



Santé
Canada Health
Canada

Tests exploratoires et de concepts pour l'application Alerte COVID Rapport final

Préparé à l'intention de Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group
Numéro de contrat : HT372-204762/001/CY
Valeur du contrat : 73 884,88 \$ (TVH incluse)
Date d'attribution des services : Le 25 mars 2021
Date de livraison : Le 24 août 2021

Numéro d'enregistrement : ROP 141-20

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada par courriel à l'adresse :

hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

This report is also available in English.

Canada 

Tests exploratoires et de concepts pour l'application Alerte COVID

Rapport final

Préparé à l'intention de Santé Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Août 2021

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne réalisé par Earncliffe Strategy Group pour le compte de Santé Canada. Le projet de recherche quantitative s'est déroulé du 5 au 16 mai 2021.

This publication is also available in English under the title: COVID Alert App Exploratory and Concept Testing

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada par courriel à l'adresse : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca ou par la poste à l'adresse :

N° de catalogue :

H14-381/2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-40201-7

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 141-20) :

COVID Alert App Exploratory and Concept Testing (Rapport final, en anglais)

ISBN 978-0-660-40200-0

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de la Santé, 2021

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	1
RÉSUMÉ	2
INTRODUCTION	5
CONSTATATIONS DÉTAILLÉES	5
Évaluation des concepts	6
Application Alerte COVID et codes QR.....	20
CONCLUSIONS	24
ANNEXE A : RAPPORT DE MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE.....	25
ANNEXE B : QUESTIONNAIRE.....	29

RÉSUMÉ

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter à Santé Canada le présent rapport, qui vient résumer les résultats de son projet de recherche quantitative visant à explorer et à évaluer des concepts relatifs à l’application Alerte COVID.

Le 31 juillet 2020, Alerte COVID, une nouvelle application de notification à l’échelle nationale pouvant être téléchargée gratuitement, a été mise à la disposition des Canadiens et Canadiennes. L’application de notification d’exposition, développée en réponse à l’évolution rapide de la pandémie de COVID-19, avertit les personnes qui l’ont téléchargée en cas d’exposition potentielle à la COVID-19. Son utilisation est entièrement volontaire. Depuis son lancement, plusieurs nouvelles fonctions sont mises en œuvre dans le but d’améliorer son efficacité. Parmi ces nouvelles fonctions, notons la prise en charge prévue des codes QR, qui pourrait permettre aux utilisateurs de scanner un code QR à leur arrivée dans un commerce, un établissement ou un événement. Si un risque d’exposition est relevé à l’endroit en question, il sera indiqué comme tel par les autorités locales de santé publique et les utilisateurs ayant scanné le code QR au moment et à l’endroit de l’exposition recevront une notification ainsi que des directives sur la marche à suivre. La promotion de l’utilisation de l’application Alerte COVID et des codes QR associés pourrait aider à limiter la propagation du virus. Ce projet de recherche aidera à peaufiner les communications visant à faire connaître l’application Alerte COVID, à susciter l’intérêt à son endroit et à inciter les Canadiens et Canadiennes à l’utiliser.

Le projet de recherche avait comme principal objectif de fournir à Santé Canada des renseignements sur la meilleure façon d’encourager l’utilisation et la fonctionnalité de l’application Alerte COVID. La valeur du contrat pour ce projet de recherche s’élève à 73 884,88 \$ (TVH comprise).

Pour atteindre cet objectif, Earnscliffe a été chargée de réaliser une recherche quantitative comportant un sondage en ligne auprès de 2 412 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le sondage en ligne a été réalisé à l’aide du panel exclusif de Léger, notre partenaire pour la collecte de données. Le sondage, d’une durée moyenne de 13 minutes, s’est déroulé du 5 au 16 mai 2021 en français et en anglais. Les données ont été pondérées afin de refléter la composition démographique de la population canadienne âgée de 18 ans et plus. Puisque l’échantillon en ligne utilisé est composé de personnes s’étant originalement portées volontaires pour participer au panel de Léger, aucune estimation formelle de l’erreur d’échantillonnage ne peut être calculée, et les résultats obtenus ne peuvent être décrits comme étant statistiquement représentatifs de la population cible. Le traitement de l’échantillon non probabiliste est conforme aux Normes pour la recherche sur l’opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

Constatations principales

- **Dans l’ensemble, les opinions à l’endroit de chaque concept sont plutôt semblables.** Environ la moitié des répondants ont une opinion favorable de chaque concept : « Collectivité » (53 %), « Raison » (56 %), « Résultat final » (54 %) et « Responsabilité » (55 %). Environ une personne sur cinq perçoit chaque concept de manière défavorable.

- **On n'observe pratiquement aucune différence dans le pourcentage de répondants qui considèrent chaque concept comme étant approprié pour le gouvernement du Canada.** Un peu plus de la moitié des Canadiens estiment qu'il est approprié pour le gouvernement du Canada d'utiliser les concepts « Collectivité » (57 %), « Raison » (57 %), « Résultat final » (56 %) et « Responsabilité » (56 %). Environ le quart des répondants jugent que chaque concept est inapproprié.
- **Les impressions et les attitudes quant à la clarté des concepts** (notamment pour ce qui est d'être faciles à comprendre et d'expliquer pourquoi le code QR doit être scanné et en quoi consiste la fonction) **et à leur capacité d'attirer l'attention sont semblables pour chaque concept.** La majorité des Canadiens (au moins six personnes sur dix) s'entendent pour dire que ces éléments s'appliquent aux quatre concepts.
- **Les Canadiens ont des avis partagés quant à savoir si les concepts sont pertinents, s'ils augmentent leur intérêt pour l'application Alerte COVID, s'ils les motivent à utiliser la fonction de code QR ou s'ils leur donnent envie d'en savoir plus à ce sujet.** Environ la moitié des répondants affirment que ces caractéristiques s'appliquent aux concepts.
- **Lorsqu'on leur demande ce qu'ils changeraient aux concepts pour les améliorer, une majorité relative de Canadiens estiment que les concepts devraient être laissés tels quels.** Parmi les autres réponses, fournies par un nombre beaucoup moins élevé de Canadiens, notons une meilleure explication, un meilleur scénario et la garantie du respect de la confidentialité et de la protection des renseignements personnels.
- **Malgré les évaluations extrêmement semblables fournies pour chaque concept, deux d'entre eux sont préférés par les répondants : « Raison » et « Responsabilité ».** Le tiers des Canadiens indiquent que les concepts « Raison » (33 %) et « Responsabilité » (32 %) sont les plus efficaces pour ce qui est d'encourager les gens à utiliser l'application et la fonction de code QR; ceux qui préfèrent les concepts « Résultat final » (20 %) ou « Collectivité » (16 %) sont en revanche moins nombreux.

Application Alerte COVID et codes QR

- **La plupart des Canadiens possèdent un modèle récent de téléphone cellulaire.** En effet, presque tous les répondants (86 %) possèdent un téléphone intelligent et, parmi eux, les trois quarts (77 %) ont un modèle produit au cours des cinq dernières années.
- **Les résultats du sondage indiquent que parmi les répondants qui possèdent un téléphone intelligent de moins de cinq ans, 40 % ont installé l'application Alerte COVID sur leur appareil.**
- **La majorité des Canadiens savent ce qu'est un code QR.** Le tiers des répondants (32 %) savent très bien ce que sont les codes QR, et 36 % connaissent plutôt bien cette fonction.
- **La moitié des répondants qui possèdent un téléphone intelligent (50 %) sont susceptibles d'utiliser l'application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsqu'ils entrent dans un commerce.** En revanche, 45 % des répondants affirment qu'il est peu probable qu'ils utilisent cette fonction.

- **Les répondants sont partagés quant à l'efficacité perçue de la nouvelle fonction pour aider à limiter la propagation de la COVID-19.** Environ la moitié des gens (49 %) croient que la fonction de code QR de l'application Alerte COVID sera utile pour freiner la propagation de la COVID-19.

Société responsable de la recherche :

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : HT372-204762/001/CY
Date d'attribution du contrat : Le 25 mars 2021

Par la présente, je certifie, en ma qualité de représentante pour la société Earnscliffe Research Group, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la politique de communication du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature : 

Date : Le 24 août 2021

Stephanie Constable
Partenaire, Earnscliffe

INTRODUCTION

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) a le plaisir de présenter à Santé Canada le présent rapport, qui vient résumer les résultats de son projet de recherche quantitative visant à explorer et à évaluer des concepts relatifs à l’application Alerte COVID.

Le 31 juillet 2020, Alerte COVID, une nouvelle application de notification à l’échelle nationale pouvant être téléchargée gratuitement, a été mise à la disposition des Canadiens et Canadiennes. L’application de notification d’exposition, développée en réponse à l’évolution rapide de la pandémie de COVID-19, avertit les personnes qui l’ont téléchargée en cas d’exposition potentielle à la COVID-19. Son utilisation est entièrement volontaire. Depuis son lancement, plusieurs nouvelles fonctions sont mises en œuvre dans le but d’améliorer son efficacité. Parmi ces nouvelles fonctions, notons la prise en charge prévue des codes QR, qui pourrait permettre aux utilisateurs de scanner un code QR à leur arrivée dans un commerce, un établissement ou un événement. Si un risque d’exposition est relevé à l’endroit en question, il sera indiqué comme tel par les autorités locales de santé publique et les utilisateurs ayant scanné le code QR au moment et à l’endroit de l’exposition recevront une notification ainsi que des directives sur la marche à suivre. La promotion de l’utilisation de l’application Alerte COVID et des codes QR associés pourrait aider à limiter la propagation du virus. Ce projet de recherche aidera à peaufiner les communications visant à faire connaître l’application Alerte COVID, à susciter l’intérêt à son endroit et à inciter les Canadiens et Canadiennes à l’utiliser.

Le projet de recherche a comme principal objectif de fournir à Santé Canada des renseignements sur la meilleure façon d’encourager l’utilisation et la fonctionnalité de l’application Alerte COVID. Pour atteindre cet objectif, Earnscliffe a été chargée de réaliser une recherche quantitative comportant un sondage en ligne auprès de 2 412 Canadiens âgés de 18 ans et plus.

Le sondage en ligne a été réalisé à l’aide du panel exclusif de Léger, notre partenaire pour la collecte de données. Le sondage, d’une durée moyenne de 13 minutes, s’est déroulé du 5 au 16 mai 2021 en français et en anglais. Les données ont été pondérées afin de refléter la composition démographique de la population canadienne âgée de 18 ans et plus. Puisque l’échantillon en ligne utilisé est composé de personnes s’étant originalement portées volontaires pour participer au panel, aucune estimation formelle de l’erreur d’échantillonnage ne peut être calculée, et les résultats obtenus ne peuvent être décrits comme étant statistiquement représentatifs de la population cible. Le traitement de l’échantillon non probabiliste est conforme aux Normes pour la recherche sur l’opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

Le rapport de méthodologie et le questionnaire sont annexés au présent rapport.

CONSTATATIONS DÉTAILLÉES

Le présent rapport quantitatif est divisé en deux parties : l’évaluation des concepts et les questions sur l’application Alerte COVID et les codes QR.

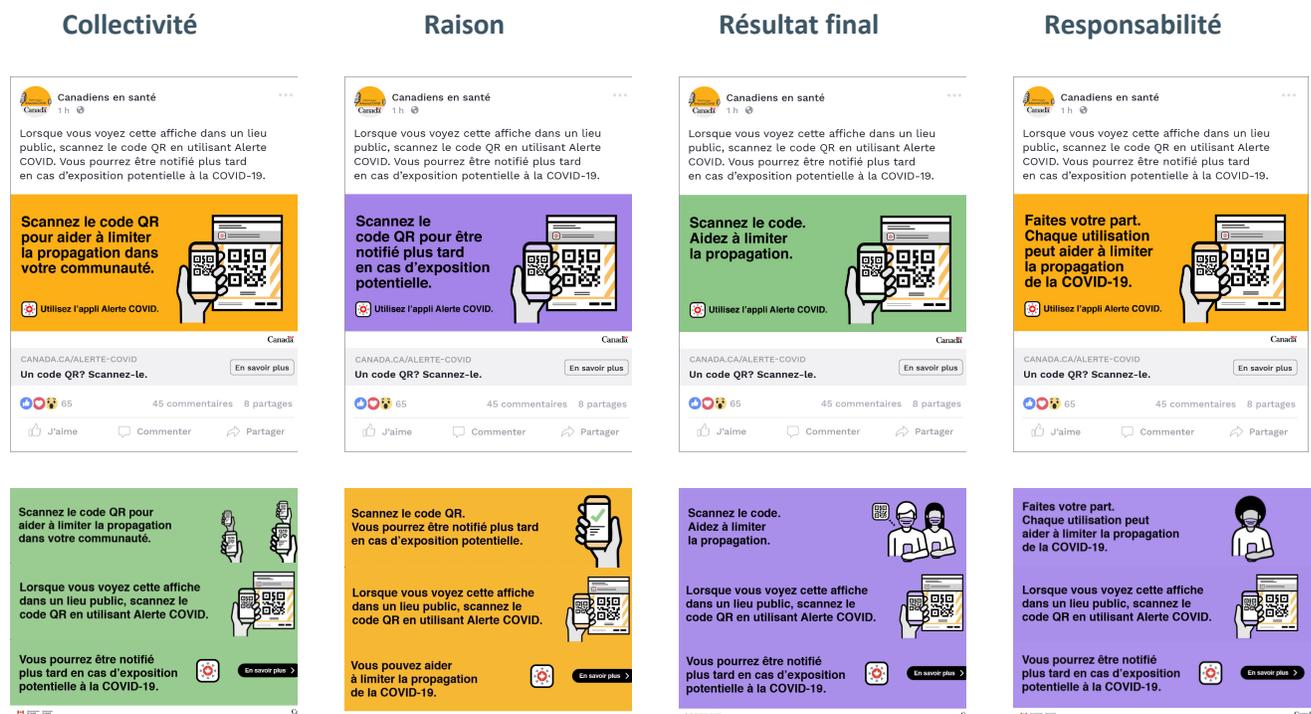
Sauf si expressément indiqué, les constatations représentent les résultats combinés, peu importe la population, l’emplacement ou la langue (français et anglais). Les résultats en gras mettent en évidence les

différences qui sont beaucoup plus marquées entre les sous-groupes démographiques. À moins d’indication contraire, les différences mises en évidence dans le texte du rapport sont statistiquement significatives à un niveau de confiance de 95 %. Le test statistique Z a été utilisé pour déterminer la portée des résultats. Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l’arrondissement des nombres.

Évaluation des concepts

Les répondants se sont vu présenter quatre ébauches de concepts de bannières et de publications pour les médias sociaux avant de devoir répondre à une série de questions visant à évaluer leurs réactions. Après avoir examiné les quatre concepts individuellement l’un après l’autre, ils ont été invités à sélectionner celui qui les encourage le plus à utiliser l’application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsqu’ils entrent dans un commerce ou un établissement.

Les répondants se sont vu présenter quatre concepts concernant la nouvelle fonction de code QR de l’application Alerte COVID. Pour chaque concept, une publicité pour les médias sociaux et une bannière publicitaire ont été présentées séparément. L’ordre de présentation des concepts était choisi au hasard. Pour chaque concept, les répondants devaient répondre à une série de questions visant à évaluer leur réaction globale, leur interprétation du message principal véhiculé et leur perception relative à une série de caractéristiques, puis suggérer des améliorations, le cas échéant. Après avoir évalué les concepts individuellement, les répondants ont été invités à sélectionner celui qui, à leur avis, les encourage le plus à utiliser l’application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsqu’ils entrent dans un commerce ou un établissement. Voici les quatre concepts évalués, ainsi que le nom utilisé pour chacun d’eux dans le présent rapport :



Comme il est présenté plus loin dans le présent rapport, les réactions aux quatre concepts sont très semblables. Par conséquent, nous commencerons par présenter les constatations tirées de la sélection du concept le plus efficace pour encourager les gens à télécharger et à utiliser l'application Alerte COVID.

Sélection du concept le plus efficace

Au moment de sélectionner le concept qui encourage le plus les gens à utiliser l'application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsqu'ils entrent dans un commerce ou un établissement, une majorité relative de ceux qui ont répondu à la question (76 % des répondants) a choisi l'un des deux concepts suivants : « Raison » (33 %) et « Responsabilité » (32 %). Cela dit, un répondant sur cinq (20 %) a choisi le concept « Résultat final » comme concept le plus efficace et 16 % des répondants ont choisi le concept « Collectivité ».

Tableau A1 : Q52. *Maintenant que vous avez vu les quatre (4) concepts, lequel vous semble le plus efficace pour vous encourager à utiliser l'application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsque vous entrez dans un commerce ou un lieu?*

Concept le plus efficace globalement	
Raison	33 %
Responsabilité	32 %
Résultat final	20 %
Collectivité	16 %

Les membres du groupe suivant sont les plus susceptibles de sélectionner le concept « Responsabilité » par rapport aux autres groupes de comparaison :

- Les personnes âgées de 65 ans et plus (**42 %**).

Les membres du groupe suivant sont les plus susceptibles de sélectionner le concept « Résultat final » par rapport aux autres groupes de comparaison :

- Les résidents du Québec (**26 %**).

Il convient également de souligner que les répondants indiquant qu'il est probable qu'ils utilisent la fonction de code QR lorsqu'ils entrent dans un commerce ou un établissement (dont il est question plus loin dans le présent rapport) sont plus susceptibles que les autres de préférer le concept « Responsabilité » (**36 %**). Toutefois, comme dans les autres sous-groupes analysés, les préférences demeurent partagées.

Réactions à chaque concept

Chaque concept sera analysé séparément dans l'ordre de préférence décrit ci-dessus.

Les résultats obtenus par chaque concept sont très semblables, et ce, pour toutes les questions. En outre, certains répondants ont une opinion très favorable des quatre concepts tandis d'autres ont une opinion très défavorable des quatre. Plus précisément, 12 % des répondants jugent chaque concept de façon très favorable et 8 % des répondants ont de chacun une opinion très défavorable. On pourrait en déduire que ces personnes maintiendront une opinion favorable ou défavorable à l'égard de n'importe quel concept utilisé pour faire la promotion de la fonction de code QR de l'application Alerte COVID. Cependant, même lorsque l'on retire ces personnes de l'analyse afin de mieux comprendre l'avis des répondants dont

l'opinion n'est pas aussi ferme et statique, le pourcentage de personnes qui jugent chaque concept de façon favorable demeure statistiquement inchangé (allant de 51 % à 54 %).

Il convient de noter que les concepts « Raison » et « Responsabilité » sont toujours ceux qui sont perçus les plus favorablement (bien que la différence ne soit pas considérable).

Raison

Parmi les répondants, 56 % perçoivent le concept « Raison » favorablement, que leur opinion soit très (23 %) ou plutôt favorable (33 %). À l'inverse, deux Canadiens sur dix (21 %) ont une opinion défavorable du concept.

Tableau A2 : Q16. Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?

Opinion : Raison	
Très favorable	23 %
Plutôt favorable	33 %
Ni favorable ni défavorable	20 %
Plutôt défavorable	9 %
Très défavorable	12 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	3 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Il existe une corrélation négative entre l'âge et l'opinion du concept. Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (**67 %**) et de 25 à 34 ans (**60 %**) sont beaucoup plus susceptibles de juger le concept favorablement que les adultes âgés de 35 à 54 ans (54 %), de 55 à 64 ans (53 %) et de 65 ans et plus (52 %).
- Les étudiants (**70 %**) réagissent plus favorablement au concept que tous les autres groupes de comparaison.

Pour chaque concept, les répondants devaient relever le principal message véhiculé. Le tiers des répondants (32 %) croient que le message principal du concept « Raison » est de scanner le code QR. Parmi les autres messages les plus souvent mentionnés, notons l'envoi de notifications sur la COVID-19 (19 %) et l'utilisation de l'application Alerte COVID (8 %). Les Canadiens sont moins nombreux à croire que le concept vise à inciter les gens à aider à ralentir la propagation de la COVID-19 (5 %).

Tableau A3 : Q17. Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept?

Message principal : Raison	
Scanner le code QR	32 %
Notification sur la COVID-19	19 %
Utiliser l'application/application sur la COVID-19	8 %
Aider à ralentir la propagation de la COVID-19	5 %
Perte de temps/d'argent	3 %
Bonne application/facile à utiliser	3 %
Problème de sécurité/de confidentialité	3 %
Fournir sa part d'efforts/agir de façon responsable	1 %
Autre	2 %
Aucun	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	15 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles (**36 %**) d'indiquer que le message principal est de scanner le code QR.
- Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (**40 %**) sont également plus susceptibles que les adultes plus âgés d'indiquer ce message.

Lorsqu'invités à indiquer dans quelle mesure certaines caractéristiques s'appliquent au concept, les répondants sont d'avis que certains éléments s'appliquent plus que d'autres. Assurément, le concept est facile à comprendre pour la plupart des répondants, les trois quarts (75 %) d'entre eux convenant qu'il est plutôt ou très facile à comprendre. La plupart des répondants estiment que le concept explique pourquoi ils doivent scanner un code QR (70 %), qu'il explique bien la fonction de code QR (64 %) et qu'il capte leur attention (60 %). Les opinions sont partagées quant à la pertinence du concept (52 %) et au fait qu'il donne envie d'en savoir plus (50 %), qu'il motive les gens à utiliser la fonction de code QR (49 %) et qu'il augmente l'intérêt pour l'application Alerte COVID (48 %).

Tableau A4 : Q18-25. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept.

Élément : Raison	Très grande mesure	Certaine mesure	Faible mesure	Aucunement	Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
Est facile à comprendre	37 %	38 %	12 %	9 %	4 %
Explique pourquoi je dois scanner un code QR	34 %	37 %	14 %	12 %	4 %
Explique bien la fonction de code QR	28 %	37 %	18 %	14 %	4 %
Capte mon attention	24 %	36 %	19 %	17 %	3 %
Est pertinent pour moi	22 %	30 %	18 %	25 %	4 %
Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID	19 %	29 %	20 %	28 %	4 %
Me motive à utiliser la fonction de code QR	19 %	29 %	20 %	28 %	4 %
Me donne envie d'en savoir plus	18 %	31 %	21 %	25 %	3 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles de dire que le concept explique pourquoi les gens doivent scanner un code QR (**73 %**), qu'il capte leur attention (**63 %**) et qu'il leur donne envie d'en savoir plus (**52 %**).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans sont plus susceptibles que ceux qui sont plus âgés de trouver que chacun des éléments présentés s'applique au concept.
- Les résidents du Québec sont moins susceptibles que ceux des autres provinces et territoires d'indiquer que les éléments présentés s'appliquent bien au concept, et ce, pour presque toutes les caractéristiques.

Près de six Canadiens sur dix (57 %) estiment qu'il serait approprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept, tandis que près du quart (23 %) pensent le contraire.

Tableau A5 : Q26. *Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?*

Caractère approprié : Raison	
Approprié	57 %
Inappropriée	23 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	20 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les hommes sont plus susceptibles de trouver inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept (**25 %**).
- Les répondants du Québec sont également plus susceptibles (**26 %**) de dire que l'utilisation de ce concept ne convient pas pour le gouvernement du Canada.
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (**72 %**) et ceux âgés de 25 à 34 ans (**66 %**) sont plus susceptibles que les personnes plus âgées de dire que l'utilisation de ce concept serait appropriée pour le gouvernement du Canada.
- Les trois quarts (**74 %**) des étudiants indiquent que le concept serait approprié pour le gouvernement du Canada. En revanche, les travailleurs autonomes croient davantage que le concept serait inapproprié (**34 %**).

Lorsqu'invités à indiquer ce qui pourrait améliorer le concept, une majorité relative (30 %) des répondants estiment qu'il vaut mieux le laisser tel quel. Quatorze pour cent (14 %) des répondants indiquent quant à eux que le concept pourrait être amélioré au moyen d'une meilleure explication ou de plus amples renseignements. Toutes les autres réponses sont collectivement mentionnées par moins de 10 % des répondants.

Tableau A6 : Q27. *Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant?*

Améliorations : Raison	
Le laisser tel quel	30 %
Meilleure explication/plus de renseignements	14 %
Aucun intérêt/gaspillage d'argent	8 %
Préfère une autre solution	8 %
Accessibilité (pas de téléphone intelligent ni d'application)	7 %
Meilleur style	5 %
Meilleur scénario/trop verbeux	3 %
Assurance de la confidentialité et de la protection des renseignements personnels	2 %
Autre	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	23 %

D’importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 55 ans et plus sont plus susceptibles de mentionner les problèmes d’accessibilité, notamment pour les gens qui ne possèdent pas de téléphone intelligent (**12 %** chez les 55 à 64 ans; **13 %** chez les 65 ans et plus).
- Les retraités sont également plus susceptibles d’indiquer des problèmes d’accessibilité (**13 %**).

Responsabilité

Plus de la moitié des Canadiens (55 %) réagissent favorablement au concept « Responsabilité ». Les répondants sont aussi plus nombreux à avoir du concept une opinion très favorable (23 %) que très ou plutôt défavorable (22 %).

Tableau A7 : Q40. *Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?*

Opinion : Responsabilité	
Très favorable	23 %
Plutôt favorable	32 %
Ni favorable ni défavorable	20 %
Plutôt défavorable	10 %
Très défavorable	12 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	3 %

D’importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (**65 %**) sont plus susceptibles que les membres des autres groupes d’âge d’avoir une opinion favorable du concept.
- À raison de six répondants sur dix (**62 %**), les résidents des provinces de l’Atlantique ont une opinion plus favorable du concept que ceux des autres régions.
- Les employés à temps plein (**56 %**) et à temps partiel (**60 %**) de même que les étudiants (**69 %**) réagissent plus favorablement au concept que les retraités (51 %), les travailleurs autonomes (44 %) et les personnes sans emploi (48 %).

Lorsqu’il s’agit d’indiquer le message principal véhiculé par le concept, le quart (26 %) des Canadiens estiment qu’il est question de scanner un code QR. Le deuxième message le plus souvent mentionné est le fait de fournir sa part d’efforts et d’agir de façon responsable (15 %), suivi de près par les notifications sur la COVID-19 (14 %). Les Canadiens sont moins nombreux à croire que le concept tente de promouvoir l’utilisation de l’application Alerte COVID (8 %) ou d’encourager les gens à contribuer à freiner la propagation de la COVID-19 (6 %).

Tableau A8 : Q41. *Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept?*

Message principal : Responsabilité	
Scanner le code QR	26 %
Fournir sa part d'efforts/agir de façon responsable	15 %
Notification sur la COVID-19	14 %
Utiliser l'application/application sur la COVID-19	8 %
Aider à ralentir la propagation de la COVID-19	6 %
Perte de temps/d'argent	3 %
Problème de sécurité/de confidentialité	2 %
Bonne application/facile à utiliser	2 %
Autre	2 %
Aucun	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	13 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 55 à 64 ans (**19 %**) et ceux âgés de 65 ans et plus (**17 %**) sont plus susceptibles que les personnes plus jeunes d'interpréter le message principal comme portant sur les notifications sur la COVID-19.
- Les résidents des provinces de l'Atlantique (**23 %**) sont aussi plus susceptibles de croire que le message de ce concept porte sur les notifications sur la COVID-19 que ceux des autres provinces et territoires.

La majorité des répondants, soit les trois quarts (73 %), estiment que le concept est facile à comprendre. Six ou sept répondants sur dix trouvent que le concept explique bien pourquoi ils doivent scanner un code QR (69 %), qu'il explique bien la fonction de code QR (63 %) et qu'il capte leur attention (61 %). Les opinions sont toutefois partagées en ce qui concerne la pertinence du concept (52 %) ainsi que le fait qu'il donne envie d'en savoir plus (48 %), qu'il motive les gens à utiliser la fonction de code QR (48 %) ou qu'il augmente l'intérêt pour l'application Alerte COVID (47 %).

Tableau A9 : Q42-49. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept.

Élément : Responsabilité	Très grande mesure	Certaine mesure	Faible mesure	Aucunement	Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
Est facile à comprendre	37 %	37 %	13 %	10 %	4 %
Explique pourquoi je dois scanner un code QR	31 %	37 %	14 %	14 %	4 %
Explique bien la fonction de code QR	26 %	36 %	19 %	15 %	4 %
Capte mon attention	25 %	36 %	20 %	17 %	3 %
Est pertinent pour moi	22 %	30 %	18 %	25 %	4 %
Me motive à utiliser la fonction de code QR	20 %	28 %	20 %	28 %	4 %
Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID	19 %	28 %	21 %	28 %	4 %
Me donne envie d'en savoir plus	18 %	30 %	23 %	26 %	4 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles de trouver que le concept est facile à comprendre (**75 %**), qu'il explique pourquoi les gens doivent scanner un code QR (**72 %**), qu'il capte leur attention (**63 %**) et qu'il est pertinent (**54 %**).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans sont plus susceptibles que les Canadiens plus âgés d'être d'accord avec le fait que le concept est facile à comprendre (**82 %**), qu'il capte leur attention (**72 %**), qu'il est pertinent pour eux (**67 %**) et qu'il les motive à utiliser la nouvelle fonction (**59 %**).
- Les résidents des provinces de l'Atlantique sont plus susceptibles que ceux des autres régions de dire que le concept les motive à utiliser la fonction de code QR (**58 %**).
- Les étudiants sont plus susceptibles d'être d'accord avec le fait que le concept est pertinent (**68 %**), qu'il les motive à utiliser la fonction de code QR (**60 %**) et qu'il leur donne envie d'en savoir plus (**59 %**) que tous les autres groupes de comparaison.

Plus de la moitié (56 %) des Canadiens estiment qu'il serait approprié pour le gouvernement du Canada d'utiliser le concept, tandis que le quart (24 %) trouvent que cela serait inapproprié.

Tableau A10 : Q50. Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Caractère approprié : Responsabilité	
Approprié	56 %
Inappropriée	24 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	19 %

Les Canadiens qui sont plus susceptibles de penser que ce serait approprié sont:

- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**67 %**).
- Les employés à temps plein (**61 %**) et les étudiants (**68 %**).

Les Canadiens qui sont plus susceptibles de penser que ce serait inapproprié sont :

- Les hommes (**26 %**).
- Les personnes âgées de 55 à 64 ans (**30 %**).
- Les résidents du Québec (**30 %**).
- Les travailleurs autonomes (**32 %**) et les retraités (**29 %**).

Une majorité relative de répondants (29 %) sont d'avis que le gouvernement du Canada devrait laisser le concept tel quel. Quatorze pour cent (14 %) des répondants indiquent quant à eux que le concept pourrait être amélioré au moyen d'une meilleure explication ou de plus amples renseignements. Toutes les autres réponses sont collectivement mentionnées par moins de 10 % des répondants. Cependant, certaines personnes trouvent qu'un meilleur scénario (5 %) ou un meilleur style (4 %) permettraient d'améliorer le concept.

Tableau A11 : Q51. *Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant?*

Améliorations : Responsabilité	
Le laisser tel quel	29 %
Meilleure explication/plus de renseignements	14 %
Aucun intérêt/gaspillage d'argent	8 %
Préfère une autre solution	8 %
Accessibilité (pas de téléphone intelligent ni d'application)	6 %
Meilleur scénario/trop verbeux	5 %
Meilleur style	4 %
Assurance de la confidentialité et de la protection des renseignements personnels	2 %
Autre	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	23 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 65 ans et plus sont plus susceptibles (**13 %**) de mentionner des problèmes d'accessibilité (comme le fait de ne pas avoir de téléphone intelligent).
- Les retraités sont également plus susceptibles d'indiquer des problèmes d'accessibilité (**11 %**) que les autres répondants.

Résultat final

Plus de la moitié des Canadiens (54 %) réagissent favorablement au concept « Résultat final ». Les répondants sont aussi plus nombreux à avoir du concept une opinion très favorable (23 %) que très ou plutôt défavorable (21 %).

Tableau A12 : Q28. *Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?*

Opinion : Résultat final	
Très favorable	23 %
Plutôt favorable	31 %
Ni favorable ni défavorable	21 %
Plutôt défavorable	10 %
Très défavorable	12 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	4 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (**64 %**) sont plus susceptibles que les répondants plus âgés d'avoir une opinion favorable du concept.
- Les étudiants, à raison de sept sur dix (**71 %**), sont aussi plus susceptibles de réagir favorablement au concept que tous les autres groupes de comparaison.

Trois Canadiens sur dix (31 %) croient que le message principal du concept « Résultat final » consiste à scanner le code QR. Parmi les autres interprétations répandues, notons les notifications sur la COVID-19 (17 %), une incitation à aider à ralentir la propagation de la COVID-19 (9 %) et l'utilisation de l'application Alerte COVID (8 %).

Tableau A13 : Q29. *Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept?*

Message principal : Résultat final	
Scanner le code QR	31 %
Notification sur la COVID-19	17 %
Aider à ralentir la propagation de la COVID-19	9 %
Utiliser l'application/application sur la COVID-19	8 %
Perte de temps/d'argent	3 %
Bonne application/facile à utiliser	3 %
Problème de sécurité/de confidentialité	2 %
Fournir sa part d'efforts/agir de façon responsable	2 %
Autre	2 %
Aucun	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	15 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les résidents des provinces de l'Atlantique (**27 %**) sont plus susceptibles que les Canadiens des autres régions de croire que le concept porte principalement sur les notifications sur la COVID-19.

Environ sept répondants sur dix estiment que le concept est facile à comprendre (72 %) et qu'il explique pourquoi les codes QR doivent être scannés (67 %). La majorité des répondants sont aussi d'avis que le concept explique bien la fonction de code QR (62 %) et qu'il capte leur attention (58 %). Les opinions sont partagées quant aux autres éléments analysés, notamment en ce qui concerne la pertinence du concept (53 %) ainsi que le fait qu'il donne envie d'en savoir plus (48 %), qu'il motive les gens à utiliser la fonction de code QR (48 %) et qu'il augmente l'intérêt pour l'application Alerte COVID (47 %).

Tableau A14 : Q30-37. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept.

Élément : Résultat final	Très grande mesure	Certaine mesure	Faible mesure	Aucunement	Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
Est facile à comprendre	35 %	37 %	14 %	10 %	3 %
Explique pourquoi je dois scanner un code QR	32 %	35 %	16 %	13 %	4 %
Explique bien la fonction de code QR	27 %	35 %	19 %	15 %	4 %
Capte mon attention	23 %	35 %	21 %	18 %	3 %
Est pertinent pour moi	21 %	32 %	18 %	25 %	4 %
Me motive à utiliser la fonction de code QR	19 %	29 %	20 %	28 %	4 %
Me donne envie d'en savoir plus	18 %	30 %	22 %	26 %	4 %
Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID	18 %	29 %	21 %	29 %	4 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles de dire que le concept explique pourquoi les gens doivent scanner un code QR (**69 %**), qu'il capte leur attention (**61 %**) et qu'il leur donne envie d'en savoir plus (**50 %**).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans sont plus susceptibles que les membres des autres groupes d'âge d'être d'accord avec le fait que le concept est pertinent (**69 %**), qu'il leur donne envie d'en savoir plus (**61 %**) et qu'il les motive à utiliser la fonction de code QR (**59 %**).
- Lorsque l'on analyse les différentes situations d'emploi, les étudiants sont les plus susceptibles de trouver que le concept est pertinent (**73 %**), qu'il leur donne envie d'en savoir plus (**65 %**), qu'il les motive à utiliser la fonction de code QR (**65 %**) et qu'il augmente leur intérêt pour l'application Alerte COVID (**61 %**).

Plus de la moitié (56 %) des Canadiens estiment qu'il serait approprié pour le gouvernement du Canada d'utiliser le concept, tandis que le quart (24 %) trouvent que cela serait inapproprié.

Tableau A15 : Q38. Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Caractère approprié : Résultat final	
Approprié	56 %
Inappropriée	24 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	20 %

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles d'indiquer qu'une telle serait appropriée :

- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**67 %**).
- Les étudiants (**73 %**).

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles d'indiquer qu'une telle utilisation serait inappropriée :

- Les hommes (**26 %**).
- Les Canadiens âgés de 55 à 64 ans (**30 %**) et de 65 ans et plus (**26 %**).
- Les travailleurs autonomes (**35 %**).

Lorsqu'invités à indiquer ce qui pourrait améliorer le concept, une majorité relative (28 %) des répondants estiment qu'il vaut mieux le laisser tel quel. Quinze pour cent (15 %) des répondants indiquent quant à eux que le concept pourrait être amélioré par une meilleure explication ou de plus amples renseignements. Toutes les autres réponses sont mentionnées par moins de 10 % des répondants.

Tableau A16 : Q39. *Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant?*

Améliorations : Résultat final	
Le laisser tel quel	28 %
Meilleure explication/plus de renseignements	15 %
Aucun intérêt/gaspillage d'argent	8 %
Préfère une autre solution	7 %
Accessibilité (pas de téléphone intelligent ni d'application)	7 %
Meilleur style	6 %
Meilleur scénario/trop verbeux	3 %
Assurance de la confidentialité et de la protection des renseignements personnels	2 %
Autre	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	22 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 65 ans et plus et, dans une moindre mesure, ceux âgés de 55 à 64 ans sont plus susceptibles de mentionner les problèmes d'accessibilité, notamment pour les gens qui ne possèdent pas de téléphone intelligent (**13 %** et **10 %**, respectivement).
- Les retraités sont également plus susceptibles d'indiquer des problèmes d'accessibilité (**12 %**) que les autres répondants.

Collectivité

Plus de la moitié des Canadiens (53 %) réagissent favorablement au concept « Collectivité ». Les répondants sont aussi plus nombreux à avoir du concept une opinion très favorable (23 %) que très ou plutôt défavorable (22 %).

Tableau A17 : Q4. *Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?*

Opinion : Collectivité	
Très favorable	23 %
Plutôt favorable	31 %
Ni favorable ni défavorable	21 %
Plutôt défavorable	10 %
Très défavorable	12 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	4 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles d'avoir une opinion favorable du concept (**56 %**).
- Il existe une corrélation négative entre l'âge et l'opinion du concept. En effet, les jeunes adultes âgés de 18 à 24 ans (**66 %**) sont beaucoup plus susceptibles de juger le concept favorablement que les adultes âgés de 65 ans et plus (48 %).
- Les employés à temps plein et à temps partiel (**57 %**) de même que les étudiants (**66 %**) réagissent plus favorablement au concept que les retraités (48 %), les travailleurs autonomes (47 %) et les personnes sans emploi (45 %).

Après avoir examiné le concept, les répondants devaient relever le principal message véhiculé. Trois Canadiens sur dix (29 %) croient que le message principal consiste à scanner un code QR. Parmi les autres messages les plus souvent mentionnés, notons l'envoi de notifications sur la COVID-19 (14 %) et le fait d'aider à ralentir la propagation de la COVID-19 (12 %). Les Canadiens sont moins nombreux à croire que le concept tente de promouvoir l'utilisation de l'application Alerte COVID (8 %) ou d'encourager les gens à fournir leur part d'efforts ou à agir de façon responsable (4 %).

Tableau A18 : Q5. *Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept?*

Message principal : Collectivité	
Scanner le code QR	29 %
Notification sur la COVID-19	14 %
Aider à ralentir la propagation de la COVID-19	12 %
Utiliser l'application/application sur la COVID-19	8 %
Fournir sa part d'efforts/agir de façon responsable	4 %
Perte de temps/d'argent	3 %
Bonne application/facile à utiliser	3 %
Problème de sécurité/de confidentialité	3 %
Autre	2 %
Aucun	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	14 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les résidents du Québec sont plus susceptibles de croire que le concept porte principalement sur les notifications sur la COVID-19 (**18 %**) et moins susceptibles de croire que le message consiste à scanner un code QR que les Canadiens des autres régions.

Lorsqu'invités à indiquer dans quelle mesure certains éléments s'appliquent selon eux au concept, les répondants sont d'avis que certains éléments s'appliquent plus que d'autres. Assurément, le concept est facile à comprendre pour la plupart des répondants, les trois quarts (73 %) convenant qu'il est très ou plutôt facile à comprendre. La plupart des répondants estiment que le concept explique pourquoi ils doivent scanner un code QR (69 %), qu'il explique bien la fonction de code QR (62 %) et qu'il capte leur attention (59 %). Les opinions sont partagées quant à la pertinence du concept (53 %) et au fait qu'il donne envie d'en savoir plus (48 %), qu'il augmente l'intérêt pour l'application Alerte COVID (48 %) et qu'il motive les gens à utiliser la fonction de code QR (47 %).

Tableau A19 : Q6-13. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept.

Élément : Collectivité	Très grande mesure	Certaine mesure	Faible mesure	Aucunement	Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre
Est facile à comprendre	35 %	38 %	13 %	11 %	3 %
Explique pourquoi je dois scanner un code QR	32 %	37 %	15 %	13 %	3 %
Explique bien la fonction de code QR	26 %	36 %	20 %	15 %	4 %
Capte mon attention	23 %	36 %	20 %	18 %	3 %
Est pertinent pour moi	23 %	30 %	18 %	25 %	4 %
Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID	19 %	29 %	20 %	29 %	4 %
Me motive à utiliser la fonction de code QR	19 %	28 %	20 %	29 %	4 %
Me donne envie d'en savoir plus	18 %	30 %	23 %	25 %	4 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les femmes sont plus susceptibles de trouver que le concept est facile à comprendre (**75 %**), qu'il explique pourquoi les gens doivent scanner un code QR (**71 %**) et qu'il capte leur attention (**62 %**).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans sont plus susceptibles que ceux qui sont plus âgés de trouver que chacun des éléments présentés s'applique au concept.
- Les résidents du Québec sont moins susceptibles que ceux des autres provinces et territoires d'indiquer que les éléments présentés s'appliquent bien au concept, et ce, pour presque toutes les caractéristiques.

Plus de la moitié (57 %) des Canadiens estiment qu'il serait approprié pour le gouvernement du Canada d'utiliser le concept, tandis que le quart (24 %) trouvent que cela serait inapproprié.

Tableau A20 : Q14. Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Caractère approprié : Collectivité	
Approprié	57 %
Inappropriée	24 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	20 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les hommes sont plus susceptibles de trouver inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept (**26 %**).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (**72 %**) sont plus susceptibles que les personnes plus âgées de dire que l'utilisation de ce concept serait appropriée pour le gouvernement du Canada.
- Les trois quarts (**74 %**) des étudiants indiquent que le concept serait approprié pour le gouvernement du Canada.

Lorsqu'invités à indiquer ce qui pourrait améliorer le concept, une majorité relative (29 %) des répondants estiment qu'il vaut mieux le laisser tel quel. Quinze pour cent (15 %) des répondants indiquent quant à eux que le concept pourrait être amélioré par une meilleure explication ou de plus amples renseignements. Toutes les autres réponses sont mentionnées par moins de 10 % des répondants.

Tableau A21 : Q15. *Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant?*

Améliorations : Collectivité	
Le laisser tel quel	29 %
Meilleure explication/plus de renseignements	15 %
Aucun intérêt/gaspillage d'argent	9 %
Préfère une autre solution	7 %
Accessibilité (pas de téléphone intelligent ni d'application)	6 %
Meilleur style	5 %
Meilleur scénario/trop verbeux	3 %
Assurance de la confidentialité et de la protection des renseignements personnels	2 %
Autre	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	23 %

D'importantes différences démographiques ont été observées :

- Les Canadiens âgés de 65 ans et plus et, dans une moindre mesure, ceux âgés de 55 à 64 ans sont plus susceptibles de mentionner les problèmes d'accessibilité, notamment pour les gens qui ne possèdent pas de téléphone intelligent (**13 %** et **9 %**, respectivement).
- Les Albertains sont également plus susceptibles d'indiquer des problèmes d'accessibilité (**11 %**) que les résidents des autres régions.

Application Alerte COVID et codes QR

Les répondants se sont ensuite vu poser diverses questions concernant la possession d'un téléphone intelligent et la probabilité d'utiliser l'application Alerte COVID.

Une majorité écrasante de Canadiens possèdent un téléphone intelligent (86 %).

Tableau A22 : Q53. *Possédez-vous un téléphone intelligent?*

Possession d'un téléphone intelligent	
Oui.	86 %
Non	12 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	1 %

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles de posséder un téléphone intelligent :

- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**97 %**) et de 25 à 34 ans (**96 %**).
- Les personnes dont le revenu annuel est de 80 000 \$ à moins de 100 000 \$ (**91 %**) et de 100 000 \$ ou plus (**94 %**).
- Les étudiants (**97 %**) et les employés à temps plein (**94 %**).

Parmi les détenteurs d'un téléphone intelligent, les trois quarts (77 %) possèdent un modèle de moins de cinq ans. En extrapolant ces résultats à l'ensemble de la population, on constate que les deux tiers des Canadiens (67 %) possèdent un modèle récent de téléphone cellulaire. On peut ainsi conclure qu'au moins les deux tiers des Canadiens pourraient avoir accès à l'application Alerte COVID s'ils le voulaient.

Tableau A23 : Q54. [CEUX QUI POSSÈDENT UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT] La version de votre téléphone intelligent a-t-elle moins de cinq ans?

Âge du téléphone intelligent	
Oui.	77 %
Non	19 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	4 %

Les membres du groupe suivant sont plus susceptibles de posséder un téléphone intelligent récent :

- Les résidents du Québec (**84 %**).

Les répondants disant posséder un téléphone intelligent de moins de cinq ans ont été invités à indiquer s'ils ont installé l'application Alerte COVID; quatre personnes sur dix (40 %) ont répondu par l'affirmative.

Tableau A24 : Q55. [CEUX QUI POSSÈDENT UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT DE MOINS DE CINQ ANS] L'application Alerte COVID est-elle actuellement installée sur votre téléphone intelligent?

Utilisateurs de l'application Alerte COVID	
Oui.	40 %
Non	59 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	1 %

Les membres du groupe suivant sont plus susceptibles d'avoir installé l'application Alerte COVID sur leur téléphone intelligent :

- Les personnes âgées de 65 ans et plus (**47 %**).

Afin de déterminer si les Canadiens savent ce que sont les codes QR, on a demandé à tous les répondants d'indiquer leur niveau de familiarité avec cette fonction. La majorité des répondants affirment savoir ce que sont les codes QR, mais seulement le tiers des gens (32 %) disent que cette fonction leur est très familière. Cependant, 14 % des Canadiens ne savent pas ce qu'est un code QR.

Tableau A25 : Q56. Dans quelle mesure êtes-vous familier avec les codes QR?

Familiarité avec les codes QR	
Très familier	32 %
Assez familier	36 %
Pas très familier	17 %
Pas du tout familier	14 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	1 %

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles de dire que les codes QR leur sont familiers :

- Les hommes (**74 %**).
- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**90 %**) et de 25 à 34 ans (**83 %**). Il convient de noter qu'il existe une corrélation négative entre la familiarité avec les codes QR et l'âge.
- Les résidents de l'Alberta (**79 %**).
- Les personnes dont le revenu annuel est de 80 000 \$ à moins de 100 000 \$ (**74 %**) et de 100 000 \$ ou plus (**80 %**).
- Les étudiants (**89 %**) et les employés à temps plein (**79 %**).

La moitié des détenteurs d'un téléphone intelligent (50 %) affirment qu'ils se serviraient de l'application Alerte COVID pour scanner des codes QR lorsqu'ils entrent dans des commerces ou des établissements, dont deux sur dix (20 %) disant qu'ils sont très susceptibles de le faire. En revanche, 45 % des membres de ce groupe indiquent qu'il est peu probable qu'ils scannent un code QR en entrant dans un commerce ou un établissement et 5 % sont indécis. Il est possible de conclure que les personnes qui utilisent actuellement l'application Alerte COVID (40 % des détenteurs d'un téléphone intelligent récent) se serviraient de la nouvelle fonction, ce qui est encourageant. Toutefois, il reste à voir si la nouvelle fonction augmentera l'utilisation globale de l'application au sein de la population canadienne.

Tableau A26 : Q57. [CEUX QUI POSSÈDENT UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT] Dans quelle mesure est-il probable que vous utilisiez l'application Alerte COVID afin de scanner les codes QR lorsque vous entrez dans un commerce ou un lieu?

Probabilité d'utiliser l'application Alerte COVID ou les codes QR au moment d'entrer dans un commerce ou un établissement	
Très probable	20 %
Plutôt probable	30 %
Pas très probable	22 %
Pas du tout probable	23 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	5 %

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles d'utiliser l'application Alerte COVID pour scanner des codes QR :

- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**60 %**).
- Les étudiants (**63 %**).

Finalement, les répondants devaient indiquer la probabilité que la fonction de code QR aide à limiter la propagation de la COVID-19, et la moitié des Canadiens (49 %) estiment qu'elle serait utile à cette fin. Quatre répondants sur dix (40 %) trouvent peu probable que la nouvelle fonction aide à ralentir la propagation du virus, tandis que 11 % se disent incertains à ce sujet. Fait intéressant, le pourcentage de Canadiens qui sont convaincus que la fonction de code QR s'avérera très utile (15 %) est presque identique au pourcentage de répondants qui croient qu'elle ne sera pas du tout utile (17 %); la majorité (57 %) se situe quelque part au milieu.

Tableau A28 : Q59. *Dans quelle mesure croyez-vous que la fonction de code QR sera utile pour limiter la propagation de la COVID-19?*

Utilité de la fonction de code QR pour ralentir la propagation de la COVID-19	
Très utile	15 %
Plutôt utile	34 %
Pas très utile	23 %
Pas du tout utile	17 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	11 %

Les membres des groupes suivants sont plus susceptibles de croire que la nouvelle fonction aidera à ralentir la propagation de la COVID-19 :

- Les personnes âgées de 18 à 24 ans (**58 %**).
- Les résidents des provinces de l’Atlantique (**60 %**).
- Les étudiants (**59 %**).

CONCLUSIONS

La recherche avait en partie comme objectif d'aider à déterminer le concept publicitaire que les Canadiens jugent le plus convaincant. Les quatre concepts évalués, « Collectivité », « Raison », « Résultat final » et « Responsabilité », ont obtenu des résultats très semblables pour ce qui est de l'opinion globale à leur sujet, des impressions et attitudes concernant leur clarté et leur capacité à attirer l'attention, de même que du caractère approprié de leur utilisation par le gouvernement du Canada. Cependant, les concepts « Raison » et « Responsabilité » l'emportent lorsque les répondants doivent choisir celui qui encouragerait le plus les gens à télécharger et à utiliser l'application Alerte COVID.

Compte tenu des résultats généralement semblables, on peut déduire qu'il n'y aura probablement aucune différence dans l'efficacité perçue des quatre concepts. En effet, la recherche permet de démontrer que la nouvelle fonction de code QR est susceptible d'être utilisée par les utilisateurs actuels de l'application Alerte COVID. Cependant, l'adoption globale de l'application chez les Canadiens ne sera probablement pas influencée de façon importante par l'ajout de la nouvelle fonction. Lorsqu'on leur demande si le concept est pertinent, s'il augmente leur intérêt pour l'application Alerte COVID, s'il les motive ou s'il leur donne envie d'en savoir plus, les Canadiens ont des opinions nettement partagées. Cela pourrait constituer un obstacle à l'adoption de l'application et à l'utilisation de la fonction de code QR.

L'accessibilité, en revanche, ne constitue pas un obstacle important pour les Canadiens. En fait, la plupart des Canadiens possèdent un téléphone intelligent et connaissent bien les codes QR. Ce qui est plus susceptible d'être problématique est la perception selon laquelle la fonction de code QR aura une réelle incidence dans la lutte contre la COVID-19. Certaines personnes appuient ces concepts quoi qu'il en soit, tandis que d'autres s'y opposent. Par conséquent, les efforts déployés à l'endroit de ces groupes ne changeront probablement pas les choses. Les efforts devraient plutôt être dirigés vers les Canadiens qui ont des opinions moins tranchées, ceux qui ne sont pas convaincus de l'efficacité globale de l'application et de la nouvelle fonction.

Selon cette étude quantitative, la plupart des Canadiens jugent que les concepts devraient être laissés tels quels ou ne savent pas ce qui pourrait les rendre plus convaincants. Le concept « Raison » est toutefois le seul dont le message est sans équivoque : scannez le code QR pour être averti d'une éventuelle exposition. Il serait utile d'évaluer si ce type de message est plus motivant, puisqu'il n'implique pas de croire que la fonction aidera à ralentir la propagation de la COVID-19.

ANNEXE A : RAPPORT DE MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE

Méthodologie du sondage

L'approche globale adoptée par Earncliffe Strategy Group dans le cadre de l'étude consistait à réaliser un sondage en ligne auprès de 2 412 Canadiens âgés de 18 ans et plus provenant d'un panel en ligne. Elle est décrite de façon détaillée ci-dessous.

Conception du questionnaire

Le questionnaire de cette étude a été conçu par Earncliffe, en collaboration avec Santé Canada, puis confié à Léger pour le travail sur le terrain. Le sondage a été présenté aux répondants en français et en anglais et a été rempli en fonction des préférences linguistiques de chacun. Les répondants ne pouvaient sauter de question et devaient répondre à chacune pour pouvoir passer à la suivante.

Conception, sélection et pondération de l'échantillon

La stratégie d'échantillonnage de l'étude a été élaborée par Earncliffe en collaboration avec Santé Canada. La recherche quantitative consistait en un sondage en ligne mené auprès de 2 412 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Le sondage en ligne a été réalisé à l'aide du panel exclusif de Léger, notre partenaire pour la collecte de données. Des quotas ont été établis en fonction du genre, de l'âge et de la région. Les données définitives ont aussi été pondérées afin de reproduire la répartition réelle des Canadiens âgés de 18 ans et plus par région, âge et genre, selon les plus récentes données de recensement (2016).

Collecte des données

Le sondage en ligne s'est déroulé en français et en anglais du 5 au 16 mai. Il a été mené par Léger à l'aide de son panel en ligne exclusif.

Rapport

Les résultats présentés en gras dans le présent rapport mettent en évidence les différences qui sont beaucoup plus marquées entre les groupes démographiques analysés. À moins d'indication contraire, les différences mises en évidence dans le texte du rapport sont statistiquement significatives à un niveau de confiance de 95 %. Le test statistique Z a été utilisé pour déterminer la portée des résultats.

Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l'arrondissement des nombres.

Contrôles de qualité

La qualité du panel de Léger est activement surveillée au moyen d'un certain nombre de mesures (dactyloscopie numérisée, mesures de qualité dans les sondages, exigences pour l'obtention des incitatifs, etc.) pour s'assurer que les réponses sont uniquement recueillies auprès de membres canadiens légitimes du panel. Le lien menant au sondage est vérifié à plusieurs reprises avant qu'un pré-lancement complet ne soit effectué dans les deux langues. Les données du pré-lancement sont analysées de façon approfondie et toutes les modifications nécessaires sont apportées avant que les liens ne soient testés de nouveau et que le sondage ne soit lancé en entier.

Résultats

DERNIÈRES DISPOSITIONS

Au total, 4 417 personnes ont accédé au sondage en ligne; 2 412 d'entre elles étaient admissibles et ont achevé le sondage. Le taux de réponse pour ce sondage est de 23,4 %.

Nombre total de personnes ayant accédé au sondage	4 417
Sondages achevés	2 412
Répondants non admissibles/éliminés	5
Quota atteint	500
Interruptions/abandons	1 500

Non résolus (U)	8 058
Invitations par courriel retournées	73
Invitations par courriel sans réponse	7 985
Admissibles sans réponse (IS)	1 500
Aucune réponse de la part de répondants admissibles	S. O.
Refus du répondant	S. O.
Problème de langue	S. O.
Répondants choisis non disponibles	S. O.
Répondants admissibles, mais qui ont abandonné	1 500
Admissibles avec réponse (R)	2 917
Sondages terminés non admissibles – quota atteint	500
Sondages terminés non admissibles – autres raisons	5
Sondages terminés	2 412
Taux de réponse = $R/(U + IS + R)$	23,4 %

NON-RÉPONSE

Les répondants au sondage en ligne ont été sélectionnés à partir d'une liste de personnes ayant accepté de participer à des sondages en ligne en s'inscrivant à un panel à participation volontaire. La notion de non-réponse est ainsi plus complexe que pour les études probabilistes aléatoires s'appuyant sur un

échantillon qui peut, du moins en théorie, inclure la population entière étudiée. Dans de tels cas, l'absence de réponse peut survenir à plusieurs moments avant l'invitation à ce sondage en particulier, sans parler de la décision de répondre ou non à une question précise du sondage.

Cela étant dit, pour déterminer si l'échantillon définitif est indûment influencé par un biais de non-réponse décelable, les tableaux ci-dessous comparent la répartition non pondérée et pondérée des caractéristiques démographiques de chaque échantillon.

Les données définitives ont été pondérées de façon à reproduire la répartition réelle des Canadiens âgés de 18 ans et plus par région, âge et genre selon les plus récentes données de recensement disponibles (2016).

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON TOTAL : RÉPARTITION NON PONDÉRÉE ET PONDÉRÉE

Région	Échantillon non pondéré (n)	Échantillon pondéré (n)
Atlantique	163	166
Québec	574	566
Ontario	928	925
Manitoba/Saskatchewan	139	157
Alberta	260	271
Colombie-Britannique/Territoires	348	327
Total	2 412	2 412

Âge	Échantillon non pondéré (n)	Échantillon pondéré (n)
De 18 à 24 ans	246	258
De 25 à 34 ans	377	400
De 35 à 54 ans	842	822
De 55 à 64 ans	427	422
65 ans et plus	520	510
Total	2 412	2 412

Genre	Échantillon non pondéré (n)	Échantillon pondéré (n)
Hommes	1 248	1 165
Femmes	1 157	1 240
Autre	5	5
Je préfère ne pas répondre/je refuse de répondre	2	2
Total	2 412	2 412

Revenu du ménage (18 ans et plus)	Échantillon non pondéré (n)	Échantillon pondéré (n)
Moins de 40 000 \$	476	483
De 40 000 \$ à moins de 80 000 \$	666	664
80 000 \$ et plus	1 001	993
Je préfère ne pas répondre/je refuse de répondre	269	272
Total	2 412	2 412

Emploi (18 ans et plus)	Échantillon non pondéré (n)	Échantillon pondéré (n)
Travailleur(euse) à temps plein	1 023	1 022
Travailleur(euse) à temps partiel	199	201
Travailleur(euse) autonome	141	136
Retraité(e)	607	604
Personne sans emploi	175	176
Étudiant(e)	179	184
Autre	68	70
Je préfère ne pas répondre/je refuse de répondre	20	20
Total	2 412	2 412

MARGE D'ERREUR

Les répondants au sondage en ligne ont été sélectionnés à partir d'une liste de personnes qui se sont portées volontaires ou qui se sont inscrites pour participer à des sondages en ligne. Puisque l'échantillon utilisé s'appuie sur des personnes s'étant originalement portées volontaires pour participer au panel, aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut être calculée. Les résultats de tels sondages ne peuvent être décrits comme étant statistiquement représentatifs de la population cible. Le traitement de l'échantillon non probabiliste est conforme aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

DURÉE DU SONDRAGE

Le sondage en ligne a duré en moyenne 13 minutes.

ANNEXE B : QUESTIONNAIRE

Invitation par courriel

Earncliffe Strategy Group, en collaboration avec Léger Marketing, a été engagée pour réaliser un sondage en ligne au nom du gouvernement du Canada. L'étude vise à explorer les perceptions et les choix des Canadiens.

Il vous faudra environ 15 minutes pour répondre à ce sondage en ligne. Votre participation à ce sondage est volontaire et strictement confidentielle. Toutes vos réponses resteront anonymes et seront combinées avec les réponses de tous les autres répondants.

Si vous avez des questions au sujet du sondage ou si vous éprouvez des difficultés, veuillez envoyer un courriel à [INSÉRER LE COURRIEL DE LA PERSONNE-RESSOURCE].

Pour commencer, veuillez cliquer sur le lien ci-dessous.

[URL]

Introduction

Renseignements généraux

Cette recherche est menée par Earncliffe Strategy Group, une firme canadienne de recherche sur l'opinion publique, au nom de Santé Canada.

Ce sondage en ligne vise à recueillir les opinions et les commentaires des Canadiens, qui seront utilisés par Santé Canada pour aider à éclairer les actions et les décisions gouvernementales.

Comment fonctionne le sondage en ligne?

- Vous serez invité à nous faire connaître votre opinion et vos expériences au moyen d'un sondage en ligne.
- Nous évaluons que ce sondage vous prendra 15 minutes.
- Votre participation à ce sondage est entièrement volontaire.
- Vos réponses sont confidentielles et ne seront rapportées que de façon agrégée, jamais d'une manière qui permette d'identifier un répondant individuel ou ses réponses.
- Votre décision de participer ou non n'aura aucune incidence sur les relations que vous pourriez avoir avec le gouvernement du Canada.

Qu'en est-il de vos renseignements personnels?

- Les renseignements personnels que vous fournissez à Santé Canada sont régis par la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et sont recueillis en vertu de l'article 4 de la *Loi sur le ministère de la Santé* conformément à la *Directive sur les pratiques relatives à la protection de la vie privée du Conseil du Trésor*. Nous ne recueillons que les renseignements dont nous avons besoin pour mener à bien le projet de recherche.
- **But de la collecte des renseignements :** Nous avons besoin de renseignements personnels, comme des renseignements démographiques, pour mieux comprendre le sujet de la recherche. Cependant, vos réponses sont toujours combinées avec celles des autres répondants aux fins d'analyse et de production de rapport; vous ne serez jamais identifié.

- **Pour obtenir de plus amples renseignements :** Cette collecte de renseignements personnels est décrite dans les fichiers de renseignements personnels ordinaires [Communications publiques – POU 914](#) dans Info Source, accessible en ligne à infosource.gc.ca.
- **Vos droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* :** En plus de protéger vos renseignements personnels, la *Loi sur la protection des renseignements personnels* vous donne le droit de demander l'accès à vos renseignements personnels et de les faire corriger. Pour obtenir plus d'information au sujet de ces droits ou de nos pratiques en matière de protection des renseignements personnels, veuillez communiquer avec le coordonnateur de la protection des renseignements personnels de Santé Canada par courriel à l'adresse privacy-vie.privee@hc-sc.gc.ca. Vous avez également le droit de porter plainte auprès du commissaire à la protection de la vie privée du Canada si vous croyez que vos renseignements personnels ont été traités de manière inappropriée.

Que se passe-t-il une fois le sondage en ligne terminé?

Le public pourra accéder au rapport final rédigé par Earncliffe Strategy Group à Bibliothèque et Archives Canada (<http://www.bac-lac.gc.ca/>).

Si vous avez des questions au sujet du sondage, vous pouvez communiquer avec Earncliffe à l'adresse research@earncliffe.ca.

Votre aide est grandement appréciée, et nous attendons vos commentaires avec impatience.

[POURSUIVRE À LA QUESTION Q1]

1. Quel est votre genre?

Homme	1
Femme	2
Autre	3
Je préfère ne pas répondre.	98

2. En quelle année êtes-vous né?

[INSÉRER L'ANNÉE]

[SI LE RÉPONDANT NE FOURNIT PAS L'ANNÉE DE NAISSANCE, DEMANDER :] Dans quelle catégorie d'âge vous situez-vous?

Moins de 18 ans [REMERCIER ET CONCLURE]	1
De 18 à 24 ans	2
De 25 à 34 ans	3
De 35 à 44 ans	4
De 45 à 54 ans	5
De 55 à 64 ans	6
65 ans ou plus	7
Je préfère ne pas répondre. [REMERCIER ET CONCLURE]	98

3. Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Terre-Neuve-et-Labrador	1
Nouvelle-Écosse	2
Île-du-Prince-Édouard	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon	11
Nunavut	12
Territoires du Nord-Ouest	13
Je préfère ne pas répondre. [REMERCIER ET CONCLURE]	98

Section 1 : Étude des concepts

Nous aimerions vous présenter quatre (4) concepts qui sont actuellement à l’étude par Santé Canada pour la campagne de marketing relative à l’application Alerte COVID.

Nous vous montrerons un concept à la fois avec deux exemples de publicité (une annonce dans les médias sociaux et une bannière publicitaire) présentant la façon dont le concept pourrait être mis en œuvre. Veuillez noter que les versions définitives des concepts n’ont pas encore été produites et peuvent comprendre des animations (mais pas de son). Veuillez prendre le temps de regarder les images et de lire le texte attentivement.

Voici le premier concept.

[PRÉSENTER LES CONCEPTS DE FAÇON ALÉATOIRE]

[CONCEPT 1 – Collectivité]

[CONCEPT 2 – Raison]

[CONCEPT 3 – Résultat final]

[CONCEPT 4 – Responsabilité]

[CONCEPT 1 – Collectivité] [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Collectivité »]

4. Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?

Très favorable	1
Plutôt favorable	2
Ni favorable ni défavorable	3
Plutôt défavorable	4
Très défavorable	5
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

5. Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept? [RÉPONSE OUVERTE]

Veillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s’applique à ce concept. [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

6. Pertinent pour moi
7. Capte mon attention
8. Facile à comprendre
9. Explique bien la fonction de code QR
10. Explique pourquoi je dois scanner un code QR
11. Me donne envie d’en savoir plus
12. Augmente mon intérêt pour l’application Alerte COVID
13. Me motive à utiliser la fonction de code QR

Très grande mesure	1
Certaine mesure	2
Faible mesure	3
Aucunement	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

14. Pensez-vous qu’il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Approprié	1
Inapproprié	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

15. Qu’est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant? [RÉPONSE OUVERTE]

[CONCEPT 2 – Raison] [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Raison »]

16. Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?

Très favorable	1
Plutôt favorable	2
Ni favorable ni défavorable	3
Plutôt défavorable	4
Très défavorable	5
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

17. Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept? [RÉPONSE OUVERTE]

Veillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept. [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

18. Pertinent pour moi
19. Capte mon attention
20. Facile à comprendre
21. Explique bien la fonction de code QR
22. Explique pourquoi je dois scanner un code QR
23. Me donne envie d'en savoir plus
24. Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID
25. Me motive à utiliser la fonction de code QR

Très grande mesure	1
Certaine mesure	2
Faible mesure	3
Aucunement	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

26. Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Approprié	1
Inapproprié	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

27. Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant? [RÉPONSE OUVERTE]

[CONCEPT 3 – Résultat final] [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Résultat final »]

28. Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?

Très favorable	1
Plutôt favorable	2
Ni favorable ni défavorable	3
Plutôt défavorable	4
Très défavorable	5
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

29. Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept? [RÉPONSE OUVERTE]

Veillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s'applique à ce concept. [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

- 30. Pertinent pour moi
- 31. Capte mon attention
- 32. Facile à comprendre
- 33. Explique bien la fonction de code QR
- 34. Explique pourquoi je dois scanner un code QR
- 35. Me donne envie d'en savoir plus
- 36. Augmente mon intérêt pour l'application Alerte COVID
- 37. Me motive à utiliser la fonction de code QR

Très grande mesure	1
Certaine mesure	2
Faible mesure	3
Aucunement	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

38. Pensez-vous qu'il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Approprié	1
Inapproprié	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

39. Qu'est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant? [RÉPONSE OUVERTE]

[CONCEPT 4 – Responsabilité] [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Responsabilité »]

40. Dans quelle mesure votre opinion de ce concept est-elle favorable ou défavorable?

Très favorable	1
Plutôt favorable	2
Ni favorable ni défavorable	3
Plutôt défavorable	4
Très défavorable	5
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

41. Dans vos propres mots, quel est le message principal de ce concept? [RÉPONSE OUVERTE]

Veillez indiquer dans quelle mesure chacun des éléments suivants s’applique à ce concept. [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

- 42. Pertinent pour moi
- 43. Capte mon attention
- 44. Facile à comprendre
- 45. Explique bien la fonction de code QR
- 46. Explique pourquoi je dois scanner un code QR
- 47. Me donne envie d’en savoir plus
- 48. Augmente mon intérêt pour l’application Alerte COVID
- 49. Me motive à utiliser la fonction de code QR

Très grande mesure	1
Certaine mesure	2
Faible mesure	3
Aucunement	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

50. Pensez-vous qu’il serait approprié ou inapproprié que le gouvernement du Canada utilise ce concept?

Approprié	1
Inapproprié	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

51. Qu’est-ce qui pourrait améliorer ce concept, le cas échéant? [RÉPONSE OUVERTE]

[FIN DE L’ÉTUDE DES CONCEPTS INDIVIDUELS]

52. Maintenant que vous avez vu les quatre (4) concepts, lequel vous semble le plus efficace pour vous encourager à utiliser l’application Alerte COVID pour scanner un code QR lorsque vous entrez dans un commerce ou un lieu?

Concept 1 [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Collectivité »]	1
Concept 2 [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Raison]	2
Concept 3 [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Résultat final]	3
Concept 4 [NOTE AU PROGRAMMER, VEUILLEZ AFFICHER : « Concept : Responsabilité]	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

Section 2 : Logistique relative à l’application

53. Possédez-vous un téléphone intelligent?

Un téléphone intelligent est un téléphone mobile qui exécute un grand nombre des fonctions d’un ordinateur. Il est généralement doté d’une interface à écran tactile, d’un accès à Internet et d’un système d’exploitation capable d’exécuter des applications téléchargées.

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

54. [SI OUI À Q53] La version de votre téléphone intelligent a-t-elle moins de cinq ans?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

55. [SI OUI À Q54] L’application Alerte COVID est-elle actuellement installée sur votre téléphone intelligent?

Oui	1
Non	2
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

56. Comme vous le savez peut-être déjà, un code QR (*Quick Response Code*) est une version bidimensionnelle d’un code à barres qui peut être scanné par un téléphone intelligent ou un appareil mobile pour que l’utilisateur puisse accéder presque instantanément aux renseignements liés. [INSÉRER UN EXEMPLE D’IMAGE DE CODE QR]

Dans quelle mesure êtes-vous familier avec les codes QR?

Très familier	1
---------------	---

Assez familier	2
Pas très familier	3
Pas du tout familier	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99
57. [SI OUI À Q53] Dans quelle mesure est-il probable que vous utilisiez l'application Alerte COVID afin de scanner les codes QR lorsque vous entrez dans un commerce ou un lieu?	
Très probable	1
Plutôt probable	2
Pas très probable	3
Pas du tout probable	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99
58. [SI NON À Q53] Dans quelle mesure est-il probable que vous téléchargiez l'application Alerte COVID pour scanner les codes QR lorsque vous entrez dans un commerce ou un lieu?	
Très probable	1
Plutôt probable	2
Pas très probable	3
Pas du tout probable	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99
59. Dans quelle mesure croyez-vous que la fonction de code QR sera utile pour limiter la propagation de la COVID-19?	
Très utile	1
Plutôt utile	2
Pas très utile	3
Pas du tout utile	4
Je préfère ne pas répondre.	98
Je ne sais pas.	99

Données démographiques

Les dernières questions servent strictement à des fins statistiques.

60. Vous identifiez-vous à l'un des groupes de population suivants? [SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

Une personne autochtone membre des Premières Nations	1
Une personne autochtone membre des Métis	2
Une personne autochtone membre d'une communauté Inuk (Inuit)	3
Un membre d'un groupe ethnoculturel ou d'une minorité visible*	4
Un membre de la communauté LGBTQ2	5
Une personne handicapée	6

Aucune de ces réponses	7
Je préfère ne pas répondre.	98

*REMARQUE : Pour cette question, une minorité visible désigne une ou des personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n’ont pas la peau blanche.

61. [SI MEMBRE D’UN GROUPE ETHNOCULTUREL OU D’UNE MINORITÉ VISIBLE] De quel(s) groupe(s) ethnoculturel(s) ou de quelle(s) minorité(s) visible(s) êtes-vous membre? [RÉPONSE OUVERTE]

[RÉPONSE]	
Je préfère ne pas répondre.	98

62. Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?

Anglais	1
Français	2
Autre (PRÉCISEZ)	3
Je préfère ne pas répondre.	9

63. Quelle est votre situation actuelle en matière d’emploi?

Employé à temps plein	1
Employé à temps partiel	2
Travailleur autonome	3
Retraité	4
Sans emploi	5
Étudiant	6
Autre	7
Je préfère ne pas répondre.	98

64. Laquelle des catégories qui suivent représente le mieux le revenu total de votre ménage? Veuillez tenir compte du revenu total combiné avant impôts.

Moins de 20 000 \$	1
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4

De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6
150 000 \$ ou plus	7
Je préfère ne pas répondre.	98

65. Quel est le plus haut niveau d’études que vous avez terminé?

Études secondaires non terminées	1
Études secondaires terminées	2
Études collégiales ou universitaires non terminées	3
Études collégiales ou universitaires terminées	4
Études de cycles supérieurs	5
Je préfère ne pas répondre.	98

[PRÉTEST SEULEMENT. AJOUTER LES QUESTIONS A À J]

- A. Avez-vous trouvé un élément de ce sondage difficile à comprendre? O/N
- B. [SI A = « OUI »] Veuillez décrire ce qui vous a semblé difficile à comprendre.
- C. Diriez-vous que la manière dont l’une ou plusieurs des questions du sondage étaient posées vous a empêché de formuler votre réponse? O/N
- D. [SI C = « OUI »] Veuillez décrire le problème lié à la formulation de la question.
- E. Avez-vous éprouvé des difficultés avec la langue? O/N
- F. [SI E = « OUI »] Veuillez décrire les difficultés que vous avez éprouvées avec la langue.
- G. Est-ce que certains des termes utilisés dans le cadre du sondage vous ont semblé mélangeants? O/N
- H. [SI G = « OUI »] Veuillez décrire les termes qui portaient à confusion.
- I. Avez-vous éprouvé d’autres problèmes au cours de sondage que vous aimeriez nous partager? O/N
- J. [SI I = « OUI »] Quels sont-ils?