2021.

Au total, 1 016 adultes canadiens, provenant de toutes les régions du pays, ont été sondés.

Aucun quota régional n'a été fixé, mais nous avons veillé à ce qu'il y ait un nombre minimum dans chaque région du pays. Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif recueilli :

Tableau 3. Répartition par région pour la deuxième vague

Régions	Échantillon représentatif n
Provinces de l'Atlantique	42
Québec	314
Ontario	389
Prairies (Saskatchewan + Manitoba)	54
Alberta	113
Colombie-Britannique + Yukon	104
TOTAL	1 016

Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif recueilli par Léger pour chaque public cible :

Tableau 4. Distribution par public cible pour la deuxième vague

Groupe	Échantillon représentatif n
Parent d'enfants âgés de moins de sept ans	701
Femmes enceintes	77
Femmes qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année	238
TOTAL	1 016

1.4 Remarques sur l'interprétation des conclusions

Les opinions et les observations exprimées dans ce document ne reflètent pas celles de l'Agence de la santé publique du Canada. Ce rapport a été rédigé par la firme Léger d'après la recherche menée expressément dans le cadre de ce projet. Cette recherche n'est pas probabiliste; les résultats ne peuvent pas être transposés à la population générale du Canada. La recherche n'a pas été conçue avec cet objectif en tête.

1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées

J'atteste, par les présentes, à titre de vice-président directeur 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 : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique).

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

Signé par :



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

Annexe A – Méthodologie de recherche détaillée

A.1 Méthodologie quantitative

A.1.1 Méthodes

La recherche a été réalisée au moyen de sondages en ligne, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO).

Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. La recherche a été menée conformément aux exigences du gouvernement du Canada en recherche quantitative, y compris les normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – série A – Recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages en ligne.

Les répondants ont été assurés du caractère volontaire, confidentiel et anonyme de cette recherche. 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*.

Le questionnaire de la première vague est présenté à l'annexe B et celui de la seconde vague à l'annexe C.

A.1.2 Procédures d'échantillonnage

Entrevues sur le Web assistées par ordinateur (système CAWI)

La sélection des participants a été faite de manière aléatoire à partir du panel en ligne de *LegerWeb*. Léger possède et exploite un panel Internet incluant plus de 400 000 Canadiens d'un océan à l'autre. Un panel en ligne est constitué d'utilisateurs du Web profilés en fonction de différentes variables sociodémographiques. La majorité des membres du panel de Léger (61 %) ont été recrutés au hasard par téléphone au cours des dix dernières années, ce qui rend l'échantillon hautement similaire à la population canadienne actuelle sur le plan de nombreuses caractéristiques démographiques.

Puisqu'un échantillon Internet (du panel) est de nature non probabiliste, la marge d'erreur ne s'applique pas.

A.1.3 Collecte des données

Le travail sur le terrain pour la première vague s’est déroulé du 8 au 21 décembre 2020. Le taux de participation national au sondage a été de 15,21 %. Un prétest du questionnaire en anglais et en français a été réalisé le 8 décembre 2020. Aucune modification n’a été apportée au questionnaire après le prétest, de sorte que les résultats du prétest ont été inclus dans les résultats finaux. Pour obtenir des données fiables dans chacun des sous-groupes, nous avons sondé un échantillon total de 1 002 Canadiens, et ce, dans toutes les régions du pays.

Le travail sur le terrain pour la deuxième vague s’est déroulé entre le 19 février et le 10 mars 2021. Le taux de participation national au sondage a été de 22,24 %. Un prétest du questionnaire en anglais et en français a été réalisé le 19 février 2021. Aucune modification n’a été apportée au questionnaire après le prétest, de sorte que les résultats du prétest ont été inclus dans les résultats finaux. Pour obtenir des données fiables dans chacun des sous-groupes, nous avons sondé un échantillon total de 1 016 Canadiens, et ce, dans toutes les régions du pays.

En se fondant sur les données du recensement national de 2016 de Statistique Canada, Léger a pondéré les résultats de l’échantillon de parents ayant participé à cette enquête en fonction de leur sexe et de leur région, tandis que l’échantillon de femmes enceintes ou de celles qui s’attendaient à le devenir au cours de la prochaine année a été pondéré en fonction de leur région seulement. Le poids de chacun des sous-groupes interrogés a ensuite été ajusté pour veiller à bien représenter la population canadienne. Plus de détails sur les procédures de pondération sont présentés ci-dessous.

A.1.4 Taux de participation au sondage en ligne

Le taux de participation global est de 15,21 % pour la première vague de l’étude et de 22,24 % pour la deuxième vague. Vous trouverez ci-dessous le calcul du taux de participation aux sondages Web. Le taux de participation est calculé à l’aide de la formule suivante : $\text{Taux de participation} / \text{taux de réponse} = R \div (U + IS + R)$. Le tableau ci-dessous fournit les détails du calcul.

Tableau 5. Taux de participation à la première vague

Cas non valides	0
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne respectaient pas les conditions requises pour l’étude	–
Adresses de courriel incomplètes ou manquantes	–
Non résolu (U)	45 748
Invitations par courriel ayant rebondi	354

Invitations par courriel sans réponse	45 394
Unités non répondantes du champ du sondage (IS)	383
Non-réponse de répondants admissibles	–
Refus de répondants	–
Problème de langue	–
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	–
Interruptions prématurées	383
Unités de réponse (R)	8 277
Sondages terminés disqualifiés (quota rempli)	453
Sondages terminés disqualifiés (autres raisons)	6 822
Sondages complétés	1 002
Échantillon potentiellement admissible (U+IS+R)	54 408
Taux de participation	15,21 %

Tableau 6. Taux de participation à la deuxième vague

Cas non valides	0
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne respectaient pas les conditions requises pour l'étude	–
Adresses de courriel incomplètes ou manquantes	–
Non résolu (U)	47 887
Invitations par courriel ayant rebondi	36
Invitations par courriel sans réponse	47 851
Unités non répondantes du champ du sondage (IS)	556
Non-réponse de répondants admissibles	–
Refus de répondants	–
Problème de langue	–
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	–
Interruptions prématurées	556
Unités de réponse (R)	13 858
Sondages terminés disqualifiés (quota rempli)	877

Sondages terminés disqualifiés (autres raisons)	11 965
Sondages complétés	1 016
Échantillon potentiellement admissible (U+IS+R)	62 301
Taux de participation	22,24 %

A.1.5 Biais de non-réponse et analyse sociodémographique supplémentaire

Les taux de réponse de 15,21 % et 22,24 % correspondent à ceux d'enquêtes similaires. En raison de la particularité des publics cibles et des faibles taux d'incidence, Léger a dû inviter un grand nombre de femmes adultes de moins de 55 ans pour trouver des femmes enceintes ou prévoyant de tomber enceintes au cours de la prochaine année. Comme le statut des femmes enceintes n'est pas indiqué à l'avance dans le profil des panélistes, nous avons dû poser la question à un nombre élevé de femmes afin de cibler celles qui étaient recherchées et d'atteindre les quotas. Pour la deuxième vague, il a fallu inviter encore plus de femmes que pour la première vague afin d'atteindre le quota de femmes enceintes. De ce fait, un plus grand nombre de femmes ont été écartées de l'enquête en raison de leur inadmissibilité. Ceci explique pourquoi le taux de réponse est plus élevé que pour la première vague.

A.1.6 Échantillons non pondérés et pondérés

Le tableau ci-dessous présente la répartition géographique, par sexe et par âge, des parents, des femmes enceintes et des femmes prévoyant d'être enceintes dans l'année à venir, avant et après pondération pour les deux vagues de l'enquête.

Certaines proportions ne correspondaient pas à la population réelle. Les quotas fixés pour des cibles particulières (parents, femmes enceintes et femmes qui prévoient de tomber enceintes) et les critères d'admissibilité du profil des répondants (répondants réticents à la vaccination) expliquent les écarts avec la population canadienne réelle. Le processus de pondération a permis de corriger ces différences.

Première vague

Tableau 7. Distribution d'échantillon non pondérée et pondérée selon la région pour la première vague

Province ou territoire	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Provinces de l'Atlantique	36	49	2	1	7	7
Québec	171	194	18	8	69	33
Ontario	272	321	34	12	89	54
Prairies	50	54	5	2	12	13
Alberta	85	113	9	4	16	17
Colombie-Britannique	88	96	9	4	30	19

Tableau 8. Distribution d'échantillon non pondérée et pondérée selon le sexe pour la première vague

SEXE	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Homme	153	357	–	–	–	–
Femme	549	469	77	32	223	143

Tableau 9. Distribution d'échantillon non pondéré et pondéré selon l'âge pour la première vague

ÂGE	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Entre 18 et 24 ans	35	43	10	4	37	25
Entre 25 et 34 ans	295	315	50	21	124	77
Entre 35 et 44 ans	302	331	17	7	62	42
Entre 45 et 54 ans	59	113	–	–	–	–
Entre 55 et 64 ans	8	16	–	–	–	–
65 ans et plus	3	9	–	–	–	–

Deuxième vague

Tableau 10. Distribution de l'échantillon non pondéré et pondéré par région pour la deuxième vague

Province ou territoire	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Provinces de l'Atlantique	34	50	2	1	6	7
Québec	179	197	24	9	111	33
Ontario	287	325	24	12	78	55
Prairies	41	54	7	3	6	7
Alberta	80	114	13	5	20	24
Colombie-Britannique	80	98	7	3	17	19

Tableau 11. Distribution de l'échantillon non pondéré et pondéré par sexe pour la deuxième vague

SEXE	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Homme	282	362	–	–	–	–
Femme	419	476	77	33	238	145

Tableau 12. Distribution de l'échantillon non pondéré et pondéré par âge pour la deuxième vague

ÂGE	Non pondéré Parents	Pondérés Parents	Non pondéré Femmes enceintes	Pondéré Femmes enceintes	Non pondéré Grossesse prévue	Pondéré Grossesse prévue
Entre 18 et 24 ans	29	36	14	6	31	18
Entre 25 et 34 ans	293	349	51	22	159	98
Entre 35 et 44 ans	299	358	12	5	46	29
Entre 45 et 54 ans	73	86	–	–	2	1
Entre 55 et 64 ans	5	6	–	–	–	–
65 ans et plus	2	3	–	–	–	–

A.1.7 Facteurs de pondération pour les deux vagues

Le même processus de pondération a été appliqué pour les deux vagues de cette étude. Certains sous-groupes ont parfois tendance à être sous ou surreprésentés dans un échantillon par rapport à l'ensemble de la population. 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 générale à l'étude. Les facteurs de pondération constituent donc le poids donné à chaque sondé correspondant à un sous-groupe de l'échantillon.

La pondération appliquée a corrigé le déséquilibre d'origine aux fins de l'analyse des données; aucune autre manipulation n'a été nécessaire.

Nous avons trois cibles pour ce projet : les parents d'enfants âgés de moins de 6 ans, les femmes enceintes et celles qui prévoient de tomber enceintes au cours de la prochaine année. Nous avons également éliminé les répondants qui ne sont pas réticents à la vaccination.

Trois pondérations différentes ont été appliquées, soit une par profil : parent d'un enfant âgé de moins de 6 ans, femmes enceintes et femmes qui prévoient de tomber enceintes. Comme il n'était pas possible de cibler des répondants correspondant exactement aux profils recherchés pour cette étude, nous avons dû inviter de nombreux panélistes et valider leur admissibilité. Nous avons donc pu évaluer l'incidence de ces populations (parents, femmes enceintes et femmes qui prévoient de tomber enceintes ainsi que personnes réticentes à la vaccination) à partir de l'échantillon initial de panélistes invités à répondre au questionnaire.

Le groupe des parents a été pondéré par région et par sexe, tandis que les groupes des femmes enceintes et des femmes qui prévoyaient de tomber enceintes ont été pondérés par région uniquement. Nous avons effectué une pondération représentative de ces trois groupes en fonction de leur incidence dans la population (avant l'élimination des répondants qui ne sont pas réticents à la vaccination). Ensuite, nous avons pondéré les répondants à l'enquête en fonction du profil de la population réticente à la vaccination. Une fois la pondération terminée, nous avons réattribué le poids de chacun des trois groupes proportionnellement en fonction de l'incidence de chaque groupe, en tenant compte de l'élément de réticence à la vaccination.

Les tableaux suivants illustrent la proportion allouée à chaque public cible dans l'échantillon pour les deux vagues.

Tableau 13. Pondération en fonction du groupe des parents, du sexe et de la région

Parents*Sexe*Région	Pondération
Parents ET Maritimes	0,0234
Parents ET sexe masculin ET Québec	0,1084
Parents ET sexe masculin ET Ontario	0,1668
Parents ET sexe masculin ET Manitoba, Saskatchewan	0,0280
Parents ET sexe masculin ET Alberta	0,0582
Parents ET sexe masculin ET Colombie britannique	0,0475
Parents ET sexe féminin ET Maritimes	0,0361
Parents ET sexe féminin ET Québec	0,1262
Parents ET sexe féminin ET Ontario	0,2211
Parents ET sexe féminin ET Manitoba, Saskatchewan	0,0368
Parents ET sexe féminin ET Alberta	0,0784
Parents ET sexe féminin ET Colombie britannique	0,0691
Total	1

Tableau 14. Pondération en fonction du groupe des femmes enceintes et des régions

Femmes enceintes * RÉGION	Pondération
Femmes enceintes ET Ontario	0,38
Femmes enceintes ET NON Ontario	0,62
Total	1

Tableau 15. Pondération en fonction du groupe des femmes qui prévoient une grossesse et de la région

Grossesse prévue * RÉGION*ÂGE	Pondération
Femmes qui prévoient de tomber enceintes ET Colombie-Britannique	0,13
Femmes qui prévoient de tomber enceintes ET Ontario	0,38
Femmes qui prévoient de tomber enceintes ET Québec	0,23
Femmes qui prévoient de tomber enceintes ET Reste du Canada	0,26
Total	1

Tableau 16. Pondération en fonction des cibles de répondants

Cibles de répondants	Pondération
Parents d'enfants âgés de moins de sept ans réticents à la vaccination	0,825
Femmes enceintes réticentes à la vaccination	0,032
Femmes qui prévoient de tomber enceintes et qui sont réticentes à la vaccination	0,143

Annexe B — Questionnaire (1^{re} vague)

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

SONDAGE DE RÉFÉRENCE

À être mené avant la diffusion des publicités dans les médias.

INTRODUCTION

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].

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ dix minutes pour répondre au sondage.

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

Veuillez communiquer avec XXX pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Une firme de recherche en marketing
- Un magazine ou un quotidien
- Une agence de publicité ou de conception graphique
- Un parti politique
- Une station radiophonique ou de télévision
- Une firme de relations publiques

- Le gouvernement fédéral ou provincial
- Aucune de ces organisations

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

b) Êtes-vous de...?

- genre masculin
- genre féminin
- diverses identités de genre

c) Quelle est votre date de naissance?

ANNÉE/MOIS

Année (1910- 2003)

Mois

Janvier
Février
Mars
Avril
Mai
Juin
Juillet
Août
Septembre
Octobre
Novembre
Décembre

TRANCHE ADMISSIBLE : 1910 À 2003

SI < FEV 2003 = éligible

Si > MAR 2003 = REMERCIER ET TERMINER

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE.

d) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE.

- 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 À MOINS DE 18 ANS, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE PROVINCE OU QU'UN TERRITOIRE.

- 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

SI AUCUNE PROVINCE OU AUCUN TERRITOIRE N'EST CHOISI(E), REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

QMktSize_CA.

Quels sont les trois premiers caractères de votre code postal?

(exemple : A8A)

QUESTION FILTRE POUR IDENTIFIER SI LE RÉPONDANT A UN ENFANT DE MOINS DE 7 ANS (70% FEMMES)

S1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'au moins un enfant de six ans ou moins ?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants)

Non

[SI HOMME ET S1=NON – TERMINER]

S2. Veuillez indiquer l'âge de votre ou vos enfant(s). Si votre enfant a moins d'un an, inscrivez 0 (zéro) dans la case correspondante.

Enfant 1

Enfant 2

Enfant 3 ETC.

[PRÉVOIR DES BOÎTES NUMÉRIQUES POUR LE NOMBRE D'ENFANTS À QS1]

QUESTIONS FILTRE POUR IDENTIFIER SI LA RÉPONDANTE EST ENCEINTE OU SI ELLE PENSE TOMBER ENCEINTE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS

[SI FEMME ET S1 = NON, POSER S3]

S3. Êtes-vous enceinte?

Oui

Non

[DEMANDEZ S4 SI S3 = NON]

S4. Prévoyez-vous devenir enceinte au cours des 12 prochains mois?

Oui

Non

Si non pour S3 et S4 = terminer

S5. Lequel des énoncés suivants représente le mieux votre position au sujet des vaccins pour votre ou vos enfant(s) ?

J'accepte ou j'accepterai tous les vaccins recommandés et je n'ai pas de doutes ni de préoccupations concernant la vaccination [MERCİ ET TERMINER]

J'accepte ou j'accepterai tous les vaccins recommandés mais j'ai des doutes et préoccupations concernant la vaccination

J'ai refusé ou je refuserais ou j'ai retardé ou retarderai l'administration de certains vaccins

Je n'ai pas encore pris de décision face à la vaccination pour mon (mes) enfant(s)

J'ai refusé ou je refuserai tous les vaccins recommandés [MERCİ ET TERMINER]

Je ne sais pas [MERCİ ET TERMINER]

REGROUPEMENT - LES RÉPONDANTS DOIVENT APPARTENIR À UN SEUL GROUPE

1. Parents qui hésitent à faire vacciner leur(s) enfant(s) – S1=OUI ET S5=2 à 4
2. Enceintes et hésitent à faire vacciner leur(s) enfant(s) – S3=OUI ET S5=2 à 4
3. Pensent tomber enceinte et hésitent à faire vaccine leur(s) enfant(s) – S4=OUI ET S5=2

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce questionnaire qui traite de questions d'intérêt pour les Canadiens.

Votre participation est volontaire et vos réponses resteront entièrement confidentielles. Il faut environ 10 minutes pour répondre à ce sondage.

QUESTIONS DE BASE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

Q1 :

Au cours des six 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 revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Cinéma
Facebook
Site Internet
Magazines
Journal (quotidien)
Journal (hebdomadaire ou communautaire)
Panneaux d'affichage extérieur
Brochure ou dépliant dans le courrier
Dans les transports en commun (bus ou métro)
Radio
Télévision
Pinterest
Twitter
YouTube
Instagram
LinkedIn
Spotify
Snapchat

Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
Application mobile
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?

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE**POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.****T1A :**

Au cours des six dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de la vaccination des enfants?

Les vaccins recommandés durant l'enfance comprennent les vaccins pour prévenir le tétanos, la diphtérie, la coqueluche, la polio, le ROR (rougeole, oreillons et rubéole) ainsi que le vaccin contre l'Haemophilus influenza de type b (Hib). Sont également inclus les vaccins contre la varicelle. Toutefois, l'immunisation des enfants n'inclut pas le vaccin pour la COVID, le vaccin antigrippal ou les types de vaccins administrés avant le voyage.

- Oui
- Non

=> ALLEZ À T1D

T1B :

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de
(INSÉRER LE SUJET DE LA CAMPAGNE) ?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Magazines
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneaux d'affichage extérieur
- Brochure ou dépliant dans le courrier
- Dans les transports en commun (bus ou métro)
- Radio
- Télévision
- Pinterest
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Spotify
- Snapchat
- Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
- Application mobile
- Autre, précisez _____

T1C :

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 moyen d'une échelle de cinq points, où « 1 » signifie pas du tout, « 5 », beaucoup et le point milieu, « 3 », modérément, dans quelle mesure faites-vous confiance aux vaccins recommandés pour les enfants ?

- 1 Pas du tout
- 2
- 3 Modérément
- 4
- 5 Beaucoup
- Je ne sais pas

T1E :

Au cours des douze derniers mois avez-vous cherché des renseignements au sujet des vaccins pour enfants ?

- Oui
- Non
- Je ne m'en souviens plus
- Je ne sais pas

T1F :

Veillez indiquer à quel point vous êtes d'accord ou en désaccord avec chaque énoncé. En général...

[COLONNES]

Tout à fait d'accord
Plutôt en accord
Plutôt en désaccord
Pas du tout d'accord
Je ne sais pas
Préfère ne pas répondre

[LIGNES]

...les vaccins pour enfants sont sécuritaires.
...les vaccins pour enfants sont efficaces.
...les vaccins pour enfants sont importants pour protéger la santé de mon enfant.

M1:

Quel impact la récente pandémie de COVID-19 a-t-elle eu, s'il y a lieu, sur votre niveau de préoccupation à l'égard de:

[COLONNES]

Beaucoup moins préoccupé(e) maintenant
Un peu moins préoccupé(e) maintenant
Préoccupations semblables à auparavant
Un peu plus préoccupé(e) maintenant
Beaucoup plus préoccupé(e) maintenant
Je ne m'en souviens plus
Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

[LIGNES, ALÉATOIRE]

Les vaccins recommandés pour les enfants

Le risque que votre/vos enfant(s) attrape(nt) la COVID-19

vos propres risques d'attraper la COVID-19.

M2. En raison de la pandémie de COVID-19, dans quelle mesure êtes-vous maintenant plus ou moins susceptible de faire administrer à votre/vos enfant(s) les vaccins recommandés pour les enfants? Diriez-vous que vous êtes :

Plus susceptible de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants

Moins susceptible de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants
La pandémie n'affecte pas en rien votre décision de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants

T1H:

Voici quelques publicités qui ont été diffusées récemment sur différents médias. Cliquez ici pour les regarder et les écouter.

[INSÉRER LES VIDÉOS, OOH ET NUMÉRIQUES]

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

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

- Oui
- Non

=> ALLER À T1J

T1I:

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Cinéma
- Facebook
- Site Internet
- Magazines
- Journal (quotidien)
- Journal (hebdomadaire ou communautaire)
- Panneaux d'affichage extérieur
- Brochure ou dépliant dans le courrier
- Dans les transports en commun (bus ou métro)
- Radio
- Télévision

- Pinterest
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn
- Spotify
- Snapchat
- Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
- Application mobile
- Autre, précisez _____

T1J:

Selon vous, quel est le message **principal** que ces publicités tentent de faire passer ?

T1K:

Veuillez indiquer votre degré d'accord avec les déclarations suivantes concernant ces publicités.

ÉNONCÉS ALÉATOIRES

	1	2	3	4	5
	Tout à fait en désaccord				Tout à fait en accord
Ces publicités ont attiré mon attention	o	o	o	o	o

Ces publicités sont pertinentes pour moi	<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"/>
Ces publicités ne favorisent pas un parti politique par rapport à 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 nouvelles informations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada peut fournir des réponses aux parents qui ont des questions sur la vaccination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont fait penser que la vaccination des enfants est importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont permis de me sentir plus à l'aise en ce qui concerne la vaccination des enfants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ASK T1L IF T1H=OUI]

T1L:

Avez-vous fait l'une des choses suivantes après avoir vu les annonces ? Veuillez sélectionner toutes les réponses applicables

Visite du site Canada.ca/ChildhoodVaccines

Discuté de la vaccination avec mon professionnel de la santé

Discuté de la vaccination avec un ami ou un membre de la famille

Partagé l'information

Décidé à faire vacciner mon enfant

Recherché des informations sur la vaccination en ligne

Je me suis préoccupé de la vaccination de mon (mes) enfant(s)

Autre, précisez _____

Je n'ai rien fait à la suite de cette publicité.

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

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

D2 :

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

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
-

D4 :

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

NE CHOISIR QU'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 :

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(e) au Canada?

YYYY

PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2020

D7 :

Quelle(s) est/sont la/les première(s) langue(s) que vous avez apprise(s) lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser _____

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Santé 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 (2^e vague)

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

SONDAGE DE RÉFÉRENCE

À être mené après la diffusion des publicités dans les médias.

INTRODUCTION

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

Do you prefer to continue in English or French? / Préférez-vous continuer en français ou en anglais ?

- English / Anglais
- French / Français

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ dix minutes pour répondre au sondage.

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

Veuillez communiquer avec XXX pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- Une firme de recherche en marketing
- Un magazine ou un journal
- Une agence de publicité ou de conception graphique
- Un parti politique
- Une station radio ou de télévision
- Une firme de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou provincial
- Aucune de ces organisations

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

f) Êtes-vous de...?

- genre masculin
- genre féminin
- diverses identités de genre

g) Quelle est votre date de naissance?

ANNÉE/MOIS

Année (1910- 2003)

Mois

Janvier
Février
Mars
Avril
Mai
Juin
Juillet
Août
Septembre
Octobre
Novembre
Décembre

TRANCHE ADMISSIBLE : 1910 À 2003

SI < FEV 2003 = éligible

SI > MAR 2003 = REMERCIER ET TERMINER

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE.

h) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE.

- 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 À MOINS DE 18 ANS, REMERCEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE PROVINCE OU QU'UN TERRITOIRE.

- 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

SI AUCUNE PROVINCE OU AUCUN TERRITOIRE N'EST CHOISI(E), REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

QMktSize_CA.

Quels sont les trois premiers caractères de votre code postal?

(exemple : A8A)

QUESTION FILTRE POUR IDENTIFIER SI LE RÉPONDANT A UN ENFANT DE MOINS DE 7 ANS (70% FEMMES)

S1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'au moins un enfant de six ans ou moins ?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants)

Non

[SI HOMME ET S1=NON – TERMINER]

S2. Veuillez indiquer l'âge de votre ou vos enfant(s). Si votre enfant a moins d'un an, inscrivez 0 (zéro) dans la case correspondante.

Enfant 1

Enfant 2

Enfant 3 ETC.

[PRÉVOIR DES BOÎTES NUMÉRIQUES POUR LE NOMBRE D'ENFANTS À QS1]

QUESTIONS FILTRE POUR IDENTIFIER SI LA RÉPONDANTE EST ENCEINTE OU SI ELLE PENSE TOMBER ENCEINTE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS

[SI FEMME ET S1 = NON, POSER S3]

S3. Êtes-vous enceinte?

Oui

Non

[DEMANDEZ S4 SI S3 = NON]

S4. Prévoyez-vous devenir enceinte au cours des 12 prochains mois?

Oui

Non

Si non pour S3 et S4 = terminer

S5. Lequel des énoncés suivants représente le mieux votre position au sujet des vaccins pour votre ou vos enfant(s) ?

J'accepte ou j'accepterai tous les vaccins recommandés et je n'ai pas de doutes ni de préoccupations concernant la vaccination [MERCİ ET TERMINER]

J'accepte ou j'accepterai tous les vaccins recommandés mais j'ai des doutes et préoccupations concernant la vaccination

J'ai refusé ou je refuserais ou j'ai retardé ou retarderai l'administration de certains vaccins

Je n'ai pas encore pris de décision face à la vaccination pour mon (mes) enfant(s)

J'ai refusé ou je refuserai tous les vaccins recommandés [MERCİ ET TERMINER]

Je ne sais pas [MERCİ ET TERMINER]

REGROUPEMENT - LES RÉPONDANTS DOIVENT APPARTENIR À UN SEUL GROUPE

1. Parents qui hésitent à faire vacciner leur(s) enfant(s) – S1=OUI ET S5=2 à 4
2. Enceintes et hésitent à faire vacciner leur(s) enfant(s) – S3=OUI ET S5=2 à 4
3. Pensent tomber enceinte et hésitent à faire vaccine leur(s) enfant(s) – S4=OUI ET S5=2 à 4

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce questionnaire qui traite de questions d'intérêt pour les Canadiens.

Votre participation est volontaire et vos réponses resteront entièrement confidentielles. Il faut environ 10 minutes pour répondre à ce sondage.

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

Au cours des six 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 revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Cinéma
Facebook
Site Internet
Magazines
Journal (quotidien)
Journal (hebdomadaire ou communautaire)
Panneaux d'affichage extérieur
Brochure ou dépliant dans le courrier
Dans les transports en commun (bus ou métro)
Radio
Télévision
Pinterest
Twitter
YouTube
Instagram
LinkedIn
Spotify
Snapchat
Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
Application mobile
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?

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A :

Au cours des six dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de la vaccination des enfants?

*Les vaccins recommandés durant l'enfance comprennent les vaccins pour prévenir le tétanos, la diphtérie, la coqueluche, la polio, le ROR (rougeole, oreillons et rubéole) ainsi que le vaccin contre l'*Haemophilus influenzae* de type b (Hib). Sont également inclus les vaccins contre la varicelle. Toutefois, l'immunisation des enfants n'inclut pas le vaccin pour la COVID, le vaccin antigrippal ou les types de vaccins administrés avant le voyage.*

- Oui
- Non

=> ALLEZ À T1D

T1B :

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de (INSÉRER LE SUJET DE LA CAMPAGNE) ?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Cinéma
Facebook
Site Internet
Magazines
Journal (quotidien)
Journal (hebdomadaire ou communautaire)
Panneaux d'affichage extérieur
Brochure ou dépliant dans le courrier
Dans les transports en commun (bus ou métro)
Radio
Télévision
Pinterest
Twitter
YouTube
Instagram
LinkedIn
Spotify
Snapchat

Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
Application mobile
Autre, précisez _____

T1C :

De quoi vous souvenez-vous de cette publicité?

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D :

Au moyen d'une échelle de cinq points, où « 1 » signifie pas du tout, « 5 », beaucoup et le point milieu, « 3 », modérément, dans quelle mesure faites-vous confiance aux vaccins recommandés pour les enfants ?

- 1 Pas du tout
- 2
- 3 Modérément
- 4
- 5 Beaucoup
- Je ne sais pas

T1E :

Au cours des douze derniers mois avez-vous cherché des renseignements au sujet des vaccins pour enfants ?

- Oui
- Non
- Je ne m'en souviens plus
- Je ne sais pas

T1F :

Veillez indiquer à quel point vous êtes d'accord ou en désaccord avec chaque énoncé. En général...

[COLONNES]

Tout à fait d'accord
Plutôt en accord
Plutôt en désaccord
Pas du tout d'accord
Je ne sais pas
Préfère ne pas répondre

[LIGNES]

...les vaccins pour enfants sont sécuritaires.
...les vaccins pour enfants sont efficaces.
...les vaccins pour enfants sont importants pour protéger la santé de mon enfant.

M1:

Quel impact la récente pandémie de COVID-19 a-t-elle eu, s'il y a lieu, sur votre niveau de préoccupation à l'égard de:

[COLONNES]

Beaucoup moins préoccupé(e) maintenant
Un peu moins préoccupé(e) maintenant
Préoccupations semblables à auparavant
Un peu plus préoccupé(e) maintenant
Beaucoup plus préoccupé(e) maintenant
Je ne m'en souviens plus
Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

[LIGNES, ALÉATOIRE]

Les vaccins recommandés pour les enfants

Le risque que votre/vos enfant(s) attrape(nt) la COVID-19

Votre propre risque d'attraper la COVID-19.

M2. En raison de la pandémie de COVID-19, dans quelle mesure êtes-vous maintenant plus ou moins susceptible de faire administrer à votre/vos enfant(s) les vaccins recommandés pour les enfants? Diriez-vous que vous êtes :

Plus susceptible de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants
Moins susceptible de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants

La pandémie n'affecte pas en rien votre décision de lui/leur faire administrer les vaccins recommandés pour les enfants

T1H:

Voici quelques publicités qui ont été diffusées récemment sur différents médias. Cliquez ici pour les regarder et les écouter.

[INSÉRER LES VIDÉOS, OOH ET NUMÉRIQUES]

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

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

- Oui
- Non

=> ALLER À T1J

T1I:

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Cinéma
Facebook
Site Internet
Magazines
Journal (quotidien)
Journal (hebdomadaire ou communautaire)
Panneaux d'affichage extérieur
Brochure ou dépliant dans le courrier
Dans les transports en commun (bus ou métro)
Radio
Télévision
Pinterest
Twitter
YouTube
Instagram
LinkedIn
Spotify
Snapchat
Affiche dans les cliniques/établissements médicaux
Application mobile
Autre, précisez _____

T1J:

Selon vous, quel est le message **principal** que ces publicités tentent de communiquer ?

T1K:

Veillez indiquer votre degré d'accord avec les déclarations suivantes concernant ces publicités.

ÉNONCÉS ALÉATOIRES

	1	2	3	4	5
	Tout à fait en désaccord				Tout à fait en accord
Ces publicités ont attiré mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités sont pertinentes pour moi	<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"/>
Ces publicités ne favorisent pas un parti politique par rapport à 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 nouvelles informations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada peut fournir des réponses aux parents qui ont des questions sur la vaccination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont rendu plus enclin à penser que la vaccination des enfants est importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont permis de me sentir plus à l'aise en ce qui concerne la vaccination des enfants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[POSEZ T1L SI T1H=OUI]

T1L:

Avez-vous fait l'une des actions suivantes après avoir vu les annonces ? Veuillez sélectionner toutes les réponses applicables

Visité le site Canada.ca/VaccinsEnfance

Discuté de la vaccination avec mon professionnel de la santé

Discuté de la vaccination avec un ami ou un membre de la famille

Partagé l'information

Décidé à faire vacciner mon enfant

Recherché des informations sur la vaccination en ligne

Songé davantage à la vaccination de mon (mes) enfant(s)

Autre, précisez _____

Je n'ai rien fait après avoir vu cette publicité.

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

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 plein (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
-

D2 :

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.

- primaire 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
-

D4 :

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

NE CHOISIR QU'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 :

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(e) au Canada?

YYYY

PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2020

D7 :

Quelle(s) est/sont la/les première(s) langue(s) que vous avez apprise(s) lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser _____

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué de la part de Santé Canada.

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