



Health  
Canada Santé  
Canada

## Rapport

# ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE (OECF) AVANT ET APRÈS LES CAMPAGNES DE VACCINATION POUR LA DOSE DE RAPPEL D'AUTOMNE CONTRE LA COVID-19 ET POUR LES ENFANTS DE 6 MOIS À 4 ANS

Présenté à Santé Canada

Numéro de contrat HT372-224742

Préparé par : Léger

Valeur du contrat : 96 314,42 \$ (taxes applicables incluses)

Date d'octroi : 18 août 2022

Date de livraison : 24 mars 2023

Numéro d'enregistrement : POR 029-22

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto: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 CAMPAGNE PUBLICITAIRE (OECF) AVANT ET APRÈS LES CAMPAGNES DE VACCINATION POUR LA DOSE DE RAPPEL D'AUTOMNE CONTRE LA COVID-19 ET POUR LES ENFANTS DE 6 MOIS À 4 ANS

## Rapport

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Léger

Mars 2023

Ce rapport présente la méthodologie des sondages en ligne menés par Léger pour le compte de Santé Canada. La recherche a été menée en deux vagues, soit dans le cadre d'un sondage précampagne et d'un sondage post-campagne. L'objectif de ces sondages était d'évaluer deux campagnes de publicité réalisées par le gouvernement du Canada sur la question de la vaccination contre la COVID-19. L'une des campagnes était axée sur la vaccination des enfants contre la COVID-19, tandis que l'autre était destinée à la population générale du Canada et portait sur la vaccination de la population canadienne. Pour les deux vagues, les parents et les répondants de la population générale du Canada (avec des quotas liés aux répondants autochtones et aux répondants des communautés racisées) ont été ciblés. La première vague de recherche (précampagne) a été menée entre le 25 août et le 10 septembre 2022, tandis que la deuxième vague de recherche (post-campagne) a été menée entre le 10 et le 22 novembre 2022.

This report is also available in English under the name: *Pre And Post Advertising Campaign Evaluation Tool (Acet) For Covid-19 Fall Booster And 6 Months-4 Years Old Vaccination Campaigns*

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](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca).

**Numéro de catalogue :** H14-433/2023F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :** 978-0-660-47965-1

**Publications associées (numéro d'enregistrement : POR 029-22) :**

Numéro de catalogue : H14-433/2023E-PDF (Rapport final en anglais)

ISBN 978-0-660-47964-4

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de la Santé, 2023.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. SOMMAIRE</b>	<b>4</b>
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
<b>ANNEXE A – MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE DÉTAILLÉE</b>	<b>9</b>
A.1 Méthodologie quantitative	9
<b>ANNEXE B—QUESTIONNAIRES DE RÉFÉRENCE (EN ANGLAIS SEULEMENT)</b>	<b>22</b>
Parents d’enfants de 6 mois à 4 ans	22
Population générale	31
<b>ANNEXE C –QUESTIONNAIRES POST-CAMPAGNE (EN ANGLAIS SEULEMENT)</b>	<b>41</b>
Parents d’enfants de 6 mois à 4 ans	41
Population générale	54

# 1. Sommaire

Léger est heureuse de présenter à Santé Canada ce rapport détaillant la méthodologie des sondages en ligne évaluant la mémorisation des publicités pour deux campagnes portant sur la vaccination contre la COVID-19. Les objectifs de ces campagnes étaient de sensibiliser les gens et de fournir des renseignements afin de contribuer à accroître le nombre de personnes vaccinées.

## 1.1 Mise en contexte et objectifs

Les mesures d'intervention relatives à la COVID-19 sont une priorité du gouvernement du Canada, y compris le fait de rendre disponibles des vaccins pour tous les habitants du pays.

Après plus de deux ans de pandémie, et maintenant que la plupart des adultes canadiens ont reçu deux doses de vaccin, il y a un sentiment de lassitude ou un manque d'engagement de la part du public vis-à-vis le respect des mesures de santé publique et de la vaccination contre la COVID-19. Cependant, il est important de rappeler que la COVID-19 est toujours présente. Les Canadiens doivent obtenir leurs doses de rappel et faire vacciner leurs enfants.

Dans cette optique, le gouvernement du Canada a créé deux campagnes publicitaires. La première visait les parents d'enfants âgés de six mois à quatre ans et poursuivait les objectifs suivants :

- fournir aux parents des renseignements crédibles leur permettant de prendre une décision éclairée concernant la vaccination de leurs enfants;
- rassurer les parents sur le fait que les vaccins approuvés sont sûrs et efficaces pour les enfants et préviennent les maladies graves et les complications;
- fournir des renseignements aux parents de manière à ce qu'ils puissent avoir confiance en la vaccination pour leurs enfants, même s'ils sont convaincus que le risque de maladie grave lié à la COVID-19 est faible et que le risque lié à un nouveau vaccin est élevé;
- améliorer la disposition à vacciner les enfants.

La deuxième campagne visait la population générale du Canada, avec des quotas liés aux répondants autochtones et aux répondants des communautés racisées. Elle avait pour objectif d'encourager les personnes vivant au Canada, qui sont entièrement vaccinées et qui remplissent les conditions requises, à recevoir leur dose de rappel et les vaccins supplémentaires lorsqu'ils leur sont offerts.

Étant donné que l'investissement publicitaire de ces campagnes dépasse un million de dollars, Santé Canada a dû procéder à l'évaluation des campagnes à l'aide de l'outil d'évaluation des campagnes publicitaires (outil OECP).

Les objectifs particuliers de la recherche étaient les suivants :

- déterminer si les répondants avaient vu les publicités associées aux campagnes;
- déterminer où les publicités avaient été vues;
- mesurer la mémorisation des éléments précis des campagnes;
- identifier les changements d'attitude résultant des campagnes publicitaires.

## **1.2 Utilisation des résultats**

Les résultats de cette recherche permettront à Santé Canada d'évaluer le rappel des campagnes publicitaires en fonction des conclusions de l'enquête et de l'analyse des données.

## **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 du sondage étaient la population générale du Canada et les parents d'enfants âgés de 6 mois à 12 ans. Il convient de noter que pour l'évaluation précampagne, seuls les parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans ont été ciblés. Pour l'évaluation post-campagne, les parents d'enfants âgés de 6 mois à 12 ans ont été ciblés.

Des quotas ont été fixés pour assurer un minimum des principaux publics cibles d'intérêt, à savoir les personnes âgées de 18 à 34 ans, les personnes s'identifiant comme autochtones ou appartenant à une communauté racisée, ainsi que les parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans dans la partie de l'échantillon consacrée à la population générale. Un quota minimum de 500 répondants a été fixé pour les personnes âgées de 18 à 34 ans. Les autres étaient des quotas souples qui permettaient d'atteindre une taille de sous-échantillon suffisante pour chacun des objectifs. Les quotas souples établis pour la partie de la population générale étaient les suivants : 90 personnes s'identifiant comme autochtones, 440 personnes faisant partie des communautés racisées et 200 parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 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 basant sur les données du recensement national de 2021 de Statistique Canada, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de parents de ce sondage en fonction du genre, des régions et de la langue, tandis que l'échantillon de la population générale a été pondéré en fonction du genre, de l'âge, de la langue, du niveau d'éducation, du lieu de naissance et de l'origine ethnique.

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 précampagne est présenté à l'annexe B, tandis que le questionnaire post-campagne est présenté à l'annexe C.

### ***Détails du sondage de référence***

Le travail sur le terrain pour la partie de référence du sondage a été effectué du 25 août au 9 septembre 2022 pour la partie concernant les parents, et du 30 août au 10 septembre 2022 pour la partie concernant la population générale. Le taux de participation national au sondage était d'environ 7 % pour la partie concernant les parents et de 13 % pour la partie concernant à la population générale. 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 25 août 2022.

Un échantillon total de 600 parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans a été interrogé dans toutes les régions du pays, ainsi que 2 000 adultes canadiens issus de la population générale. Le tableau suivant montre les échantillons représentatifs recueillis :

**Tableau 1. Répartition par région pour la première vague (base de référence)**

<b>Régions</b>	<b>Échantillon de parents n =</b>	<b>Échantillon de la population générale n =</b>
<b>Atlantique</b>	38	119
<b>Québec</b>	139	458
<b>Ontario</b>	226	782
<b>Prairies (Saskatchewan et Manitoba)</b>	51	140
<b>Alberta</b>	58	206
<b>Colombie-Britannique et territoires</b>	88	295
<b>TOTAL</b>	<b>600</b>	<b>2 000</b>

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

**Tableau 2. Distribution par public cible pour la première vague (base de référence)**

Groupe	Échantillon de parents	Échantillon de la population générale
	n =	n =
Parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans	600	247
Répondants âgés de 18 à 34 ans	263	560
Répondants s'identifiant comme autochtones	23	127
Communautés racisées (à l'exception des Autochtones)	146	334

**Détails de l'étude post-campagne**

Le travail sur le terrain pour la deuxième vague du sondage (post-campagne) s'est déroulé du 10 au 19 novembre 2022 pour la partie concernant les parents et du 10 au 22 novembre 2022 pour la partie concernant la population générale. Le taux de participation national au sondage était d'environ 7 % pour la partie concernant les parents et de 13 % pour la partie concernant la population générale, comme pour le sondage de référence. 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 10 novembre 2022.

Un échantillon total de 1 001 parents d'enfants âgés de 6 mois à 12 ans (avec un quota de 200 parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans) a été interrogé dans toutes les régions du pays, ainsi que 2 000 adultes canadiens issus de la population générale. Le tableau suivant montre les échantillons représentatifs recueillis :

**Tableau 3. Répartition par région pour la deuxième vague (post-campagne)**

Régions	Échantillon de parents	Échantillon de la population générale
	n =	n =
Atlantique	64	148
Québec	231	459
Ontario	369	777
Prairies (Saskatchewan et Manitoba)	78	123
Alberta	122	221
Colombie-Britannique et territoires	137	272
<b>TOTAL</b>	<b>1 001</b>	<b>2 000</b>

Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif recueilli par Léger :

**Tableau 4. Distribution par public cible pour la deuxième vague (post-campagne)**

<b>Groupe</b>	<b>Échantillon de parents n =</b>	<b>Échantillon de la population générale n =</b>
<b>Parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans</b>	1,001	255
<b>Répondants âgés de 18 à 34 ans</b>	292	572
<b>Répondants s'identifiant comme autochtones</b>	55	101
<b>Communautés racisées (à l'exception des Autochtones)</b>	231	375

#### **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 livrables ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques ou les positions des partis, ni sur l'évaluation du rendement 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](mailto: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

*Interview Web assistée par ordinateur (IWAO)*

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 sélectionnés sur la base 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 25 août au 9 septembre 2022 pour la partie concernant les parents et du 30 août au 10 septembre 2022 pour la partie concernant la population générale. Le taux de participation national au sondage était d'environ 7 % pour la partie concernant les parents et de 13 % pour la partie concernant la population générale. Un prétest du questionnaire en anglais et en français a été réalisé le 25 août 2022. 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 2 600 Canadiens, et ce, dans toutes les régions du pays (600 répondants pour la partie concernant les parents et 2 000 répondants pour la partie concernant la population générale).

Le travail sur le terrain pour la deuxième vague du sondage s'est déroulé du 10 au 19 novembre 2022 pour la partie concernant les parents et du 10 au 22 novembre 2022 pour la partie concernant la population générale. Les taux de participation nationaux au sondage ont été similaires à ceux de la première vague. Un prétest du questionnaire en anglais et en français a été réalisé le 10 novembre 2022. 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 3 001 Canadiens, et ce, dans toutes les régions du pays (1 001 répondants pour la partie concernant les parents et 2 000 répondants pour la partie concernant la population générale).

En se basant sur les données du recensement national de 2021 de Statistique Canada, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de parents de ce sondage en fonction du genre, des régions et de la langue, tandis que l'échantillon de la population générale a été pondéré en fonction du genre, de l'âge, de la langue, du niveau d'éducation, du lieu de naissance et de l'origine ethnique. La pondération de chacun des sous-groupes interrogés a ensuite été ajustée 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 national au sondage était d'environ 7 % pour la partie concernant les parents et de 13 % pour la partie concernant la population générale, tant pour les vagues précampagne que post-campagne. 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 : Taux de participation/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 (base de référence)**

	Parents	Population générale
<b>Cas non valides</b>		
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne respectaient pas les conditions requises pour l'étude	708	293
Adresses courriel incomplètes ou manquantes	-	-
<b>Non résolu (U)</b>	<b>7 564</b>	<b>12 575</b>
Invitations par courriel ayant rebondi	16	22
Invitations par courriel sans réponse	7 548	12 553
<b>Unités non répondantes du champ du sondage (IS)</b>	<b>124</b>	<b>187</b>
Non-réponse de répondants admissibles	-	-
Refus de répondants	66	85
Problème de langue	-	-
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	-	-
Fins prématurées	58	102
<b>Unités de réponse (R)</b>	<b>610</b>	<b>2008</b>
Sondages terminés disqualifiés (quota rempli)	10	8
Sondages terminés disqualifiés (autres raisons)	-	-
Entrevues terminées	600	2 000
<b>POTENTIELLEMENT ADMISSIBLES (U + IS + R)</b>	<b>8 298</b>	<b>14 770</b>
<b>Taux de participation = <math>R \div (U + IS + R)</math>.</b>	<b>7,4 %</b>	<b>13,6 %</b>

**Tableau 6. Taux de participation à la deuxième vague (post-campagne)**

	Parents	Population générale
<b>Cas non valides</b>		
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne respectaient pas les conditions requises pour l'étude	778	307
Adresses courriel incomplètes ou manquantes	-	-
<b>Non résolu (U)</b>	<b>12 975</b>	<b>12 937</b>
Invitations par courriel ayant rebondi	18	24
Invitations par courriel sans réponse	12 957	12 913
<b>Unités non répondantes du champ du sondage (IS)</b>	<b>161</b>	<b>180</b>
Non-réponse de répondants admissibles	-	-
Refus de répondants	68	65
Problème de langue	-	-
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	-	-
Fins prématurées	93	115
<b>Unités de réponse (R)</b>	<b>1 014</b>	<b>2 000</b>
Sondages terminés disqualifiés (quota rempli)	13	0
Sondages terminés disqualifiés (autres raisons)	-	-
<b>Entrevues terminées</b>	<b>1 001</b>	<b>2 000</b>
<b>POTENTIELLEMENT ADMISSIBLES (U + IS + R)</b>	<b>14 150</b>	<b>15 117</b>
<b>Taux de participation = R ÷ (U + IS + R).</b>	<b>7,2 %</b>	<b>13,2 %</b>

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

Pour les sondages précampagne et post-campagne, le taux de participation pour la partie concernant les parents et celle concernant la population générale était d'environ 7 % et 13 % respectivement. Le taux de participation de 13 % de la population générale est conforme aux sondages similaires. D'autre part, en raison de la particularité du public cible des parents d'enfants âgés de 6 mois à 4 ans, Léger a dû inviter un nombre élevé de

parents à participer. Comme l'âge des enfants n'est indiqué que par tranches d'âge dans le profil des panélistes, nous avons dû poser la question à un nombre élevé de parents afin de cibler ceux qui peuvent participer au sondage et d'atteindre les quotas. Cela explique pourquoi le taux de participation des parents est plus faible que celui de la population générale.

#### A.1.6 Échantillons non pondérés et pondérés

##### Échantillons de parents de référence et après le sondage

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition géographique des parents répondants, leur genre, leur âge et leur langue, avant et après pondération pour les deux vagues du sondage.

Certaines proportions ne correspondaient pas à la population réelle. Les quotas imposés à des cibles précises (parents, personnes âgées de 18 à 34 ans, personnes s'identifiant comme autochtones et personnes issues des communautés racisées) expliquent les écarts avec la population canadienne réelle. Le processus de pondération a permis de corriger ces différences.

**Tableau 7. Distribution de l'échantillon de parents non pondérée et pondérée selon la région**

Province/territoire	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Colombie-Britannique et T.N.-O.	88	86	137	143
Alberta	58	70	122	116
Prairies	51	38	78	64
Ontario	226	226	369	378
Québec	139	138	231	230
Canada atlantique	38	43	64	71

**Tableau 8. Distribution de l'échantillon de parents non pondérée et pondérée selon le genre**

Genre	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Homme	305	314	512	524
Femme	294	285	488	476

**Tableau 9. Distribution de l'échantillon de parents non pondérée et pondérée selon la langue**

Langue	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Anglais	439	460	733	754
Français	150	118	234	196
Autre	47	53	92	103

### **Échantillons de la population générale de référence et après le sondage**

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition géographique des répondants de la population générale, leur genre, leur âge, leur langue, leur niveau d'éducation, leur lieu de naissance, leur origine ethnique et la présence d'enfants dans le ménage avant et après pondération pour les deux vagues du sondage.

Certaines proportions ne correspondaient pas à la population réelle. Les quotas imposés à des cibles précises (parents, personnes âgées de 18 à 34 ans, personnes s'identifiant comme autochtones et celles issues des communautés racisées) expliquent les écarts avec la population canadienne réelle. Le processus de pondération a permis de corriger ces différences.

**Tableau 10. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon la région**

Province ou territoire	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Colombie-Britannique et T.N.-O.	295	278	272	278
Alberta	206	223	221	223
Prairies	140	129	123	129
Ontario	782	774	777	774
Québec	458	462	459	462
Canada atlantique	119	135	148	135

**Tableau 11. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon le genre**

Genre	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Homme	976	967	980	971
Femme	1 016	1 025	1 014	1 025

**Tableau 12. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon l'âge**

Âge	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
18 à 24 ans	225	202	224	202
25 à 34 ans	335	332	348	332
35 à 44 ans	322	330	320	330
45 à 54 ans	353	314	366	314
55 à 64 ans	345	351	358	351
65 ans et plus	420	472	384	472

**Tableau 13. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon la langue**

Langue	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Anglais	1 429	1 434	1 447	1 477
Français	455	394	468	394
Autre	205	243	184	203

**Tableau 14. Distribution d'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon le niveau d'éducation**

Niveau d'éducation	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Niveau secondaire ou moins	483	601	424	579
Niveau collégial ou école de métier	644	845	637	868
Niveau universitaire	873	553	939	553

**Tableau 15. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée par lieu de naissance**

Lieu de naissance	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Au Canada	1 694	1 562	1 619	1 562
Autre	303	434	378	436

**Tableau 16. Distribution de l'échantillon de la population générale non pondérée et pondérée selon l'origine ethnique**

Origine ethnique	Base de référence		Post-campagne	
	Non pondérée	Pondérée	Non pondérée	Pondérée
Blanc	1 539	1 537	1 512	1 524
Chinois	132	124	101	96
Autochtone	127	96	63	71
Sud-Asiatique	85	87	118	115
Noir	47	49	136	110
Autres groupes culturels	175	202	167	169

### **A.1.7 Facteurs de pondération pour les deux vagues**

Le même processus de pondération a été appliqué respectivement à l'échantillon des parents et à celui de la population générale 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 répondant 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 deux cibles différentes : la population générale, et les parents d'enfants âgés de 6 mois à 12 ans. Deux pondérations différentes ont été appliquées, une par profil.

En se basant sur les données du recensement national de 2021 de Statistique Canada, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de parents de ce sondage en fonction du genre, de la région et de la langue, tandis que l'échantillon de la population générale a été pondéré en fonction du genre, de l'âge, de la langue, du niveau d'éducation, du lieu de naissance et de l'origine ethnique.

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

**Tableau 17. Pondération par genre et par région pour l'échantillon de parents**

<b>Genre * Région</b>	<b>Pondération</b>
Colombie-Britannique, hommes	7,40
Colombie-Britannique, femmes	6,89
Alberta, hommes	6,38
Alberta, femmes	5,23
Saskatchewan, hommes	1,63
Saskatchewan, femmes	1,28
Manitoba, hommes	1,80
Manitoba, femmes	1,64
Ontario, hommes	19,75
Ontario, femmes	17,97
Québec, hommes	11,70
Québec, femmes	11,23
Nouveau-Brunswick, hommes	1,20
Nouveau-Brunswick, femmes	1,04
Nouvelle-Écosse, hommes	1,51
Nouvelle-Écosse, femmes	1,39
Île-du-Prince-Édouard/Terre-Neuve-et-Labrador, hommes	1,07
Île-du-Prince-Édouard/Terre-Neuve-et-Labrador, femmes	0,89
Total	100 %

**Tableau 18. Pondération par langue et par région pour l'échantillon de parents**

Langue * Région	Pondération
Francophone – Reste du Canada	2,45
Francophone – Québec	17,16
Non-francophone – Reste du Canada	74,62
Non-francophone – Reste du Canada	5,77
Total	100 %

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

**Tableau 19. Pondération par genre, âge et région pour la population générale**

Région * Genre * Âge	Pondération
Colombie-Britannique, hommes, 18 à 24 ans	0,69
Colombie-Britannique, hommes, 25 à 34 ans	1,18
Colombie-Britannique, hommes, 35 à 44 ans	1,12
Colombie-Britannique, hommes, 45 à 54 ans	1,04
Colombie-Britannique, hommes, 55 à 64 ans	1,16
Colombie-Britannique, hommes, 65 ans et plus	1,60
Colombie-Britannique, femmes, 18 à 24 ans	0,65
Colombie-Britannique, femmes, 25 à 34 ans	1,17
Colombie-Britannique, femmes, 35 à 44 ans	1,15
Colombie-Britannique, femmes, 45 à 54 ans	1,12
Colombie-Britannique, femmes, 55 à 64 ans	1,24
Colombie-Britannique, femmes, 65 ans et plus	1,83
Alberta, hommes, 18 à 24 ans	0,61
Alberta, hommes, 25 à 34 ans	1,01
Alberta, hommes, 35 à 44 ans	1,09
Alberta, hommes, 45 à 54 ans	0,91
Alberta, hommes, 55 à 64 ans	0,90
Alberta, hommes, 65 ans et plus	0,99
Alberta, femmes, 18 à 24 ans	0,57
Alberta, femmes, 25 à 34 ans	1,01
Alberta, femmes, 35 à 44 ans	1,09
Alberta, femmes, 45 à 54 ans	0,91
Alberta, femmes, 55 à 64 ans	0,92
Alberta, femmes, 65 ans et plus	1,13
Manitoba/Saskatchewan, hommes, 18 à 24 ans	0,38
Manitoba/Saskatchewan, hommes, 25 à 34 ans	0,56

Manitoba/Saskatchewan, hommes, 35 à 44 ans	0,55
Manitoba/Saskatchewan, hommes, 45 à 54 ans	0,48
Manitoba/Saskatchewan, hommes, 55 à 64 ans	0,53
Manitoba/Saskatchewan, hommes, 65 ans et plus	0,66
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 18 à 24 ans	0,35
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 25 à 34 ans	0,55
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 35 à 44 ans	0,56
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 45 à 54 ans	0,49
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 55 à 64 ans	0,55
Manitoba/Saskatchewan, femmes, 65 ans et plus	0,78
Ontario, hommes, 18 à 24 ans	2,12
Ontario, hommes, 25 à 34 ans	3,32
Ontario, hommes, 35 à 44 ans	3,00
Ontario, hommes, 45 à 54 ans	2,98
Ontario, hommes, 55 à 64 ans	3,29
Ontario, hommes, 65 ans et plus	4,04
Ontario, femmes, 18 à 24 ans	1,97
Ontario, femmes, 25 à 34 ans	3,27
Ontario, femmes, 35 à 44 ans	3,19
Ontario, femmes, 45 à 54 ans	3,20
Ontario, femmes, 55 à 64 ans	3,47
Ontario, femmes, 65 ans et plus	4,85
Québec, hommes, 18 à 24 ans	1,09
Québec, hommes, 25 à 34 ans	1,80
Québec, hommes, 35 à 44 ans	1,89
Québec, hommes, 45 à 54 ans	1,76
Québec, hommes, 55 à 64 ans	2,07
Québec, hommes, 65 ans et plus	2,70
Québec, femmes, 18 à 24 ans	1,04
Québec, femmes, 25 à 34 ans	1,78
Québec, femmes, 35 à 44 ans	1,89
Québec, femmes, 45 à 54 ans	1,74
Québec, femmes, 55 à 64 ans	2,11
Québec, femmes, 65 ans et plus	3,21
Régions de l'Atlantique, hommes, 18 à 24 ans	0,32
Régions de l'Atlantique, hommes, 25 à 34 ans	0,47
Régions de l'Atlantique, hommes, 35 à 44 ans	0,47
Régions de l'Atlantique, hommes, 45 à 54 ans	0,52
Régions de l'Atlantique, hommes, 55 à 64 ans	0,63

Régions de l'Atlantique, hommes, 65 ans et plus	0,85
Régions de l'Atlantique, femmes, 18 à 24 ans	0,30
Régions de l'Atlantique, femmes, 25 à 34 ans	0,47
Régions de l'Atlantique, femmes, 35 à 44 ans	0,50
Régions de l'Atlantique, femmes, 45 à 54 ans	0,55
Régions de l'Atlantique, femmes, 55 à 64 ans	0,67
Régions de l'Atlantique, femmes, 65 ans et plus	0,99

**Tableau 20. Pondération par RMR pour la population générale**

Régions métropolitaines de recensement (RMR)	Pondération
Colombie-Britannique (RMR de Vancouver)	7,37
Colombie-Britannique (autre)	6,55
Alberta (RMR de Calgary)	3,90
Alberta (RMR d'Edmonton)	3,73
Alberta (autre)	3,50
Saskatchewan	2,93
Manitoba	3,51
Ontario (RMR de Toronto)	16,92
Ontario (autre)	21,79
Québec (RMR de Montréal)	11,57
Québec (RMR de la ville de Québec)	2,30
Québec (autre)	9,22
Nouveau-Brunswick	2,16
Nouvelle-Écosse	2,71
Île-du-Prince-Édouard	0,42
Terre-Neuve-et-Labrador	1,44
Total	100 %

**Tableau 21. Pondération par langue et par région pour la population générale**

Langue * Région	Pondération
Francophone – Reste du Canada	2,45
Francophone – Québec	17,28
Non-francophone – Reste du Canada	74,47
Non-francophone – Reste du Canada	5,81
Total	100 %

**Tableau 22. Pondération par niveau d'éducation pour la population générale**

<b>Niveau d'éducation</b>	<b>Pondération</b>
Niveau primaire/collégial	72,33
Niveau universitaire – Reste du Canada	21,81
Université – Québec	5,86
Total	100 %

**Tableau 22. Pondération par présence d'enfants dans le ménage pour la population générale**

<b>Présence d'enfants dans le ménage</b>	<b>Pondération</b>
Oui	27,67
Non	72,33
Total	100 %

**Tableau 23. Pondération par origine ethnique pour la population générale**

<b>Origine ethnique</b>	<b>Pondération</b>
Autochtone	4,81
Autre	95,19
Total	100 %

**Tableau 23. Pondération par lieu de naissance pour la population générale**

<b>Lieu de naissance</b>	<b>Pondération</b>
Au Canada	78,10
Autre	21,90
Total	100 %

## Appendix B— Baseline Questionnaires

### Parents d'enfants de 6 mois à 4 ans

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ [SONDAGE DE RÉFÉRENCE : 5 minutes / SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE : 7 minutes] à compléter.

#### DÉBUT DU 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) Quel est votre genre?

- homme
- femme
- autre

je préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

YYYY

TRANCHE ADMISSIBLE : 1900 À 2004

SI L'ANNÉE EST > 2004, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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 ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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

NE CHOISIR QU'UN 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.

e1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de 6 mois à 4 ans ?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants) [ZONE DE TEXTE NUMÉRIQUE]

Non

[SI OUI À E1, DEMANDEZ E2, SINON TERMINEZ].

e2. Veuillez indiquer l'âge de votre/vos enfant(s) ci-dessous. Si votre enfant a moins d'un an, veuillez indiquer 0.

Enfant 1 [BOÎTE DE TEXTE NUMÉRIQUE, GAMME 0-6].

Enfant 2 [BOÎTE DE TEXTE NUMÉRIQUE, GAMME 0-6].

[INSÉRER LES CASES CORRESPONDANT AU NOMBRE D'ENFANTS - ENFANT 1, ENFANT 2, ENFANT 3, ETC.]

QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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

Q3: Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A:

Au cours des six dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement sur les vaccins COVID-19 pour les enfants ?

- Oui
- Non

=> ALLER À T1D

T1B:

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les vaccins COVID-19 pour les enfants ?  
 [REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES EN-TÊTES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.  
 SELECT ALL THAT APPLY

Publications imprimées	
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	
Magazines en ligne	
Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	
Internet / numérique	
Facebook	Radio numérique/en continue (par exemple Spotify, Podcast)
Une application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Internet	Twitter
Sites web de nouvelles	Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)
Pinterest	YouTube
Affichages intérieur et extérieur	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
	Panneau d'affichage routier
	Présentoir dans un point de vente
	Salle de bains
Panneau d'affichage numérique	Centre commercial

Le bureau de médecin	
Ascenseur	Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser	

T1C:

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D: En pensant à votre/vos enfant(s) âgé(s) de 6 mois à 4 ans, avez-vous l'intention de les faire vacciner contre la COVID-19 ?

- Oui, ils ont déjà été vaccinés (passez à T1F)
- Oui, dès qu'il sera disponible, quel que soit le type de vaccin
- Oui, dès qu'il sera disponible, mais seulement s'il s'agit d'un vaccin sans ARNm
- Oui, mais j'attendrai un peu avant de faire vacciner mon (mes) enfant(s)
- Non, je ne ferai pas vacciner mon ou mes enfants
- Je ne prends pas ces décisions
- Je ne sais pas

T1E: Parmi les facteurs suivants, lesquels vous inciteraient à vacciner votre (vos) enfant(s) contre la COVID-19 ? Veuillez choisir les trois principaux. [Randomisez sauf autre et je ne sais pas]

- L'assurance de mon professionnel de santé que les vaccins sont sans danger pour mes enfants.
- Plus d'informations sur les effets potentiels à long terme de l'infection de mes enfants par la COVID-19.
- Plus d'informations sur les enfants qui ont reçu le vaccin contre la COVID-19, par exemple à partir d'essais cliniques impliquant des enfants ou d'une utilisation réelle, y compris les données sur la sécurité et l'efficacité.
- Des organisations internationales de la santé déclarant que le vaccin est sécuritaire pour les enfants, sur la base des résultats de tests effectués dans le monde entier.
- La possibilité de faire vacciner mon enfant dans un endroit pratique de ma communauté.
- L'assurance de pouvoir être avec mon (mes) enfant(s) pendant la vaccination.
- Voir ou entendre parler des amis, des membres de ma famille ou d'autres personnes que je connais qui font vacciner leur(s) enfant(s).
- Plus d'informations sur les avantages de la vaccination des enfants, c'est-à-dire la protection contre les maladies graves et la longue COVID.

- o Plus d'informations sur la façon dont les vaccins fonctionnent et développent l'immunité chez les enfants.
- o Obtenir plus d'informations sur les risques pour les enfants de la COVID-19 (par exemple, la "COVID longue") et des hospitalisations.
- o Rien ne me rendrait plus enclin à vacciner mon (mes) enfant(s) contre le COVID-19.
- o Recevoir une incitation financière.
- o Information sur le meilleur moment pour administrer une autre dose, en fonction du risque dans ma communauté.
- o Autre, veuillez préciser :
- o Je ne sais pas

T1F: Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec chacune des déclarations suivantes, en général...

- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord
- Je ne sais pas
- Je préfère ne pas répondre

[RANGÉES, RANDOMISER]

- a. Les vaccins contre la COVID-19 sont sécuritaires pour les enfants de moins de 5 ans.
- b. Les vaccins contre la COVID-19 sont sécuritaires pour les enfants âgés de 5 à 12 ans.
- c. Un enfant qui a eu la COVID-19 doit quand même se faire vacciner.
- d. La vaccination peut aider à protéger les enfants contre les maladies graves et les effets potentiels à long terme de la COVID-19.
- e. La vaccination offre une protection plus durable contre les maladies graves que l'immunité naturelle.

T1G. La récente pandémie de COVID-19 a-t-elle eu un impact sur votre confiance envers les vaccins en général ?

- o Je suis beaucoup moins confiant maintenant
- o Je suis un peu moins confiant maintenant
- o Environ la même chose qu'avant
- o Je suis un peu plus confiant maintenant
- o Je suis beaucoup plus confiant maintenant
- o Je ne sais pas

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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 39 999 \$
- entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- entre 60 000 \$ et 79 000 \$
- entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- entre 100 000 \$ et 149 999 \$
- entre 150 000 \$ et 199 999 \$
- 200 000 \$ 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 2022

D7: Vous pouvez appartenir à un ou plusieurs groupes raciaux ou culturels figurant dans la liste suivante. Veuillez sélectionner tous les éléments qui s'appliquent.

- Blanc
- Asiatique du Sud (par exemple, Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais, etc.)
- Chinois
- Noir
- Philipinnes
- Latino américain
- Arabe
- Asiatique du Sud-Est (par exemple, vietnamien, cambodgien, malaisien, thaïlandais, laotien, etc.)
- Asiatique occidental (par exemple, Iranien, Afghan, etc.)

- Coréen
- Japonais
- Personne autochtone (Premières nations, Métis ou Inuk (Inuit))
- Autre, veuillez préciser

D8: Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de [AJOUTER LE NOM DU MINISTÈRE/DE L'ORGANISME].

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.

## General population

INTRODUCTION [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS LA CAMPAGNE]

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ [SONDAGE DE RÉFÉRENCE : 5 minutes / SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE : 7 minutes] à compléter.

### DÉBUT DU 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)

- b) Quel est votre genre?

- homme
- femme
- autre
- je préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

YYYY

TRANCHE ADMISSIBLE : 1900 À 2004

SI L'ANNÉE EST > 2004, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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 ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UN 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.

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

- oui
- non

[SI OUI À D3 POSER E1]

E1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de 6 mois à 4 ans ?

- oui
- non

QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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

Q3:

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

CAMPAIGN-SPECIFIC QUESTIONS [ASK IN BASELINE AND POST-CAMPAIGN SURVEYS]

ASK ALL RESPONDENTS

T1A: Au cours des six dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada sur les vaccins COVID-19 ?

[INDIQUER LE SUJET DE LA CAMPAGNE EN DEUX OU TROIS MOTS, SANS EN DÉCRIRE LE THÈME.]

- oui
- non => ALLEZ À T1D

T1B:

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les vaccins COVID-19 ?

[REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES EN-TÊTES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Publications imprimées	
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	

Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	Télévision
Internet / numérique	
	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continue (par exemple Spotify, Podcast)
Une application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Internet	Twitter
Sites web de nouvelles	Moteur de recherche (par exemple Google, Bing)
	YouTube
Affichages intérieur et extérieur	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
Aréna/stade	Panneau d'affichage routier
Aéroport	Présentoir dans un point de vente
Cinéma	Restaurant
Sur le campus d'une école	Salle de bains
Panneau d'affichage numérique	Centre commercial
Le bureau de médecin	Pharmacie
Ascenseur	Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)
Option(s) obligatoire(s) :	
Autre, veuillez préciser:	

T1C:

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D: Avez-vous reçu un vaccin contre le COVID-19 (au moins une dose) ?

Oui

Non (passez à T1F)

T1E: Combien de doses avez-vous reçues ?

- 1
- 2
- 3
- 4+
- Je ne sais pas

T1F: Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec les énoncés suivants ?

	Tout à fait en accord	Plutôt en accord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	Je ne sais pas
Vous pouvez attraper la COVID-19 plusieurs fois.						
Vous pouvez attraper la COVID-19 même si vous êtes vacciné.						
Vous avez moins de chances de tomber gravement malade à cause de la COVID-19 si vous êtes vacciné (par exemple, ne pas être hospitalisé).						
Il est important de rester à jour dans ses vaccins contre la COVID-19.						
La mise à jour de la vaccination contre la COVID-19 comprend des rappels.						
L'immunité conférée par une infection à la COVID-19 est de courte durée et moins efficace.						
La protection contre la COVID-19 est plus longue avec la vaccination et plus efficace que l'immunité due à une infection.						

T1G: Dans quelle mesure est-il probable que vous restiez à jour dans l'administration de vos doses de COVID-19 (c'est-à-dire que vous continuiez à les recevoir lorsque vous devenez éligible à des doses supplémentaires) ?

Très probable

- Assez probable
- Peu probable
- Pas du tout probable
- Je ne sais pas

T1H: Si les vaccins contre la COVID-19 étaient proposés comme vaccins de routine (par exemple, tous les ans), quelle serait la probabilité que vous vous les procuriez ?

- Très probable
- Assez probable
- Peu probable
- Pas du tout probable
- Je ne sais pas

T1I: Si les vaccins contre la COVID-19 étaient proposés comme vaccins de routine (par exemple, tous les ans), quelle serait la probabilité que vous vous les procuriez ?

- Très probable
- Assez probable
- Peu probable
- Pas du tout probable
- Je ne sais pas

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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 39 999 \$
- entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- entre 60 000 \$ et 79 000 \$
- entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- entre 100 000 \$ et 149 999 \$
- entre 150 000 \$ et 199 999 \$

- 200 000 \$ 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 2022

D7: Vous pouvez appartenir à un ou plusieurs groupes raciaux ou culturels figurant dans la liste suivante. Veuillez sélectionner tous les éléments qui s'appliquent.

- Blanc
- Asiatique du Sud (par exemple, Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais, etc.)
- Chinois
- Noir
- Philipinnes
- Latino américain
- Arabe
- Asiatique du Sud-Est (par exemple, vietnamien, cambodgien, malaisien, thaïlandais, laotien, etc.)
- Asiatique occidental (par exemple, Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Personne autochtone (Premières nations, Métis ou Inuk (Inuit))

- Autre, veuillez préciser

D8: Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de [AJOUTER LE NOM DU MINISTÈRE/DE L'ORGANISME].

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

## **Appendix C — Questionnaires post-test de la campagne**

### **Parents d'enfants de 6 mois à 12 ans**

INTRODUCTION [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS LA CAMPAGNE]

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ [SONDAGE DE RÉFÉRENCE : 5 minutes / SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE : 7 minutes] à compléter.

#### DÉBUT DU 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) Quel est votre genre?

- homme
- femme
- autre
- je préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

YYYY

TRANCHE ADMISSIBLE : 1900 À 2004

SI L'ANNÉE EST > 2004, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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 ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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

NE CHOISIR QU'UN 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.

D7: Vous pouvez appartenir à un ou plusieurs groupes raciaux ou culturels figurant dans la liste suivante. Veuillez sélectionner tous les éléments qui s'appliquent.

- Blanc
- Asiatique du Sud (par exemple, Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais, etc.)
- Chinois
- Noir
- Philipinnes
- Latino américain

- Arabe
- Asiatique du Sud-Est (par exemple, vietnamien, cambodgien, malaisien, thaïlandais, laotien, etc.)
- Asiatique occidental (par exemple, Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Personne autochtone (Premières nations, Métis ou Inuk (Inuit))
- Autre, veuillez préciser

D8. Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_

e1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de 6 mois à 12 ans ?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants) [ZONE DE TEXTE NUMÉRIQUE]

Non

[SI OUI À E1, DEMANDEZ E2, SINON TERMINEZ].

e2. Veuillez indiquer l'âge de votre/vos enfant(s) ci-dessous. Si votre enfant a moins d'un an, veuillez indiquer 0.

Enfant 1 [BOÎTE DE TEXTE NUMÉRIQUE, GAMME 0-6].

Enfant 2 [BOÎTE DE TEXTE NUMÉRIQUE, GAMME 0-6].

[INSÉRER LES CASES CORRESPONDANT AU NOMBRE D'ENFANTS - ENFANT 1, ENFANT 2, ENFANT 3, ETC.]CORE QUESTIONS [ASK IN BASELINE AND POST-CAMPAIGN SURVEYS]

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

Q3: Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A : Au cours des six dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement sur les vaccins COVID-19 pour les enfants ?

- oui
- non => ALLEZ À T1D

T1B: Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les vaccins COVID-19 pour les enfants ?

[REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES EN-TÊTES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Publications imprimées	
Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	Télévision
Internet / numérique	

Télévision numérique/connectée (p. ex. Xbox, PlayStation, Roku, Amazon Fire TV, Apple TV)	
Facebook	Radio numérique/en continue (par exemple Spotify, Podcast)
Une application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Internet	Twitter
Sites web de nouvelles	Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)
Pinterest	YouTube
<b>Affichages intérieur et extérieur</b>	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
	Panneau d'affichage routier
	Présentoir dans un point de vente
	Salle de bains
Panneau d'affichage numérique	Centre commercial
Le bureau de médecin	
Ascenseur	Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser	

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS

T1D: En pensant à votre/vos enfant(s) âgé(s) de 6 mois à 12 ans, avez-vous l'intention de les faire vacciner contre la COVID-19 ?

- Oui, ils ont déjà été vaccinés (passez à T1F)
- Oui, dès qu'il sera disponible, quel que soit le type de vaccin
- Oui, dès qu'il sera disponible, mais seulement s'il s'agit d'un vaccin sans ARNm
- Oui, mais j'attendrai un peu avant de faire vacciner mon (mes) enfant(s)
- Non, je ne ferai pas vacciner mon ou mes enfants
- Je ne prends pas ces décisions

- Je ne sais pas

[POSER SI “Oui, ils ont déjà été vaccinés” à T1D2]

T1D2. En pensant à votre/vos enfant(s) âgé(s) de 5 à 12 ans, combien de doses du vaccin contre la COVID-19 a-t-il/ont-ils reçues?

- 1 dose
- 2 doses
- 3 doses
- Aucune. Je vais attendre un peu avant de faire vacciner mon/mes enfant(s)
- Aucune. Je ne vais pas faire vacciner mon/mes enfant(s)
- Je ne suis pas sûr(e)

[POSER SI “Oui, ils ont déjà été vaccinés” À T1D ou 1,2, 3 doses À T1D2]

T1Db: Quelles sont les raisons qui vous ont incité(e) à faire vacciner votre/vos enfant(s) contre la COVID-19? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

- Pour qu'ils soient eux-mêmes protégés ou protéger les membres du foyer contre l'infection par la COVID-19
- Pour réduire la gravité de la maladie si mon enfant contracte la COVID-19
- Recommandation de la santé publique
- Pour prévenir la propagation de la COVID-19 dans ma communauté
- Pour réduire la pression sur le système de santé publique
- Mon/mes enfant(s) est/sont à risque de conséquences plus graves d'une infection par la COVID-19 en raison d'un problème de santé et/ou d'un handicap
- Le vaccin contre la COVID-19 a été recommandé par un professionnel de la santé
- Le vaccin contre la COVID-19 était disponible et nous a été offert
- En vue d'un voyage
- Pour aider à reprendre une vie plus normale (p. ex. : réduire les perturbations dans les activités sociales, réduire l'isolement social, levée des mesures de santé publique, etc.)
- Autre, veuillez préciser :
- Je ne sais pas
- Je préfère ne pas répondre

[POSER SI PAS “Oui, ils ont déjà été vaccinés” À T1D ni 1,2, 3 doses À T1D2]

T1E. Parmi les facteurs suivants, lesquels vous inciteraient à vacciner votre (vos) enfant(s) contre la COVID-19 ? Veuillez choisir les trois principaux. [Randomisez sauf autre et je ne sais pas]

- L'assurance de mon professionnel de santé que les vaccins sont sans danger pour mes enfants.
- Plus d'informations sur les effets potentiels à long terme de l'infection de mes enfants par la COVID-19.
- Plus d'informations sur les enfants qui ont reçu le vaccin contre la COVID-19, par exemple à partir d'essais cliniques impliquant des enfants ou d'une utilisation réelle, y compris les données sur la sécurité et l'efficacité.
- Des organisations internationales de la santé déclarant que le vaccin est sécuritaire pour les enfants, sur la base des résultats de tests effectués dans le monde entier.
- La possibilité de faire vacciner mon enfant dans un endroit pratique de ma communauté.
- L'assurance de pouvoir être avec mon (mes) enfant(s) pendant la vaccination.
- Voir ou entendre parler des amis, des membres de ma famille ou d'autres personnes que je connais qui font vacciner leur(s) enfant(s).
- Plus d'informations sur les avantages de la vaccination des enfants, c'est-à-dire la protection contre les maladies graves et la longue COVID.
- Plus d'informations sur la façon dont les vaccins fonctionnent et développent l'immunité chez les enfants.
- Obtenir plus d'informations sur les risques pour les enfants de la COVID-19 (par exemple, la "COVID longue") et des hospitalisations.
- Rien ne me rendrait plus enclin à vacciner mon (mes) enfant(s) contre le COVID-19.
- Recevoir une incitation financière.
- Information sur le meilleur moment pour administrer une autre dose, en fonction du risque dans ma communauté.
- Autre, veuillez préciser :
- Je ne sais pas

T1F

Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec chacune des déclarations suivantes, en général...

COLONES

Tout à fait d'accord

Plutôt d'accord

Plutôt pas d'accord

Pas du tout d'accord

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

[RANGÉES, RANDOMISER]

- a. Les vaccins contre la COVID-19 sont sécuritaires pour les enfants de moins de 5 ans.
- b. Les vaccins contre la COVID-19 sont sécuritaires pour les enfants âgés de 5 à 12 ans.
- c. Un enfant qui a eu la COVID-19 doit quand même se faire vacciner.
- d. La vaccination peut aider à protéger les enfants contre les maladies graves et les effets potentiels à long terme de la COVID-19.
- e. La vaccination offre une protection plus durable contre les maladies graves que l'immunité naturelle.

T1G. La récente pandémie de COVID-19 a-t-elle eu un impact sur votre confiance envers les vaccins en général ?

- Je suis beaucoup moins confiant maintenant
- Je suis un peu moins confiant maintenant
- Environ la même chose qu'avant
- Je suis un peu plus confiant maintenant
- Je suis beaucoup plus confiant maintenant
- Je ne sais pas

QUESTIONS SUR LE RAPPEL DES PUBLICITÉS [À POSER DANS L'ENQUÊTE POST-CAMPAGNE UNIQUEMENT].

T1H: Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur divers médias. Cliquez ici pour les visionner.

[Mettre la video sur une page]

[Mettre les images sur une autre page]

[cliquez pour aller à l'autre page]

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

Oui

non

=> Allez à T1J

T1I: Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.

Publications imprimées	
Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	Télévision
Internet / numérique	
Télévision numérique/connectée (p. ex. Xbox, PlayStation, Roku, Amazon Fire TV, Apple TV)	
Facebook	Radio numérique/en continu (streaming) (p. ex. Spotify, balados)
Application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site web sur internet	Twitter
Sites d'information en ligne	Recherches sur internet (p. ex. : Google, Bing)
Pinterest	YouTube
Affichages intérieur et extérieur	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
	Panneau d'affichage sur l'autoroute
	Présentoir en point de vente
	Toilettes
Panneau d'affichage numérique	Centre d'achat
Cabinet d'un médecin	

Ascenseur	Transport en commun (p. ex. : à l'intérieur/sur les parois du bus/métro ou dans les abribus)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser :	

T1J:

À votre avis, quel est le message principal que l'on essaie de transmettre dans ces publicités?

T1K:

Veuillez indiquer votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes concernant ces publicitésL

**RANDOMIZE STATEMENTS**

	1	2	3	4	5
	Tout à fait en désaccord				Tout à fait d'accord
Ces publicités attirent 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 aux dépens d'un autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités parlent 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 dispose d'informations sur la vaccination des enfants contre la COVID-19	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

**QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]**

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 39 999 \$
- entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- entre 60 000 \$ et 79 000 \$
- entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- entre 100 000 \$ et 149 999 \$
- entre 150 000 \$ et 199 999 \$
- 200 000 \$ 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 2022

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de [AJOUTER LE NOM DU MINISTÈRE/DE L'ORGANISME].

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.

## General population

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click English [PASSEZ A LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ [SONDAGE DE RÉFÉRENCE : 5 minutes / SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE : 7 minutes] à compléter.

### DÉBUT DU 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) Quel est votre genre?

- homme
- femme
- autre
- je préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

YYYY

TRANCHE ADMISSIBLE : 1900 À 2004

SI L'ANNÉE EST > 2004, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

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 ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UN 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.

D3: Y a-t-il des enfants de moins de 18 ans qui habitent actuellement avec vous dans votre foyer?

- oui
- non

[SI OUI À D3 POSER E1]

E1.

Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de 6 mois à 4 ans ?

- oui
- non

D7: Vous pouvez appartenir à un ou plusieurs groupes raciaux ou culturels figurant dans la liste suivante. Veuillez sélectionner tous les éléments qui s'appliquent.

- Blanc
- Asiatique du Sud (par exemple, Indien de l'Est, Pakistanais, Sri Lankais, etc.)
- Chinois
- Noir
- Philippones
- Latino américain
- Arabe
- Asiatique du Sud-Est (par exemple, vietnamien, cambodgien, malaisien, thaïlandais, laotien, etc.)
- Asiatique occidentale (par exemple, Iranien, Afghan, etc.)
- Coréen
- Japonais
- Personne autochtone (Premières nations, Métis ou Inuk (Inuit))
- Autre, veuillez préciser

D8: Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_

QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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

Q3: Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS 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 sur les vaccins COVID-19 ?

oui

non => ALLEZ À T1D

T1B: Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les vaccins COVID-19 ?

[REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES EN-TÊTES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Publications imprimées	
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	
Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	Télévision
Internet / numérique	
Télévision numérique/connectée (p. ex. Xbox, PlayStation, Roku, Amazon Fire TV,	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continue (par exemple Spotify, Podcast)
Une application mobile	TikTok

Instagram	Twitch
Site web sur internet	Twitter
Sites d'information en ligne	Recherches sur internet (p. ex. : Google, Bing)
	YouTube
<b>Affichages intérieur et extérieur</b>	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
Aréna/stade	Panneau d'affichage routier
Aéroport	Présentoir dans un point de vente
Cinéma	Restaurant
Sur le campus d'une école	Toilettes
Panneau d'affichage numérique	Centre d'achat
Cabinet du médecin	Pharmacie
Ascenseur	Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un aribus)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser	

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D: Avez-vous reçu un vaccin contre le COVID-19 (au moins une dose) ?

Oui

Non

Poser si oui à T1D

T1E: Combien de doses avez-vous reçues ?

1

2

3

4+

Je ne sais pas

T1F: Dans quelle mesure êtes-vous en accord avec les énoncés suivants ?

	Tout à fait en accord	Plutôt en accord	Ni en accord ni en désaccord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	Je ne sais pas
Vous pouvez attraper la COVID-19 plusieurs fois.						
Vous pouvez attraper la COVID-19 même si vous êtes vacciné.						
Vous avez moins de chances de tomber gravement malade à cause de la COVID-19 si vous êtes vacciné (par exemple, ne pas être hospitalisé).						
Il est important de rester à jour dans ses vaccins contre la COVID-19.						
La mise à jour de la vaccination contre la COVID-19 comprend des rappels.						
L'immunité conférée par une infection à la COVID-19 est de courte durée et moins efficace.						
La protection contre la COVID-19 est plus longue avec la vaccination et plus efficace que l'immunité due à une infection.						

POSER SI T1D = oui

T1G. Dans quelle mesure est-il probable que vous restiez à jour dans l'administration de vos doses de COVID-19 (c'est-à-dire que vous continuiez à les recevoir lorsque vous devenez éligible à des doses supplémentaires) ?

- Très probable
- Assez probable
- Peu probable
- Pas du tout probable
- Je ne sais pas

T1H: Si les vaccins contre la COVID-19 étaient proposés comme vaccins de routine (par exemple, tous les ans), quelle serait la probabilité que vous vous les procuriez ?

- Très probable
- Assez probable
- Peu probable
- Pas du tout probable
- Je ne sais pas

T1I. La récente pandémie de COVID-19 a-t-elle eu un impact sur votre confiance envers les vaccins en général ?

- Je suis beaucoup moins confiant maintenant
- Je suis un peu moins confiant maintenant
- Environ la même chose qu'avant
- Je suis un peu plus confiant maintenant
- Je suis beaucoup plus confiant maintenant
- Je ne sais pas

QUESTIONS SUR LE RAPPEL DES PUBLICITÉS [À POSER DANS L'ENQUÊTE POST-CAMPAGNE UNIQUEMENT].

T1H: Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur divers médias. Cliquez ici pour les visionner.

[Mettre la vidéo sur une page]

[Mettre les images sur une autre page]

[cliquez pour aller à l'autre page]

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

- Oui
- non

T1I: Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT.

Publications imprimées

Circulaire/carton publicitaire/brochure (par la poste)	
<b>Télédiffusion / Radiodiffusion</b>	
Radio	Télévision
<b>Internet / numérique</b>	
Télévision numérique/connectée (p. ex. Xbox, PlayStation, Roku, Amazon Fire TV, Apple TV)	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continu (streaming) (p. ex. Spotify, balados)
Application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site web sur internet	Twitter
	Jeu vidéo
Sites d'information en ligne	Recherches sur internet (p. ex. : Google, Bing)
	YouTube
<b>Affichages intérieur et extérieur</b>	
<b>Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.</b>	
Aréna/stade	Panneau d'affichage sur l'autoroute
Aéroport	Présentoir en point de vente
Cinéma	Toilettes
Panneau d'affichage numérique	Centre d'achat
Toilettes	Pharmacie
Campus de l'école	Cabinet du médecin
Ascenseur	Transport en commun (p. ex. : à l'intérieur/sur les parois du bus/métro ou dans les aribus)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser :	

T1J: À votre avis, quel est le message principal que l'on essaie de transmettre dans ces publicités?

T1K:

Veillez indiquer votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes concernant ces publicités:

	1 Tout à fait en désaccord	2	3	4	5 Tout à fait d'accord
Ces publicités attirent 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 aux dépens d'un autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités parlent 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 chaque personne devrait se maintenir à jour sur ses vaccins contre la COVID-19, et pourquoi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

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 39 999 \$
- entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- entre 60 000 \$ et 79 000 \$
- entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- entre 100 000 \$ et 149 999 \$
- entre 150 000 \$ et 199 999 \$
- 200 000 \$ et plus

- o préfère ne pas répondre

D5: Où êtes-vous né(e)?

- o au Canada
- o 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 2022

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de [AJOUTER LE NOM DU MINISTÈRE/DE L'ORGANISME].

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.