



Health
Canada Santé
Canada

Santé mentale, consommation de substances et le 9-8-8 : Ligne d'aide en cas de crise de suicide– Trois sondages de l'outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP)

Rapport méthodologique

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos

Numéro de contrat : HT352-23-5282

Valeur du contrat : 129 839,71 \$

Date d'attribution : 9 février 2024

Date de livraison : 22 mai 2024

Numéro d'enregistrement : POR 116-23

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse :
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

This report is also available in English.

Canada



ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

Je certifie par la présente, en tant qu'officier supérieur d'Ipsos, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Brad Griffin", with a stylized flourish at the end.

Brad Griffin
Président
Affaires publiques Ipsos



Santé mentale, consommation de substances et le 9-8-8 : Ligne d'aide en cas de crise de suicide – Trois sondages de l'outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF)

Rapport méthodologique

Préparé pour Santé Canada et l'Agence de la santé publique du Canada

Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos

Mai 2024

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie utilisée dans le cadre des sondages en ligne Santé mentale, consommation de substances et le 9-8-8 : Ligne d'aide en cas de crise de suicide – Trois sondages de l'outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF), menés par Affaires publiques Ipsos pour le compte de Santé Canada et de l'Agence de la santé publique du Canada. Pour la phase 1, un sondage d'après campagne a été mené auprès d'un échantillon de n=2 158 Canadiens âgés de 16 ans et plus entre le 7 et le 20 mars 2024 afin d'évaluer l'incidence de la campagne existante « Obtenez de l'aide ici ». Pour la phase 2, un sondage de référence a été mené afin d'établir des points de référence pour une nouvelle campagne « Hors champ », qui comprend des renseignements sur les ressources, les services et les soutiens sur Canada.ca/sante-mentale, ainsi que la nouvelle ligne d'aide en cas de crise de suicide, 9-8-8. Le sondage de référence a été mené auprès d'un échantillon de n=2 198 Canadiens âgés de 16 ans et plus entre le 6 et le 20 mars 2024. Après une courte période sur le marché, un sondage d'après campagne a été mené pour évaluer la nouvelle campagne. Il a été mené auprès d'un échantillon de n=2 108 Canadiens âgés de 16 ans et plus entre le 11 et le 24 avril 2024.

This publication is also available in English under the title: Mental Health, Substance Use, and 9-8-8: Suicide Crisis Helpline – Three Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) Surveys

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Pour ce faire, il faut d'abord obtenir une autorisation écrite de la part de Santé Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse : hc.cpub.por-rop.dgcap.sc@canada.ca ou à :

Direction générale des communications

Santé Canada

200, Promenade Eglantine

AL 1915C, Pré Tunney

Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Numéro de catalogue: H14-630/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-72548-2

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 116-23)

Numéro de catalogue H14-630/2024E-PDF (rapport définitif, en français)

ISBN 978-0-660-72547-5

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de la Santé, 2024.

1. Contexte

Les effets néfastes sur la santé mentale, les méfaits associés à la consommation de substances et le décès par suicide sont des problèmes de santé publique importants qui touchent des personnes de tous âges et de tous horizons dans l'ensemble du Canada.

- Santé mentale et consommation de substances : alors que de nouvelles données suggèrent que 69 % des Canadiens pensent que le pays traverse une crise de santé mentale, des données historiques ont montré que la santé mentale des Canadiens était en déclin avant la pandémie de COVID-19, mais aussi après ^{1,2}. Au début de l'année 2023, environ 4 personnes sur 10 au Canada considéraient que leur santé mentale était mauvaise, et au moins 64 % déclaraient avoir des amis ou des membres de leur famille ayant des problèmes de santé mentale (dépression, anxiété, pensées suicidaires, etc.) ^{3,4,5}.
- Suicide et blessures auto-infligées : chaque jour, en moyenne 12 personnes se suicident au Canada ^{6,7}. À compter de 2020, cela se traduit par plus de 3 800 décès par blessure intentionnellement auto-infligée (suicide) au Canada ⁸. Des recherches antérieures ont également révélé que le suicide était la neuvième cause de décès au Canada et la deuxième cause de décès chez les personnes âgées de 15 à 34 ans, notamment chez les jeunes membres de la communauté 2ELGBTQI+ ^{9,10}.

Diverses initiatives et divers engagements du gouvernement du Canada sont mis en œuvre pour investir dans les services en matière de santé mentale, de consommation de substances et de prévention du suicide pour les Canadiens. Dans le cadre de cette réponse, Santé Canada (SC) et l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) s'efforcent d'améliorer la visibilité et l'utilisation des ressources, services et soutiens gratuits ainsi que l'accès à ceux-ci afin d'aider les Canadiens à gérer leurs besoins et défis en matière de santé mentale.

Au moyen d'initiatives de sensibilisation publique, SC et l'ASPC ont lancé une campagne publicitaire nationale en deux phases de 3,6 millions de dollars¹¹ visant à promouvoir des soutiens opportuns et équitables en matière de santé mentale, de consommation de substances et d'intervention en cas de suicide pour des millions de personnes vivant au Canada :

- **La phase 1** a continué d'atteindre et d'engager les Canadiens ayant un intérêt général pour les ressources, les services et les soutiens en matière de santé mentale et de consommation de substances avec une création publicitaire existante « **Obtenez de l'aide ici** », qui a été développée au

¹ Association canadienne pour la santé mentale (2023). [De nouvelles données révèlent que 87 % des personnes vivant au Canada veulent avoir accès à des soins de santé mentale universels.](#)

² SC et ASPC. Données SPB – usage interne.

³ 30 % d'entre eux ont jugé leur santé mentale « moyenne », tandis que 12 % l'ont jugée « mauvaise » ou « très mauvaise ». L'évaluation « moyenne » se situe dans les trois derniers rangs d'une échelle normalisée dans la recherche universitaire. Ensemble, les notes « moyenne », « mauvaise » et « très mauvaise » constituent la note « totale mauvaise ».

⁴ SC (2022). Sondage de suivi sur la COVID-19 : Vague 18. Santé Canada. Sondage de suivi sur la COVID-19 : Vague 20. Collecte de données effectuée entre le 12 et le 30 janvier 2022, p. 19

⁵ CAMH, Parlons suicide Canada et Innovative Research Group (2023). Recherche sur la notoriété de la marque Parlons suicide Canada et le 988 – Résultats du sondage de juin 2023 – Rapport préliminaire.

⁶ Statistique Canada (2022). [Base canadienne de données de l'état civil – Décès 2017–2019. Données publiées en janvier 2022.](#)

⁷ Institut canadien d'information sur la santé (ICIS). [Base de données sur les congés des patients \(BDGP\), Système national d'information sur les soins ambulatoires \(SNISA\) et Système d'information ontarien sur la santé mentale \(SIOSM\). Année fiscale 2020-2021.](#)

⁸ Statistique Canada (2022).

⁹ ASPC (2023). [Suicide au Canada.](#)

¹⁰ Statistique Canada (2022). [Les principales causes de décès ont été classées en fonction du nombre de décès signalés dans la Base canadienne de données de l'état civil – Décès.](#)

¹¹ Montant estimé; les dépenses réelles de la campagne seront disponibles dans le rapport annuel du gouvernement du Canada sur la publicité de SPAC.

moyen d'essais auprès de groupes cibles et évaluée avec des OECF publicitaires avant et après la campagne.

- La **phase 2** a consisté en une nouvelle campagne publicitaire, « **Hors champ** », axée sur la santé mentale en général et la consommation de substances et comprenant des renseignements sur le 9-8-8: Ligne d'aide en cas de crise de suicide, financée par le gouvernement du Canada et gérée par le Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH). Cette nouvelle campagne visait à sensibiliser les Canadiens et à susciter leur intérêt à divers stades de leur recherche de soutien en matière de santé mentale, de consommation de substances et de la prévention de suicide, afin qu'ils interagissent avec les ressources, services et soutiens gratuits compilés sur Canada.ca/sante-mentale.

Les deux phases de l'évaluation de cette campagne publicitaire ont ciblé la population canadienne générale âgée de 16 ans et plus¹². De plus, sur la base d'une recherche pluriannuelle, les campagnes (et les évaluations de suivi) ont également ciblé six sous-populations à risque et prioritaires :

1. Jeunes et jeunes adultes âgés de 16 à 34 ans
2. Peuples autochtones (Premières Nations, Métis et Inuits)
3. Population 2ELGBTQI+
4. Parents et gardiens d'enfants âgés de 10 à 17 ans
5. Population racialisée
6. Hommes âgés de 35 ans ou plus

Pour soutenir et évaluer les deux phases de la campagne publicitaire, SC et l'ASPC ont mené trois (3) sondages OECF.

- Le premier sondage OECF a réévalué la phase 1 de la campagne « **Obtenez de l'aide ici** » après son relancement sur le marché. Il a fourni une lecture actualisée de l'incidence de la campagne à la suite des sondages OECF menés avant et après la campagne au cours des exercices précédents.
- Les deux (2) sondages OECF supplémentaires, l'un avant et l'autre après la campagne, ont été menés pour obtenir une première évaluation de la phase 2 de la campagne « **hors champ** ».

2. Objectifs de la recherche

La Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement exige l'évaluation des campagnes publicitaires dont les achats médias s'élèvent à plus d'un million de dollars au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF). L'OECF a été créé en 2002 à la suite d'une directive du Cabinet invoquant la nécessité d'adopter une approche d'évaluation des publicités standard à l'échelle des ministères. Les principaux objectifs consistaient à apporter une rigueur et une uniformité dans l'évaluation des campagnes publicitaires et à mettre au point des normes sur les données permettant d'évaluer les campagnes.

Les objectifs de la recherche étaient les suivants :

¹² Les OECF précédents s'adressaient aux personnes âgées de 18 ans et plus.

- Déterminer si les gens ont vu les publicités associées à la campagne.
- Déterminer où les publicités ont été vues.
- Mesurer le rappel d'éléments précis de la campagne.
- Déterminer les changements d'attitudes et de comportements à la suite de la campagne publicitaire (par exemple, les gens ont-ils cherché un soutien ou une aide immédiate ou ultérieure?).
- Déterminer si les personnes ont fait quelque chose après avoir vu la publicité (par exemple, consulter le site Canada.ca/sante-mentale ou l'une des ressources énumérées sur cette page, comme la ligne d'aide 9-8-8).

Les résultats du sondage OECF seront utilisés pour continuer de s'appuyer sur un ensemble de recherches sur la sensibilisation publique en matière de santé mentale, de consommation de substances et de prévention du suicide, afin de poursuivre l'itération des futures campagnes, de développer des stratégies de sensibilisation publique et de mener une analyse approfondie de l'incidence de la campagne à l'échelle nationale et à l'échelle des populations à risque.

Public cible

Le public cible était le même pour les trois sondages OECF. Chaque sondage ciblait la population générale des participants âgés de 16 ans et plus. Les sous-populations suivantes étaient représentées en nombre suffisant pour pouvoir faire l'objet d'une analyse de sous-groupe :

1. Jeunes et jeunes adultes âgés de 16 à 34 ans
2. Peuples autochtones (Premières Nations, Métis et Inuits)
3. Population 2ELGBTQI+
4. Parents et gardiens d'enfants âgés de 10 à 17 ans
5. Populations racialisées
6. Hommes âgés de 35 ans ou plus

3. Méthode

3.1 Collecte des données

Chaque sondage a été réalisé en ligne à l'aide d'un comité en ligne non probabiliste. Il s'agit de l'approche standard pour tous les sondages d'évaluation de la publicité du gouvernement du Canada. La plateforme de sondage était conforme à la Loi de sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario (LAPHO), conformément aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG2.0AA). Les participants au sondage avaient la possibilité de communiquer leurs besoins spécifiques en matière d'accessibilité par courriel. L'invitation au sondage comprenait le numéro d'enregistrement du sondage du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC) afin que les répondants puissent vérifier la légitimité du sondage en

tant qu'initiative de recherche parrainée par le gouvernement du Canada. Les répondants au sondage ont été informés de leurs droits en vertu de la Loi sur la protection des renseignements personnels, de la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et de la Loi sur l'accès à l'information. Ils ont également été informés que leurs droits étaient protégés tout au long du processus de recherche.

Les sondages ont été menés en anglais et en français, et les répondants avaient la possibilité de répondre aux sondages dans la langue officielle de leur choix. Tous les sondages ont duré moins de 15 minutes en moyenne. Les sondages d'après campagne de la phase 1 et de la phase 2 comportaient trois questions ouvertes, tandis que le sondage de référence de la phase 2 comportait deux questions ouvertes.

Phase 1 : Pour le sondage d'après campagne, une évaluation préliminaire a été menée le 7 mars 2024. Celle-ci a obtenu 39 réponses (19 en anglais et 20 en français). Aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 7 mars et le 20 mars 2024.

Phase 2 : L'évaluation préliminaire du sondage de référence a été menée le 6 mars 2024. Celle-ci a obtenu 42 réponses (20 en anglais et 22 en français), et aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 6 mars et le 20 mars 2024. En ce qui concerne le sondage d'après campagne, une évaluation préliminaire a été menée le 11 avril 2024. Celle-ci a obtenu 41 réponses (21 en anglais et 20 en français). Aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 11 avril et le 24 avril 2024.

3.2 Base d'échantillonnage

Phase 1, « Obtenez de l'aide ici » : le sondage d'après campagne a été mené auprès d'un échantillon de $n=2$ 158 Canadiens âgés de 16 ans ou plus. Les quotas ont été fixés pour assurer une représentation adéquate par région, âge et genre, selon les dernières données de recensement. Les résultats du sondage OECF d'après campagne ont été comparés au niveau de référence précédent et à deux (2) sondages OECF d'après campagne (c'est-à-dire ceux recueillis en mars 2022 et en mars 2023 auprès des Canadiens âgés de 16 ans ou plus). La comparaison avec les sondages OECF d'après campagne antérieurs permet d'évaluer l'incidence globale de la campagne.

Phase 2, « Hors champ » : le sondage de référence a été mené auprès d'un échantillon de $n=2$ 198 Canadiens âgés de 16 ans ou plus. Le sondage d'après campagne a été mené auprès d'un échantillon de $n=2$ 108 Canadiens âgés de 16 ans ou plus. Pour les deux sondages, des quotas ont été fixés pour assurer une représentation adéquate par région, âge et genre, selon les dernières données de recensement.

Pondération de l'échantillon

Le tableau ci-dessous montre les distributions non pondérées et pondérées de l'échantillon en ligne. Une pondération a été appliquée à l'échantillon afin que les données finales reflètent la population adulte générale par région, âge et genre selon le recensement de 2021. Une technique de méthode itérative aléatoire a été

appliquée pour la pondération. *Remarque : Il est possible que les totaux ne soient pas égaux à 100 % en raison de l'arrondissement.*

Échantillon en ligne pondéré et non pondéré (en nombre)

| | Phase 1 | | Phase 2 | | | |
|--|-------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|
| | Sondage de SUIVI | | Référence | | D'après | |
| | Échantillon non pondéré | Échantillon pondéré | Échantillon non pondéré | Échantillon pondéré | Échantillon non pondéré | Échantillon pondéré |
| Canada | | | | | | |
| Région | | | | | | |
| Colombie-Britannique et Yukon | 290 | 302 | 294 | 308 | 290 | 295 |
| Alberta et Territoires du Nord-Ouest | 254 | 237 | 243 | 242 | 218 | 232 |
| Prairies (Manitoba et Saskatchewan) et Nunavut | 144 | 151 | 150 | 154 | 160 | 148 |
| Ontario | 832 | 820 | 868 | 835 | 809 | 801 |
| Québec | 484 | 496 | 492 | 506 | 485 | 485 |
| Canada atlantique | 154 | 151 | 151 | 154 | 146 | 148 |
| Genre par âge | | | | | | |
| Homme de 16 à 34 ans | 281 | 312 | 307 | 317 | 271 | 309 |
| Homme de 35 à 44 ans | 174 | 173 | 174 | 173 | 158 | 165 |
| Homme de 45 à 54 ans | 167 | 163 | 164 | 166 | 167 | 158 |
| Homme de 55 à 64 ans | 186 | 182 | 181 | 185 | 181 | 178 |
| Homme de 65 ans ou plus | 211 | 218 | 213 | 222 | 219 | 213 |
| Femme de 16 à 34 ans | 328 | 305 | 348 | 304 | 281 | 296 |
| Femme de 35 à 44 ans | 191 | 181 | 189 | 183 | 186 | 176 |
| Femme de 45 à 54 ans | 177 | 168 | 171 | 173 | 183 | 165 |
| Femme de 55 à 64 ans | 190 | 192 | 186 | 195 | 197 | 187 |
| Femme de 65 ans ou plus | 234 | 244 | 231 | 248 | 243 | 238 |
| Diverses identités de genre | 19 | 19 | 34 | 32 | 22 | 23 |

Les chiffres présentés dans le tableau ci-dessus montrent des différences minimales entre les échantillons non pondérés et pondérés, sauf pour les hommes âgés de 16 à 34 ans. En raison de la forte représentativité des données non pondérées, le facteur de pondération le plus important appliqué à un répondant était de 1,45.

Les trois sondages ont été menés auprès d'un nouvel échantillon de répondants; il n'y a eu aucun chevauchement entre les sondages.

Les populations des sous-groupes cibles ont été saisies par élimination naturelle de l'échantillon de base, à l'exception des populations autochtones et de la communauté 2ELGBTQI+ qui ont nécessité des quotas et un suréchantillonnage.

Le tableau suivant indique les tailles d'échantillon non pondérées obtenues pour chacun des sous-groupes cibles dans les sondages de la phase 1 et de la phase 2.

Répartition de l'échantillon des cibles de sous-groupes à risque

| Critères | Phase 1 | Phase 2 | |
|---|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| | Sondage d'après campagne 2024 | Sondage de référence 2024 | Sondage d'après campagne 2024 |
| Jeunes et jeunes adultes âgés de 16 à 34 ans | 623 | 644 | 563 |
| Parents et gardiens d'enfants âgés de 10 à 17 ans | 328 | 334 | 347 |
| Populations racialisées | 487 | 486 | 479 |
| Hommes âgés de 35 ans ou plus | 738 | 746 | 725 |
| Autochtones | 150 | 150 | 165 |
| 2ELGBTQI+ | 226 | 285 | 195 |

3.3 Recrutement des participants

Source de l'échantillon

Ipsos a fait équipe avec Canadian Viewpoint Inc. pour le travail sur le terrain et pour obtenir l'échantillon requis. Canadian Viewpoint possède l'un des plus grands panels de consommateurs au Canada, avec environ 300 000 panélistes actifs. Comme Ipsos, Canadian Viewpoint utilise des stratégies mixtes (par téléphone/en ligne/en personne) pour former son panel, afin d'obtenir des échantillons plus représentatifs. Le panel de consommateurs en ligne de Canadian Viewpoint est également recruté à l'aide de sélectionneurs de publications lors de sondages téléphoniques, de Facebook, de listes approuvées en ligne et lors d'études en personne. Les incitatifs ne sont pas utilisés à des fins de recrutement pour garantir la qualité, mais les répondants sont récompensés d'avoir répondu au sondage de façon directement proportionnelle au temps nécessaire pour le faire et avec des incitatifs comparables offerts par d'autres sources de panel en ligne.

Les données complètes relatives au profilage du contexte recueillies lorsque les répondants se joignent à un panel permettent de cibler les répondants en fonction de critères clés, tels que la région, l'âge, le genre, le niveau d'études et de revenu, l'intention d'acheter une maison dans les 12 mois, la profession et d'autres caractéristiques.

Les données excluent tout répondant en double signalé par la saisie de l'adresse IP et excluent les panélistes qui ont répondu à un autre sondage du gouvernement du Canada au cours des 30 jours précédents en tant que membres de ce panel.

Statistiques sur les courriels

Pour ce sondage, un échantillon non probabiliste a été utilisé. Par conséquent, il est impossible de calculer le taux de réponse. Le taux de participation est calculé comme suit :

$$\text{Taux de participation (en \%)} = R / (R + DC + N) \times 100.$$

| | Phase 1 | Phase 2 | |
|---|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| | Sondage d'après campagne 2024 | Sondage de référence 2024 | Sondage d'après campagne 2024 |
| Cas non valides | 1 352 | 1 119 | 1 244 |
| Unités non résolues (N) | 0 | 0 | 0 |
| Dans le champ d'application – pas de réponse (DC) | 96 | 68 | 135 |
| Unités répondantes (R) | 3 201 | 3 222 | 3 292 |
| Taux de participation | 97 % | 98 % | 96 % |

Les cas d'un sondage en ligne peuvent être divisés en quatre grandes catégories :

Cas non valides

Il s'agit uniquement des cas clairement non valides (p. ex. : des invitations envoyées à des personnes qui ne se sont pas qualifiées pour l'étude, des adresses de courriel incomplètes ou manquantes dans une liste fournie par le client).

Unités non résolues (N)

Il s'agit de tous les cas où il est impossible d'établir si l'invitation a été envoyée à un répondant ou à une unité admissible ou non (p. ex. : lorsque les invitations par courriel reviennent ou restent sans réponse avant que le candidat puisse être qualifié).

Pour ce sondage, un routeur a été utilisé afin de filtrer les répondants potentiels et les assigner à l'un des nombreux sondages. De ce fait, il n'est pas possible d'estimer le nombre de cas « invités » à participer et s'ils étaient admissibles ou non. Par conséquent, il n'est pas possible d'estimer les cas « non résolus ».

Dans le champ d'application – pas de réponse (DC)

Il s'agit de tous les refus, qu'ils soient implicites ou explicites; toutes les absences de contact et les ruptures précoces des cas admissibles connus; et autres non-répondants admissibles (pour cause de maladie, congé autorisé, vacances ou autre).

Unités répondantes (R)

Il s'agit notamment des cas qui ont participé, mais qui ont été disqualifiés par la suite (par exemple, lorsque les quotas admissibles ont été atteints). Il s'agit également de tous les sondages remplis ou partiellement remplis qui répondent aux critères établis par le chercheur pour être inclus dans l'analyse des données.

Les unités non résolues (N), dans le champ d'application (DC) et répondantes (R) sont toutes incluses dans la grande catégorie des cas « potentiellement admissibles ». Cependant, les cas non valides ne sont pas inclus dans le calcul du taux de participation.

Pour ce sondage, les unités répondantes sont réparties comme suit.

| Achèvements | Phase 1 | | Phase 2 | |
|-------------------------------|-------------------------------|--|---------------------------|-------------------------------|
| | Sondage d'après campagne 2024 | | Sondage de référence 2024 | Sondage d'après campagne 2024 |
| Dépassement de quota | 1 043 | | 1 024 | 1 184 |
| Remplies – Qualifiées | 2 158 | | 2 198 | 2 108 |
| Unités répondantes (R) | 3 201 | | 3 222 | 3 292 |

La technologie d'acheminement des échantillons a fait appel à la randomisation pondérée pour attribuer les sondages aux participants. Lors de leur entrée dans le système, les panélistes ont été contrôlés pour s'assurer qu'ils n'avaient pas dépassé les limites de participation à des sondages. Une liste de correspondances potentielles avec le sondage a été établie pour chaque panéliste en fonction des informations connues à son sujet. Les panélistes ont été invités à répondre à des questions de sélection supplémentaires dans le système pour s'assurer qu'ils satisfaisaient aux critères du projet. En règle générale, la priorité peut être donnée aux sondages en retard; cependant, cela est réduit au minimum, car la randomisation du sondage doit rester en place en tant qu'élément clé pour éviter tout biais. Dans ce cas, une priorisation limitée a été appliquée pendant la période du sondage; il y a donc un faible risque de biais de l'échantillon.

Analyse des non-réponses

Les résultats de ces sondages ne sont pas statistiquement extrapolables à la population cible, car la méthode d'échantillonnage utilisée ne garantit pas que l'échantillon représente la population cible avec une marge d'erreur d'échantillonnage connue. Les pourcentages rapportés ne peuvent pas être généralisés à un groupe autre que l'échantillon étudié, et donc aucune inférence statistique formelle ne peut être tirée entre les résultats de l'échantillon et la population cible plus large qu'il est censé refléter.

Échantillon en ligne pondéré et non pondéré (en pourcentage)

Le tableau ci-dessous compare les échantillons non pondérés du sondage aux résultats du recensement de 2021 par région, âge et genre. L'échantillon est pondéré en fonction des résultats du recensement de 2021 afin de garantir qu'il est représentatif de la population adulte nationale.

| | Phase 1 | | Phase 2 | | | |
|----------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| | Sondage après | | Référence | | Après | |
| | Pourcentage non pondéré | Proportions du recensement de 2021 | Pourcentage non pondéré | Proportions du recensement de 2021 | Pourcentage non pondéré | Proportions du recensement de 2021 |
| Canada | | | | | | |
| Région* | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Colombie-Britannique et Yukon | 13 % | 14 % | 13 % | 14 % | 14 % | 14 % |
| Alberta et Territoires du Nord-Ouest | 12 % | 11 % | 11 % | 11 % | 10 % | 11 % |
| Prairies (Manitoba et Saskatchewan) et Nunavut | 7 % | 7 % | 7 % | 7 % | 8 % | 7 % |
| Ontario | 39 % | 38 % | 39 % | 38 % | 38 % | 38 % |
| Québec | 22 % | 23 % | 22 % | 23 % | 23 % | 23 % |
| Canada atlantique | 7 % | 7 % | 7 % | 7 % | 7 % | 7 % |
| Genre par âge* | | | | | | |
| Homme de 16 à 34 ans | 13 % | 15 % | 14 % | 15 % | 13 % | 15 % |
| Homme de 35 à 44 ans | 8 % | 8 % | 8 % | 8 % | 8 % | 8 % |
| Homme de 45 à 54 ans | 8 % | 8 % | 7 % | 8 % | 8 % | 8 % |
| Homme de 55 à 64 ans | 9 % | 9 % | 8 % | 9 % | 9 % | 9 % |
| Homme de 65 ans ou plus | 10 % | 10 % | 10 % | 10 % | 10 % | 10 % |
| Femme de 16 à 34 ans | 15 % | 14 % | 16 % | 14 % | 13 % | 14 % |
| Femme de 35 à 44 ans | 9 % | 8 % | 9 % | 8 % | 9 % | 8 % |
| Femme de 45 à 54 ans | 8 % | 8 % | 8 % | 8 % | 9 % | 8 % |
| Femme de 55 à 64 ans | 9 % | 9 % | 8 % | 9 % | 9 % | 9 % |
| Femme de 65 ans ou plus | 11 % | 11 % | 11 % | 11 % | 12 % | 11 % |
| Diverses identités de genre | 1 % | <1 % | 2 % | <1 % | 1 % | <1 % |

* Indique les variables incluses dans le système de pondération.

Les différences entre les variables utilisées dans le schéma de pondération sont minimales. La répartition de l'échantillon est uniforme, et les différences sont légères entre les pourcentages non pondérés et les données du recensement de 2021.

4. Annexe – Questionnaire du sondage

Remarque relative aux numéros des questions figurant dans les questionnaires

Cette étude est une étude de suivi et, à ce titre, les numéros des questions peuvent ne pas s'afficher dans l'ordre chronologique ou numérique. Nous utilisons le même script de programmation pour chaque vague supplémentaire de l'étude de suivi. Dans un souci de cohérence, les numéros de questions historiques sont conservés pour les nouvelles vagues, ce qui peut se traduire par une numérotation et un lettrage non séquentiels.

4.1.1 Phase 1 (« Obtenez de l'aide ici ») SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE (PHASE 1 campagne « *Obtenez de l'aide ici* »)

INTRODUCTION

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. Do you prefer to continue in English or French? / Préférez-vous continuer en français ou en anglais?

English

Français

Votre participation est volontaire et vos réponses resteront entièrement confidentielles. Répondre à ce sondage devrait prendre environ 15 minutes.

[COMMENCER LE SONDAGE](#)

Pour consulter notre politique de confidentialité, [cliquez ici](#).

Politique de confidentialité :

Anglais : [Privacy & Data Protection | Ipsos](#)

Français : [Confidentialité et protection des données personnelles | Ipsos](#)



Avis de confidentialité

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*. Nous ne recueillons que l'information dont nous avons besoin pour mener à bien le projet de recherche.

Objectif de la collecte : Nous avons besoin de vos renseignements personnels, comme les données démographiques, pour mieux comprendre le sujet de la recherche. Cependant, vos réponses sont toujours combinées à celles des autres répondants à des fins d'analyse et de rapport. Vous ne serez jamais identifié(e) directement.

Vos droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* : Vous avez le droit de déposer une plainte auprès du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada si vous estimez que vos renseignements personnels n'ont pas été traités correctement. Pour en savoir plus sur vos droits ou la façon dont nous traitons vos renseignements personnels, veuillez communiquer avec l'équipe de recherche sur l'opinion publique de Santé Canada à l'adresse courriel suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Si vous avez besoin d'une assistance technique, veuillez contacter daniel.kunasingam@ipsos.com.

- a) Travaillez-vous ou un membre de votre ménage travaille-t-il pour l'un des organismes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Une société d'études de marché

Un magazine ou journal

Une agence de publicité ou entreprise de conception graphique

Un parti politique

Une station de radio ou télévision

Une société de relations publiques

Le gouvernement fédéral ou provincial

Aucun de ces organismes [**choix exclusif**]

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « AUCUN DE CES ORGANISMES », CONTINUER, SINON LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

- b) Veuillez nous informer de la manière dont vous vous identifiez :

Un homme



Une femme

Transgenre

Non binaire

Bispirituel(le)

Un genre qui ne figure pas dans la liste ci-dessus

Je préfère ne pas répondre **[REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]**

B) En quelle année êtes-vous né(e)? **[Né(e) en 2007 = 16 ans]**

AAAA

FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2007

SI > 2007, REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE

POSER LA QUESTION D SI LA QUESTION C EST LAISSÉE VIDE

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 16 ans

De 16 à 24 ans

De 25 à 34 ans

De 35 à 44 ans

De 45 à 54 ans

De 55 à 64 ans

65 ans ou plus

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « MOINS DE 16 ANS », LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Alberta

Colombie-Britannique

Manitoba

Nouveau-Brunswick

Terre-Neuve-et-Labrador

Territoires du Nord-Ouest

Nouvelle-Écosse

Nunavut

Ontario

Île-du-Prince-Édouard

Québec



Saskatchewan

Yukon

Je préfère ne pas répondre [REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]

Je n'habite pas au Canada [REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR SAVOIR SI LE/LA RÉPONDANT(E) A DES ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS ET CONNAÎTRE SON ÂGE

D) Êtes-vous le parent ou tuteur d'un ou de plusieurs enfants de moins de 18 ans qui vivent sous votre toit?

Oui

Non

Je préfère ne pas répondre

[POSER LA QUESTION SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI 1 À D]

E) Quel est l'âge de l'enfant ou des enfants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Âgé de moins de 10 ans

10 ans – 17 ans

Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR DÉTERMINER SI LE/LA RÉPONDANT(E) FAIT PARTIE DES POPULATIONS AUTOCHTONES, ETHNIQUES OU RACISÉES

F) Vous identifiez-vous à l'un des groupes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Blanc (caucasien)

Autochtone (Premières Nations, Inuit[e] ou Métis[se])

Originaire de l'Asie du Sud

Chinois(e)

Philippin(e)

Originaire de l'Asie du Sud-Est

Originaire de l'Asie occidentale

Coréen(ne)

Japonais(e)

Communautés noires

Latino-Américain(e)

Arabe

Autre

Je préfère ne pas répondre [**choix exclusif**]

H) Vous identifiez-vous comme un membre de la communauté 2SLGBTQI+?

Oui

Non

Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE BASE

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Q1:

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada?

Oui
Non

=> ALLER À T1A

Q3:

Songez à la dernière publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

QUESTIONS RELATIVES À LA CAMPAGNE

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

T1A:

Depuis l'automne 2023, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada concernant des ressources ou services gratuits de soutien à la santé mentale et la consommation de substances?

Oui
Non

=> ALLER À Q1b

T1B:

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur des services et de l'aide en matière de santé mentale et de consommation de substances? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT [RANDOMISER]

- Site Web (p. ex. : Météo Média)
- Recherche sur le Web (p. ex. : Google, Bing)
- Sites d'information en ligne (p. ex. : Global News)
- Sites spécialisés en ligne (p. ex. : Out, Advocate)



Télévision numérique ou en continu (p. ex. : Netflix, Disney+, Sportsnet)
Dans une appli mobile
Dans un jeu sur appli mobile (p. ex. : Madden, FIFA, Bejeweled)
Snapchat
TikTok
YouTube
Restaurant
Centre commercial
Magasin (y compris les magasins d'alcool et de cannabis)
Panneau d'affichage numérique
Panneau d'affichage sur les autoroutes
Dans un centre-ville
Transport en commun (p. ex. : intérieur ou extérieur d'un autobus ou métro, d'un ariabus ou de mobilier urbain)
Application ou site web de diffusion audio en continu (p. ex. : Spotify)
En ligne / numérique / social
Hors domicile (signalisation intérieure et extérieure)
Autre, précisez :

T1C:

Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

DES QUESTIONS SUR LES ATTITUDES ET LES COMPORTEMENTS PROPRES À LA CAMPAGNE PEUVENT ÊTRE AJOUTÉES ICI.

Q1b) En général, comment évaluez-vous votre état de santé mentale?

- Excellent
- Plutôt bon
- Passable
- Plutôt mauvais
- Mauvais
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

Q2. En général, votre santé mentale s'est-elle détériorée, améliorée ou est-elle restée la même au cours de la dernière année? Sélectionnez une seule réponse.

Elle s'est détériorée



Elle s'est améliorée
Elle est restée la même
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

Q3b) Pour chacun des éléments énumérés ci-dessous, veuillez indiquer si vous avez connu des changements au cours de la dernière année.

[RANDOMISER]

Stress
Anxiété
Peur
Tristesse
Solitude
Dépression
Tracas financiers
Pensées suicidaires
Blessures auto-infligées

A augmenté
A diminué
Est resté le même

Sans objet
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

Q4 Veuillez indiquer si les situations énumérées ci-dessous ont changé pour vous au cours de la dernière année.

[RANDOMISER]

Ma consommation d'alcool, comme la bière, le vin ou les spiritueux
Ma consommation de cannabis
Ma consommation de tabac ou produits de vapotage
Ma consommation de drogues illégales ou illicites

A augmenté
A diminué
Est restée la même
Je ne consomme pas cette substance
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

Q5 Avez-vous reçu de l'aide pour vos problèmes de santé mentale au cours de la dernière année?
(Sélectionnez une seule réponse)



Oui

Non

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

[Si le/la répondant(e) a répondu « oui » à Q5, lui poser la question Q5a]

Q5a. Recevez-vous de l'aide actuellement? (Sélectionnez une seule réponse)

Oui

Non

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

[Si le/la répondant(e) a répondu « oui » à Q5, lui poser la question Q6]

Q6. Quels types d'aide avez-vous reçus? **[Randomiser]**

Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent à votre situation.

Aide en ligne ou virtuelle de la part de travailleurs de soutien, de travailleurs sociaux, de psychologues ou d'autres professionnels

Aide en personne de la part de travailleurs de soutien, de travailleurs sociaux, de psychologues ou d'autres professionnels

Assistance téléphonique (y compris par messages textes)

Ressources et conseils pour prendre soin de vous

Soutien de votre fournisseur de soins de santé principal

Ressources et/ou services offerts par les autorités locales

Ressources et/ou services offerts par le gouvernement de votre province ou territoire

Ressources et/ou services offerts par le gouvernement du Canada

Soutien d'un organisme local ou d'une organisation à but non lucratif

Soutien via des applications ou des plateformes numériques, comme Espace mieux-être Canada

Autre, veuillez préciser :

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[Si le/la répondant(e) a répondu « Non » à Q5a ET a classé son état de santé mentale comme étant passable, plutôt mauvais ou mauvais : Q1B = 1, 2 ou 3, lui poser la question Q8]

Q8 Pourquoi ne recevez-vous pas d'aide actuellement? (Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent)

Ma santé mentale est bonne

Je n'ai pas besoin d'aide

Je n'ai pas le temps

Je ne sais pas où aller

Aide non disponible / Je ne peux pas accéder à l'aide

C'est trop dispendieux
Autre, veuillez préciser :
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

Q9 Dans quelle mesure pensez-vous connaître les différents services de santé mentale disponibles?

Très bien
Un peu
Pas très bien
Pas du tout
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

Q10 Saviez-vous que le gouvernement du Canada offre des ressources, des services et de l'aide gratuits en matière de santé mentale et de consommation de substances? (Sélectionnez une seule réponse)

Oui, la santé mentale seulement
Oui, la consommation de substances seulement
Oui, les deux
Non
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

QUESTIONS POUR RAPPELER LES PUBLICITÉS [À POSER UNIQUEMENT DANS LE SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE]

T1H1: [RANDOMISER LES PUBLICITÉS]

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

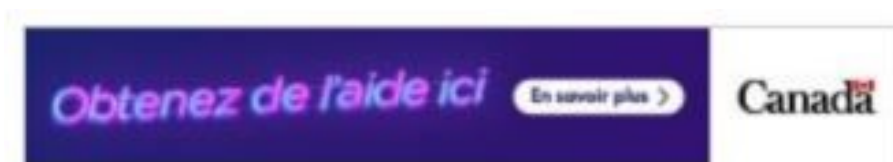
[Vidéo : <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/video/obtenez-aide-ici-2.html>]



DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où une femme utilisant une tablette est assise sur un canapé dans sa salle familiale, où des jouets d'enfants sont éparpillés sur le sol. Le texte dit : "Obtenez de l'aide ici".



DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où l'on voit un barista utiliser leur téléphone cellulaire en s'appuyant sur le comptoir du café. Le texte dit : "Obtenez de l'aide ici".



This banner features two columns of text. The left column has the English text "Get help here" in a glowing, handwritten-style font, followed by "Free mental health support. Anytime. Anywhere." and a button with the URL "Canada.ca/mental-health". The right column has the French text "Obtenez de l'aide ici" in the same glowing font, followed by "Soutien en santé mentale gratuit. N'importe où, n'importe quand." and a button with the URL "Canada.ca/sante-mentale". At the bottom left is the Government of Canada logo, and at the bottom right is the "Canada" wordmark.

This vertical ad features the French text "Obtenez de l'aide ici" in a glowing font at the top. Below it, the text reads: "Obtenez de l'aide gratuite en matière de santé mentale et de consommation de substances." followed by "N'importe où, n'importe quand." and a button with the text "En savoir plus >". At the bottom right is the "Canada" wordmark.

This vertical ad features the English text "Get help here" in a glowing font at the top. Below it, the text reads: "Free mental health support. Anytime. Anywhere." and a button with the URL "Canada.ca/mental-health". The bottom half of the ad features the French text "Obtenez de l'aide ici" in a glowing font, followed by "Soutien en santé mentale gratuit. N'importe où, n'importe quand." and a button with the URL "Canada.ca/sante-mentale". At the bottom left is the Government of Canada logo, and at the bottom right is the "Canada" wordmark.

DESCRIPTION : Un collage de cinq publicités similaires dans différents formats, portant chacune le logo du gouvernement du Canada, et la plupart avec un lien vers des ressources en santé mentale sur le site Web du gouvernement du Canada. Les expressions "Obtenez de l'aide ici", "Soutien en santé mentale gratuit," et " N'importe où, n'importe quand" apparaissent dans plusieurs versions de l'annonce. Les deux publicités bilingues comprennent le texte anglais suivant : "Get help here. Free mental health support.



Anytime. Anywhere." et "Get help here. Access free mental health and substance use support. Anytime, anywhere."

Montrer toutes les publicités à tous les répondants

[CLIQUER POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE] MONTRER D'ABORD LES VIDÉOS, PUIS LES IMAGES PUBLICITAIRES

T1H2. Avez-vous vu ces publicités depuis l'automne 2023?

Oui
Non

=> ALLER À T1J

T1I:

Où avez-vous vu ces publicités? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Site Web (p. ex. : Météo Média)
Recherche sur le Web (p. ex. : Google, Bing)
Sites d'information en ligne (p. ex. : Global News)
Sites spécialisés en ligne (p. ex. : Out, Advocate)
Télévision numérique ou en continu (p. ex. : Netflix, Disney+, Sportsnet)
Dans une appli mobile
Dans un jeu sur appli mobile (p. ex. : Madden, FIFA, Bejeweled)
Snapchat
TikTok
YouTube
Restaurant
Centre commercial
Magasin (y compris les magasins d'alcool et de cannabis)
Panneau d'affichage numérique
Panneau d'affichage sur les autoroutes
Dans un centre-ville
Transport en commun (p. ex. : intérieur ou extérieur d'un autobus ou métro, d'un abribus ou de mobilier urbain)
Application ou site web de diffusion audio en continu (p. ex. : Spotify)
En ligne / numérique / social
Hors domicile (signalisation intérieure et extérieure)
Autre, précisez :

T1J:

Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de faire comprendre?

T1K:

Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant ces publicités.

RANDOMISER LES AFFIRMATIONS

| | 1 Fortement en désaccord | 2 | 3 | 4 | 5 Fortement 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 plus qu'un autre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités traitent d'un sujet important | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités fournissent des nouveaux renseignements | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités indiquent clairement que de l'aide et des ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances sont disponibles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités m'incitent à visiter un site Web du gouvernement du Canada pour en savoir plus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités m'incitent à visiter d'autres sites Web pour obtenir de l'aide et des ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ces publicités m'incitent à chercher de l'aide et des ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances plus tard | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Après avoir vu les publicités, je les partagerais avec quelqu'un que je connais | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[Demander à tous les répondants]

T1L.

Avez-vous fait [Si le/la répondant(e) a répondu NON à T1H2: Ferez-vous] l'une des choses suivantes après avoir vu cette publicité? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

[RANDOMISER]

- Visité [Visiter] le site Canada.ca/sante-mentale
- Discuté [Discuter] de vos problèmes de santé mentale avec un professionnel de la santé ou médecin, un ami ou un membre de votre famille
- Partagé [Partager] la publicité avec quelqu'un que vous connaissez
- Partagé [Partager] le site Web avec quelqu'un que vous connaissez
- Cherché [Chercher] de l'information sur l'aide et les ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances en ligne
- Autre, précisez **[ancrer]**
- Je n'ai rien fait [ne ferai rien] après avoir vu la publicité **[ancrer][choix exclusif]**
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [ancrer, choix exclusif]

QUESTIONS D'ORDRE DÉMOGRAPHIQUE

D1:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle? Est-ce que vous...?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Travaillez à temps plein (30 heures ou plus par semaine)

Travaillez à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)

Êtes un(e) travailleur(euse) autonome

Êtes sans emploi, mais à la recherche d'un emploi

Êtes un(e) étudiant(e) qui fréquente l'école à plein temps

Êtes à la retraite

Ne faites pas partie de la population active (personne au foyer à plein temps ou sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi)

Avez une autre situation professionnelle

Je préfère ne pas répondre

D2:

Quel est le plus haut niveau d'éducation formelle que vous avez atteint?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

- 8^e année ou niveau inférieur
 - Études secondaires partielles
 - Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
 - Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers
 - Certificat ou diplôme d'un collège, cégep ou autre établissement d'enseignement non universitaire
 - Certificat ou diplôme universitaire de niveau inférieur au baccalauréat
 - Baccalauréat
 - Diplôme de niveau supérieur au baccalauréat
 - Je préfère ne pas répondre
-

D4:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage, y compris les revenus de tous les membres du ménage, avant déduction des impôts?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

- Moins de 20 000 \$
 - Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
 - Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
 - Entre 60 000 \$ et 80,000 \$
 - Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
 - Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
 - Entre 150 000 \$ et 200 000 \$
 - 200 000 \$ et plus
 - Je préfère ne pas le dire
-

D5: Où êtes-vous né(e)?

- Né(e) au Canada
- Né(e) à l'extérieur du Canada
- Précisez le pays :
- Je préfère ne pas répondre



POSER LA QUESTION SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « NÉ(E) À L'EXTÉRIEUR DU CANADA » À D5

D6: [S'assurer que l'année du déménagement au Canada n'est pas supérieure à l'année de naissance]

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

AAAA

Je préfère ne pas répondre

FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2024

D7:

Quelle est la langue que vous avez apprise à la maison pendant votre enfance et que vous comprenez toujours?

SÉLECTIONNER JUSQU'À 2 RÉPONSES

Anglais

Français

Autre langue, précisez _____

Je préfère ne pas répondre

Voilà qui met fin au sondage. Ce sondage a été réalisé au nom de Santé Canada. Dans les prochains mois, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage. Votre aide est très appréciée.

Pour obtenir des informations sur les soutiens en matière de santé mentale et de consommation de substances, veuillez visiter <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/campagnes/trouver-de-l-aide-ici.html>

4.2.1 Phase 2 (« hors champ ») SONDAGE DE RÉFÉRENCE

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE DE RÉFÉRENCE (PHASE 2 « hors champ »)

INTRODUCTION

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click on **English [PASSER À LA VERSION ANGLAISE]**.

Votre participation est volontaire. Répondre à ce sondage devrait prendre environ 15 minutes.

COMMENCER LE SONDAGE

Ipsos a été mandaté par Santé Canada pour réaliser ce sondage. Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité de ce sondage. Pour consulter la politique de confidentialité d'Ipsos, [cliquez ici](#).

Avis de confidentialité

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*. Nous ne recueillons que l'information dont nous avons besoin pour mener à bien le projet de recherche.

Objectif de la collecte : Nous avons besoin de vos renseignements personnels, comme les données démographiques, pour mieux comprendre le sujet de la recherche. Cependant, vos réponses sont toujours combinées à celles des autres répondants à des fins d'analyse et de rapport. Vous ne serez jamais identifié(e) directement.

Vos droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* : Vous avez le droit de déposer une plainte auprès du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada si vous estimez que vos renseignements personnels n'ont pas été traités correctement. Pour en savoir plus sur vos droits ou la façon dont nous traitons vos renseignements personnels, veuillez communiquer avec l'équipe de recherche sur l'opinion publique de Santé Canada à l'adresse email suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Si vous avez besoin d'une assistance technique, veuillez contacter Daniel.kunesignam@ipsos.com

- b) Travaillez-vous ou un membre de votre ménage travaille-t-il pour l'un des organismes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT

- une société d'études de marché
- un magazine ou journal
- une agence de publicité ou entreprise de conception graphique
- un parti politique
- une station de radio ou télévision
- une entreprise de relations publiques
- le gouvernement fédéral ou provincial
- aucun de ces organismes [**choix exclusif**]

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « AUCUN DE CES ORGANISMES », CONTINUER, SINON LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

c) Veuillez indiquer comment vous vous identifiez :

Un homme

Une femme

Transgenre

Non binaire

Bispirituel(le)

Un genre qui ne figure pas dans la liste ci-dessus

Je préfère ne pas répondre **[REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]**

d) En quelle année êtes-vous né(e)?

AAAA

Je préfère ne pas répondre

FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2007

SI > 2007, REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE

POSER LA QUESTION D SI LA QUESTION C EST LAISSÉE VIDE

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

moins de 16 ans

de 16 à 24 ans

de 25 à 34 ans

de 35 à 44 ans

de 45 à 54 ans

de 55 à 64 ans

65 ans ou plus

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « MOINS DE 16 ANS », LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Alberta

Colombie-Britannique

Manitoba

Nouveau-Brunswick

Terre-Neuve-et-Labrador

Territoires du Nord-Ouest

Nouvelle-Écosse

Nunavut

Ontario



Île-du-Prince-Édouard
Québec
Saskatchewan
Yukon

Je préfère ne pas répondre [REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]
Je n'habite pas au Canada [REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR SAVOIR SI LE/LA RÉPONDANT(E) A DES ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS ET CONNAÎTRE SON ÂGE

- g) Êtes-vous le parent ou tuteur d'un ou de plusieurs enfants de moins de 18 ans qui vivent sous votre toit?
- Oui
 - Non
 - Je préfère ne pas répondre

[POSER LA QUESTION SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI 1 À F]

- h) Quel est l'âge de l'enfant ou des enfants de moins de 18 ans qui vivent sous votre toit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.
- Moins de 10 ans
 - 10 ans – 17 ans
 - 99- Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR DÉTERMINER SI LE/LA RÉPONDANT(E) FAIT PARTIE DES POPULATIONS AUTOCHTONES, ETHNIQUES OU RACISÉES, OU 2SLGBTQI+

- i) Vous identifiez-vous à l'un des groupes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.
- Blanc (caucasien)
 - Autochtone (Premières Nations, Inuit(e) ou Métis(se))
 - Originaire de l'Asie du Sud
 - Chinois(e)
 - Philippin(e)
 - Originaire de l'Asie du Sud-Est
 - Originaire de l'Asie occidentale
 - Coréen(ne)
 - Japonais(e)
 - Communautés noires
 - Latino-Américain(e)
 - Arabe
 - Autre
 - Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]
- j) Vous identifiez-vous comme un membre de la communauté 2SLGBTQI+?
- Oui
 - Non
 - Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE BASE

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Q1:

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada?

oui
non

=> **ALLER À T1A**

Q3:

Songez à la dernière publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

QUESTIONS RELATIVES À LA CAMPAGNE

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

T1A:

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada sur la santé mentale, la consommation de substances et la prévention du suicide?

Oui
Non

=> **ALLER À T1D**

T1B:

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur la santé mentale, la consommation de substances et la prévention du suicide?

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT

- Site Web (p. ex. : Météo Média)
- Recherche sur le Web (p. ex. : Google, Bing)
- Radio numérique ou en continu (p. ex. : Spotify, Radio Canada)
- Télévision numérique ou en continu (p. ex. : Netflix)
- Panneau d'affichage numérique
- YouTube
- Reddit
- Snapchat
- TikTok
- Dans une appli mobile (p. ex. : Gas Buddy)



Centre commercial
Mobilier urbain extérieur
Transport en commun (p. ex. : autobus, métro)
Stations-service

T1C:

Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

T1D

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En général, comment évaluez-vous votre état de santé mentale?

- Excellent
- Plutôt bon
- Passable
- Plutôt mauvais
- Mauvais
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

T1E

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En général, votre santé mentale s'est-elle détériorée, améliorée ou est-elle restée la même au cours de la dernière année ? Sélectionnez une seule réponse.

- Elle s'est détériorée
- Elle s'est améliorée
- Elle est restée la même
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

[Passer à T1F si le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est détériorée », passer à T1G s'il ou si elle a choisi « Elle s'est améliorée » et passer à T1H s'il ou si elle a choisi une autre réponse]

T1F

[Le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est détériorée » à T1E]

Selon vous, pour quelles raisons votre santé mentale s'est-elle détériorée au cours de la dernière année? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Situation personnelle (p. ex. : emploi, relations)



Questions liées à la santé (p. ex. : santé physique, accès aux soins de santé)
Facteurs externes (p. ex. : coût de la vie)
Manque d'accès aux ressources et aux soutiens en matière de santé mentale
Changements apportés au mode de vie (p. ex. : habitudes, exercice physique, régime alimentaire)
Sensibilisation accrue à la santé mentale
Autres raisons
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1G

[Le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est améliorée » à T1E]

Selon vous, pour quelles raisons votre santé mentale s'est-elle améliorée au cours de la dernière année?
Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Situation personnelle (p. ex. : emploi, relations)
Questions liées à la santé (p. ex. : santé physique, accès aux soins de santé)
Facteurs externes (p. ex. : coût de la vie)
Accès aux ressources et aux soutiens en matière de santé mentale
Changements apportés au mode de vie (p. ex. : habitudes, exercice physique, régime alimentaire)
Sensibilisation accrue à la santé mentale
Autres raisons
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1H

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Au cours de la dernière année, avez-vous cherché de l'aide (information, ressources, services, soutiens) pour les raisons suivantes? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Problèmes de santé mentale
Consommation de substances
Préoccupations liées au suicide
Aucune de ces réponses [choix exclusif]
Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[Si le/la répondant(e) a choisi AUCUNE DE CES RÉPONSES ou JE PRÉFÈRE NE PAS RÉPONDRE passer à T1R]

[Si le/la répondant(e) a choisi PROBLÈMES DE SANTÉ MENTALE, continuer à T1I-T1J-T1K]

[Si le/la répondant(e) a choisi CONSOMMATION DE SUBSTANCES, passer à T1L-T1M-T1N]

[Si le/la répondant(e) a choisi PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU SUICIDE, passer à T1O-T1P T1Q]

T1I

Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien en matière de santé mentale dont vous aviez besoin? Sélectionnez une réponse.

Oui

En quelque sorte

Non (veuillez expliquer pourquoi) _____



Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

T1J.

Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire en lien avec votre santé mentale? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Matin (de 5 h à 9 h)
Mi-journée (de 10 h à 14 h)
Soir (de 15 h à 19 h)
Nuit (de 20 h à 24 h)
Tôt le matin (de 1 h à 4 h)
Pas d'heure fixe dans la journée
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1K

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide pour votre santé mentale, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web
Appeler une ligne d'aide
Envoyer un message texte à une ligne d'aide
Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)
Aucune de ces réponses [choix exclusif]
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[Si le/la répondant(e) a choisi CONSOMMATION DE SUBSTANCES à T1H, lui poser les questions T1L-T1M-T1N]

T1L

Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien en matière de consommation de substances dont vous aviez besoin au cours de la dernière année? Sélectionnez une réponse.

Oui
En quelque sorte
Non (veuillez expliquer pourquoi) _____
Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

T1M

Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire lié à la consommation de substances? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Matin (de 5 h à 9 h)
Mi-journée (de 10 h à 14 h)
Soir (de 15 h à 19 h)
Nuit (de 20 h à 24 h)



Tôt le matin (de 1 h à 4 h)
Pas d'heure fixe dans la journée
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1N

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide en matière de consommation de substances, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web
Appeler une ligne d'aide
Envoyer un message texte à une ligne d'aide
Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)
Aucune de ces réponses [choix exclusif]
Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[Si le/la répondant(e) a choisi PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU SUICIDE, lui poser les questions T10-T1P T1Q]

T10

Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien dont vous aviez besoin en raison de vos craintes liées au suicide au cours de la dernière année? Sélectionnez une réponse.

Oui

En quelque sorte

Non (veuillez expliquer pourquoi) _____

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

T1P

Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire en lien avec vos craintes liées au suicide? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Matin (de 5 h à 9 h)

Mi-journée (de 10 h à 14 h)

Soir (de 15 h à 19 h)

Nuit (de 20 h à 24 h)

Tôt le matin (de 1 h à 4 h)

Pas d'heure fixe dans la journée

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1Q

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide en raison de préoccupations liée au suicide, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web
Appeler une ligne d'aide
Envoyer un message texte à une ligne d'aide
Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)



Aucune de ces réponses [choix exclusif]

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1R

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous deviez rechercher des services pour la santé mentale, la consommation de substances ou des pensées suicidaires, à quel type de fournisseurs de services seriez-vous le plus susceptible de vous adresser? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Services offerts par votre municipalité (ville ou village)

Services offerts par votre communauté ethnoculturelle

Services offerts particulièrement aux personnes ayant votre identité de genre

Services offerts par un organisme non gouvernemental (p. ex. : organisme sans but lucratif, église, organisme caritatif)

Services offerts par votre médecin de famille ou clinique de soins primaires

Services offerts par les organismes gouvernementaux de votre province

Services offerts par le gouvernement du Canada

Services offerts par le Centre de toxicomanie et de santé mentale

Services offerts par un professionnel de la santé ou paramédical (p. ex. : thérapeute) rémunéré par le secteur privé ou une assurance

Autre (veuillez préciser)

Aucune préférence marquée, je choisirais l'option ayant la meilleure disponibilité

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1S

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En novembre 2023, le 9-8-8, une ligne d'aide en cas de crise de suicide offrant un soutien immédiat, est devenue disponible dans l'ensemble du Canada. Le 9-8-8 est accessible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, par appel ou par message texte, en anglais et en français de n'importe où au Canada.

Avez-vous entendu parler de 9-8-8, la nouvelle ligne d'aide en cas de crise de suicide?

Oui

Non

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

T1T

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous aviez des pensées suicidaires, quelle est la probabilité que vous appeliez ou envoyiez un message texte au numéro 9-8-8 : Ligne d'aide en cas de crise de suicide pour obtenir un soutien en prévention du suicide?



Très probable
Plutôt probable
Plutôt peu probable
Très peu probable
Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

T1U

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous connaissiez une personne qui a des pensées suicidaires, quelle est la probabilité que vous appeliez ou envoyiez un message texte au numéro 9-8-8 : Ligne d'aide en cas de crise de suicide pour obtenir des conseils sur ce qu'il faut faire?

Très probable
Plutôt probable
Plutôt peu probable
Très peu probable
Je ne sais pas
Je préfère ne pas répondre

DEMOGRAPHIC QUESTIONS

D1:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle? Est-ce que vous...?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

travaillez à temps plein (30 heures ou plus par semaine)
travaillez à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
êtes un(e) travailleur(euse) autonome
êtes sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
êtes un(e) étudiant(e) qui fréquente l'école à plein temps
êtes à la retraite
ne faites pas partie de la population active (personne au foyer à plein temps ou sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi)
avez une autre situation professionnelle
je préfère ne pas répondre

D2:

Quel est le plus haut niveau d'éducation formelle que vous avez atteint?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

8^e année ou niveau inférieur
Études secondaires partielles
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers
Certificat ou diplôme d'un collège, cégep ou autre établissement d'enseignement non universitaire
Certificat ou diplôme universitaire de niveau inférieur au baccalauréat
Baccalauréat
Diplôme de niveau supérieur au baccalauréat
Je préfère ne pas répondre

D4:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage, y compris les revenus de tous les membres du ménage, avant déduction des impôts?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 20 000 \$
Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
Entre 150 000 \$ et 200 000 \$
200 000 \$ et plus
Je préfère ne pas répondre

D5:

Où êtes-vous né(e)?

- Né(e) au Canada
- Né(e) à l'extérieur du Canada
 - Précisez le pays :
- Je préfère ne pas répondre

POSER LA QUESTION SUIVANTE SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « NÉ(E) À L'EXTÉRIEUR DU CANADA » À D5

D6:

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

AAAA

Je préfère ne pas répondre



FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2024

D7:

Quelle(s) langue(s) avez-vous apprise(s) à la maison pendant votre enfance et comprenez-vous toujours?

SÉLECTIONNER JUSQU'À 2 RÉPONSES

Anglais

Français

Autre langue, précisez _____

Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

Voilà qui met fin au sondage. Ce sondage a été réalisé au nom de Santé Canada. Dans les prochains mois, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage. Votre aide est très appréciée.

POUR PLUS D'INFORMATION SUR LES SOUTIENS À LA SANTÉ MENTALE ET LA CONSOMMATION DE SUBSTANCES,
VEUILLEZ CONSULTER LE SITE Canada.ca/sante-mentale

4.2.2 Phase 2 (« hors champ ») Sondage d'après campagne

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE (PHASE 2 « hors champ »)

INTRODUCTION

Nous vous remercions de prendre le temps de répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete this survey in English, please click on [English \[PASSER À LA VERSION ANGLAISE\]](#).

Votre participation est volontaire. Répondre à ce sondage devrait prendre environ 15 minutes.

[COMMENCER LE SONDAGE](#)

Ipsos a été mandaté par Santé Canada pour réaliser ce sondage. Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité de ce sondage. Pour consulter la politique de confidentialité d'Ipsos, [cliquez ici](#).



Avis de confidentialité

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*. Nous ne recueillons que l'information dont nous avons besoin pour mener à bien le projet de recherche.

Objectif de la collecte : Nous avons besoin de vos renseignements personnels, comme les données démographiques, pour mieux comprendre le sujet de la recherche. Cependant, vos réponses sont toujours combinées à celles des autres répondants à des fins d'analyse et de rapport. Vous ne serez jamais identifié(e) directement.

Vos droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* : Vous avez le droit de déposer une plainte auprès du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada si vous estimez que vos renseignements personnels n'ont pas été traités correctement. Pour en savoir plus sur vos droits ou la façon dont nous traitons vos renseignements personnels, veuillez communiquer avec l'équipe de recherche sur l'opinion publique de Santé Canada à l'adresse courriel suivante : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Si vous avez besoin d'une assistance technique, veuillez contacter Daniel.kunesignam@ipsos.com

- a) Travaillez-vous ou un membre de votre ménage travaille-t-il pour l'un des organismes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT

- une société d'études de marché
- un magazine ou journal
- une agence de publicité ou entreprise de conception graphique
- un parti politique
- une station de radio ou télévision
- une entreprise de relations publiques
- le gouvernement fédéral ou provincial
- aucun de ces organismes **[choix exclusif]**

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « AUCUN DE CES ORGANISMES », CONTINUER, SINON LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

- b) Veuillez indiquer comment vous vous identifiez :
- Un homme
 - Une femme
 - Transgenre
 - Non binaire
 - Bispirituel(le)



Un genre qui ne figure pas dans la liste ci-dessus

Je préfère ne pas répondre **[REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]**

c) En quelle année êtes-vous né(e)?

AAAA

Je préfère ne pas répondre

FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2007

SI > 2007, REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE

POSER LA QUESTION D SI LA QUESTION C EST LAISSÉE VIDE

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 16 ans

De 16 à 24 ans

De 25 à 34 ans

De 35 à 44 ans

De 45 à 54 ans

De 55 à 64 ans

65 ans ou plus

SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « MOINS DE 16 ANS », LE/LA REMERCIER ET METTRE FIN AU SONDAGE.

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

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Alberta

Colombie-Britannique

Manitoba

Nouveau-Brunswick

Terre-Neuve-et-Labrador

Territoires du Nord-Ouest

Nouvelle-Écosse

Nunavut

Ontario

Île-du-Prince-Édouard

Québec

Saskatchewan

Yukon

Je préfère ne pas répondre **[REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]**

Je n'habite pas au Canada **[REMERCIER LE/LA RÉPONDANT(E) ET METTRE FIN AU SONDAGE]**

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR SAVOIR SI LE/LA RÉPONDANT(E) A DES ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS ET CONNAÎTRE SON ÂGE

- f) Êtes-vous le parent ou tuteur d'un ou de plusieurs enfants de moins de 18 ans qui vivent sous votre toit?
- 1- Oui
 - 2- Non
 - 99- Je préfère ne pas répondre

[POSER LA QUESTION SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI 1 À F]

- g) Quel est l'âge de l'enfant ou des enfants de moins de 18 ans qui vivent sous votre toit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.
- Moins de 10 ans
 - 10 ans – 17 ans
 - 99- Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE SÉLECTION POUR DÉTERMINER SI LE/LA RÉPONDANT(E) FAIT PARTIE DES POPULATIONS AUTOCHTONES, ETHNIQUES OU RACISÉES, OU 2SLGBTQI+

- h) Vous identifiez-vous à l'un des groupes suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.
- Blanc (caucasien)
 - Autochtone (Premières Nations, Inuit(e) ou Métis(se))
 - Originaire de l'Asie du Sud
 - Chinois(e)
 - Philippin(e)
 - Originaire de l'Asie du Sud-Est
 - Originaire de l'Asie occidentale
 - Coréen(ne)
 - Japonais(e)
 - Communautés noires
 - Latino-Américain(e)
 - Arabe
 - Autre
 - Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]
- i) Vous identifiez-vous comme un membre de la communauté 2SLGBTQI+?
- Oui
 - Non
 - Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

QUESTIONS DE BASE

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

**Q1:**

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada?

- Oui
- Non

=> **ALLER À T1A**

Q3:

Songez à la dernière publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

QUESTIONS RELATIVES À LA CAMPAGNE**DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS****T1A:**

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada sur la santé mentale, la consommation de substances et la prévention du suicide?

- Oui
- Non

=> **ALLER À T1D**

T1B:

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur la santé mentale, la consommation de substances et la prévention du suicide?

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT

Site Web (p. ex. : Météo Média)
Recherche sur le Web (p. ex. : Google, Bing)
Radio numérique ou en continu (p. ex. : Spotify, Radio Canada)
Télévision numérique ou en continu (p. ex. : Netflix)
Panneau d'affichage numérique
YouTube
Reddit
Snapchat



TikTok

Dans une appli mobile (p. ex. : Gas Buddy)

Centre commercial

Mobilier urbain extérieur

Transport en commun (p. ex. : autobus, métro)

Stations-service

T1C:

Quels souvenirs gardez-vous de cette publicité?

T1D

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En général, comment évaluez-vous votre état de santé mentale?

Excellent

Plutôt bon

Passable

Plutôt mauvais

Mauvais

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

T1E

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En général, votre santé mentale s'est-elle détériorée, améliorée ou est-elle restée la même au cours de la dernière année ? Sélectionnez une seule réponse.

Elle s'est détériorée

Elle s'est améliorée

Elle est restée la même

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre

[Passer à T1F si le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est détériorée », passer à T1G s'il ou si elle a choisi « Elle s'est améliorée » et passer à T1H s'il ou si elle a choisi une autre réponse]

T1F

[Le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est détériorée » à T1E]

Selon vous, pour quelles raisons votre santé mentale s'est-elle détériorée au cours de la dernière année?
Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Situation personnelle (p. ex. : emploi, relations)
- Questions liées à la santé (p. ex. : santé physique, accès aux soins de santé)
- Facteurs externes (p. ex. : coût de la vie)
- Manque d'accès aux ressources et aux soutiens en matière de santé mentale
- Changements apportés au mode de vie (p. ex. : habitudes, exercice physique, régime alimentaire)
- Sensibilisation accrue à la santé mentale
- Autres raisons
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1G

[Le/la répondant(e) a choisi « Elle s'est améliorée » à T1E]

Selon vous, pour quelles raisons votre santé mentale s'est-elle améliorée au cours de la dernière année?
Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Situation personnelle (p. ex. : emploi, relations)
- Questions liées à la santé (p. ex. : santé physique, accès aux soins de santé)
- Facteurs externes (p. ex. : coût de la vie)
- Accès aux ressources et aux soutiens en matière de santé mentale
- Changements apportés au mode de vie (p. ex. : habitudes, exercice physique, régime alimentaire)
- Sensibilisation accrue à la santé mentale
- Autres raisons
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1H

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Au cours de la dernière année, avez-vous cherché de l'aide (information, ressources, services, soutiens) pour les raisons suivantes? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Problèmes de santé mentale
- Consommation de substances
- Préoccupations liées au suicide
- Aucune de ces réponses [choix exclusif]
- Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[Si le/la répondant(e) a choisi AUCUNE DE CES RÉPONSES ou JE PRÉFÈRE NE PAS RÉPONDRE passer à T1R]

[Si le/la répondant(e) a choisi PROBLÈMES DE SANTÉ MENTALE, continuer à T1I-T1J-T1K]

[Si le/la répondant(e) a choisi CONSOMMATION DE SUBSTANCES, passer à T1L-T1M-T1N]

[Si le/la répondant(e) a choisi PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU SUICIDE, passer à T1O-T1P T1Q]

T1I



Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien en matière de santé mentale dont vous aviez besoin? Sélectionnez une réponse.

Oui

En quelque sorte

Non (veuillez expliquer pourquoi) _____

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

T1J.

Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire en lien avec votre santé mentale? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Matin (de 5 h à 9 h)

Mi-journée (de 10 h à 14 h)

Soir (de 15 h à 19 h)

Nuit (de 20 h à 24 h)

Tôt le matin (de 1 h à 4 h)

Pas d'heure fixe dans la journée

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1K

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide pour votre santé mentale, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web

Appeler une ligne d'aide

Envoyer un message texte à une ligne d'aide

Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)

Aucune de ces réponses [choix exclusif]

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[si le/la répondant(e) a choisi CONSOMMATION DE SUBSTANCES à T1H, lui poser les questions T1L-T1M-T1N]

T1L

Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien en matière de consommation de substances dont vous aviez besoin au cours de la dernière année? Sélectionnez une réponse.

Oui

En quelque sorte

Non (veuillez expliquer pourquoi) _____

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

T1M



Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire lié à la consommation de substances? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Matin (de 5 h à 9 h)
- Mi-journée (de 10 h à 14 h)
- Soir (de 15 h à 19 h)
- Nuit (de 20 h à 24 h)
- Tôt le matin (de 1 h à 4 h)
- Pas d'heure fixe dans la journée
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1N

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide en matière de consommation de substances, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web
- Appeler une ligne d'aide
- Envoyer un message texte à une ligne d'aide
- Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)
- Aucune de ces réponses [choix exclusif]
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

[si le/la répondant(e) a choisi PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU SUICIDE, lui poser les questions T10-T1P T1Q]

T10

Avez-vous obtenu l'aide ou le soutien dont vous aviez besoin en raison de vos craintes liées au suicide au cours de la dernière année? Sélectionnez une réponse.

- Oui
- En quelque sorte
- Non (veuillez expliquer pourquoi) _____
- Je ne sais pas
- Je préfère ne pas répondre

T1P

Y a-t-il un moment de la journée qui est particulièrement difficile et pour lequel vous auriez besoin d'un soutien supplémentaire en lien avec vos craintes liées au suicide? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Matin (de 5 h à 9 h)
- Mi-journée (de 10 h à 14 h)
- Soir (de 15 h à 19 h)
- Nuit (de 20 h à 24 h)
- Tôt le matin (de 1 h à 4 h)
- Pas d'heure fixe dans la journée
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]



T1Q

Si à l'avenir, vous deviez chercher de l'aide en raison de préoccupations liées au suicide, envisageriez-vous ce qui suit? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Accéder à de l'information en ligne ou sur un site Web
- Appeler une ligne d'aide
- Envoyer un message texte à une ligne d'aide
- Chercher de l'aide en personne (sur place ou sur rendez-vous)
- Aucune de ces réponses [choix exclusif]
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1R

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous deviez rechercher des services pour la santé mentale, la consommation de substances ou des pensées suicidaires, à quel type de fournisseurs de services seriez-vous le plus susceptible de vous adresser? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

- Services offerts par votre municipalité (ville ou village)
- Services offerts par votre communauté ethnoculturelle
- Services offerts particulièrement aux personnes ayant votre identité de genre
- Services offerts par un organisme non gouvernemental (p. ex. : organisme sans but lucratif, église, organisme caritatif)
- Services offerts par votre médecin de famille ou clinique de soins primaires
- Services offerts par les organismes gouvernementaux de votre province
- Services offerts par le gouvernement du Canada
- Services offerts par le Centre de toxicomanie et de santé mentale
- Services offerts par un professionnel de la santé ou paramédical (p. ex. : thérapeute) rémunéré par le secteur privé ou une assurance
- Autre (veuillez préciser)
- Aucune préférence marquée, je choisirais l'option ayant la meilleure disponibilité
- Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [choix exclusif]

T1S

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

En novembre 2023, le 9-8-8, une ligne d'aide en cas de crise de suicide offrant un soutien immédiat, est devenue disponible dans l'ensemble du Canada. Le 9-8-8 est accessible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, par appel ou par message texte, en anglais et en français de n'importe où au Canada.

Avez-vous entendu parler de 9-8-8, la nouvelle ligne d'aide en cas de crise de suicide?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas



Je préfère ne pas répondre

T1T

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous aviez des pensées suicidaires, quelle est la probabilité que vous appeliez ou envoyiez un message texte au numéro 9-8-8 : ligne d'aide en cas de crise de suicide pour obtenir un soutien en prévention du suicide?

Très probable

Plutôt probable

Plutôt peu probable

Très peu probable

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

T1U

DEMANDER À TOUS LES RÉPONDANTS

Si vous connaissiez une personne qui a des pensées suicidaires, quelle est la probabilité que vous appeliez ou envoyiez un message texte au numéro 9-8-8 : ligne d'aide en cas de crise de suicide pour obtenir des conseils sur ce qu'il faut faire?

Très probable

Plutôt probable

Plutôt peu probable

Très peu probable

Je ne sais pas

Je préfère ne pas répondre

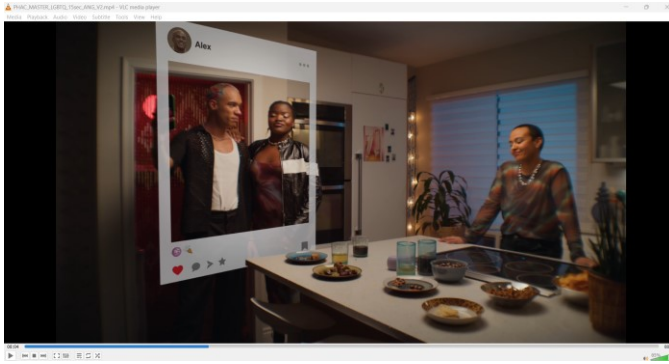
QUESTIONS SUR LE RAPPEL DES ANNONCES

T1H:

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

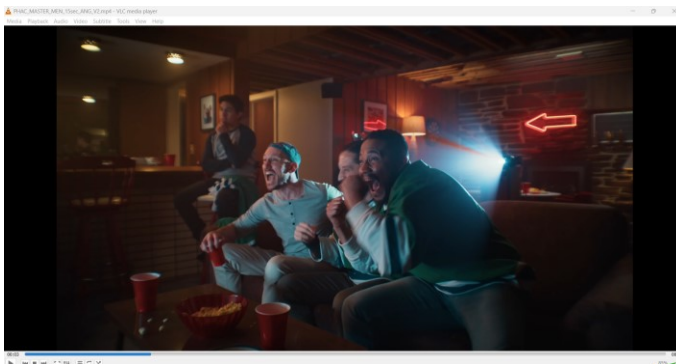
[INSÉRER LES PUBLICITÉS VIDÉO]

AD1: Communauté 2ELGBTQI+



DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où l'on voit une personne debout derrière un comptoir de cuisine et deux autres personnes debout à proximité, semblant se trouver à l'intérieur d'un cadre photo de média social.

AD2: Hommes âgés de plus de 35 ans issus de groupes ethniques/racialisés



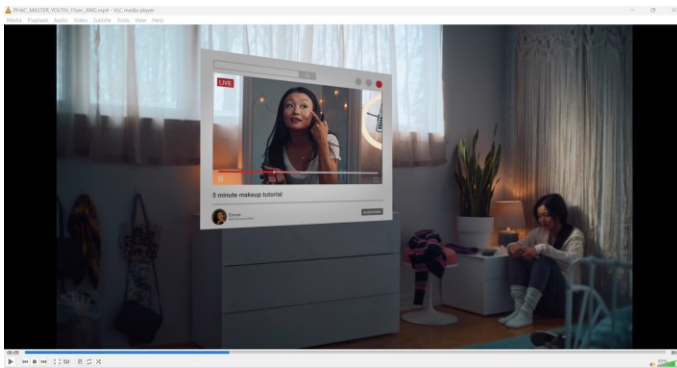
DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où l'on voit trois hommes assis sur un canapé en train d'applaudir, vraisemblablement en train de regarder un match de sport à la télévision. Un autre homme est assis sur un tabouret de bar et regarde lui aussi la télévision, mais sans applaudir.

AD3: Peuples autochtones OU parents OU soignants



DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où l'on voit une femme et des enfants jouer ensemble sur le sol tandis qu'une autre femme est assise sur un canapé, semblant contrariée.

AD4: Jeunes et jeunes adultes de 16 à 34 ans



DESCRIPTION : Une représentation fixe d'une vidéo où l'on voit une adolescente qui semble bouleversée, assise seule dans sa chambre, pendant qu'est diffusée une vidéo de maquillage.

CEUX QUI N'APPARTIENNENT À AUCUN GROUPE :

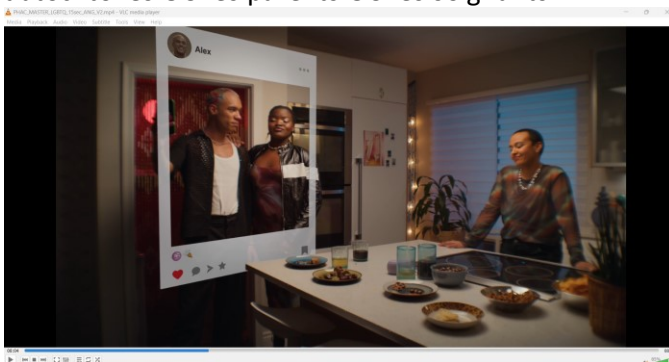
- 1) Hommes de 35 ans et plus, non racialisés, non autochtones, non parents/soignants, non 2SLGBTQI+ : montrer ADS 2 et 3

[**AD2** : Initialement destiné aux hommes de 35 ans et plus issus de groupes ethniques/racialisés et **AD3** : Initialement destiné aux autochtones OU aux parents OU aux soignants]



- 2) Femmes de 35 ans et plus, racialisées ou non, non autochtones, non parents/soignants, non 2SLGBTQ+ : afficher les annonces 1, 3

AD1 : Orienté à l'origine vers la communauté 2SLGBTQ+ et AD3 : Orienté à l'origine vers les peuples autochtones OU les parents OU les soignants.





[CLIQUER ICI POUR PASSER À LA PAGE SUIVANTE]

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

Oui
Non

=> ALLER À T1J

T1I:

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

SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI CORRESPONDENT

- Site Web (p. ex. : Météo Média)
- Recherche sur le Web (p. ex. : Google, Bing)
- Radio numérique ou en continu (p. ex. : Spotify, Radio Canada)
- Télévision numérique ou en continu (p. ex. : Netflix)
- Panneau d'affichage numérique
- YouTube
- Reddit
- Snapchat
- TikTok
- Dans une appli mobile (p. ex. : Gas Buddy)
- Centre commercial
- Mobilier urbain extérieur
- Transport en commun (p. ex. : autobus, métro)
- Stations-service

T1J:

Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de faire comprendre?

T1K:

Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant ces publicités.

RANDOMISER LES AFFIRMATIONS

| | 1 Fortement en désaccord | 2 | 3 | 4 | 5 Fortement 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 plus qu'un autre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités traitent d'un sujet important | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités fournissent des nouveaux renseignements | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités indiquent clairement que de l'aide et des ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances sont disponibles | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités m'incitent à visiter un site Web du gouvernement du Canada pour en savoir plus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités m'incitent à visiter d'autres sites Web pour obtenir de l'aide et des ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ces publicités m'incitent à chercher de l'aide et des ressources gratuites en | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| matière de santé mentale et de consommation de substances plus tard | | | | | |
| Après avoir vu les publicités, je les partagerais avec quelqu'un que je connais | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[Demander à tous les répondants]

T1L.

Avez-vous fait [Si le/la répondant(e) a répondu NON à T1H : Ferez-vous] l'une des choses suivantes après avoir vu cette publicité? Sélectionnez toutes les réponses qui correspondent.

[RANDOMISER]

Avoir visité [Visiter] le site Canada.ca/sante-mentale

Avoir discuté [Discuter] de vos problèmes de santé mentale avec un professionnel de la santé ou médecin, un ami ou un membre de votre famille

Avoir partagé [Partager] la publicité avec quelqu'un que vous connaissez

Avoir partagé [Partager] le site Web avec quelqu'un que vous connaissez

Avoir cherché [Chercher] de l'information sur l'aide et les ressources gratuites en matière de santé mentale et de consommation de substances en ligne

Autre, précisez [ancrer]

Je n'ai rien fait [ne ferai rien] après avoir vu la publicité [ancrer][choix exclusif]

Je ne sais pas ou préfère ne pas répondre [ancrer, choix exclusif]

QUESTIONS D'ORDRE DÉMOGRAPHIQUE

D1:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle? Est-ce que vous...?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

travaillez à temps plein (30 heures ou plus par semaine)

travaillez à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)

êtes un(e) travailleur(euse) autonome

êtes sans emploi, mais à la recherche d'un emploi

êtes un(e) étudiant(e) qui fréquente l'école à plein temps

êtes à la retraite

ne faites pas partie de la population active (personne au foyer à plein temps ou sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi)

avez une autre situation professionnelle

Je préfère ne pas répondre

D2:

Quel est le plus haut niveau d'éducation formelle que vous avez atteint?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

8^e année ou niveau inférieur

Études secondaires partielles

Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent

Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers

Certificat ou diplôme d'un collège, cégep ou autre établissement d'enseignement non universitaire

Certificat ou diplôme universitaire de niveau inférieur au baccalauréat

Baccalauréat

Diplôme de niveau supérieur au baccalauréat

Je préfère ne pas répondre

D4:

Quelle catégorie suivante décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage, y compris les revenus de tous les membres du ménage, avant déduction des impôts?

SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 20 000 \$

Entre 20 000 \$ et 40 000 \$

Entre 40 000 \$ et 60 000 \$

Entre 60 000 \$ et 80 000 \$

Entre 80 000 \$ et 100 000 \$

Entre 100 000 \$ et 150 000 \$

Entre 150 000 \$ et 200 000 \$

200 000 \$ et plus

Je préfère ne pas répondre

D5:

Où êtes-vous né(e)?

Né(e) au Canada

Né(e) à l'extérieur du Canada

Précisez le pays :

Je préfère ne pas répondre



POSER LA QUESTION SUIVANTE SI LE/LA RÉPONDANT(E) A CHOISI « NÉ(E) À L'EXTÉRIEUR DU CANADA » À D5

D6:

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

AAAA

Je préfère ne pas répondre

FOURCHETTE ADMISSIBLE : 1900-2024

D7:

Quelle(s) langue(s) avez-vous apprise(s) à la maison pendant votre enfance et comprenez-vous toujours?

SÉLECTIONNER JUSQU'À 2 RÉPONSES

Anglais

Français

Autre langue, précisez _____

Je préfère ne pas répondre [choix exclusif]

Voilà qui met fin au sondage. Ce sondage a été réalisé au nom de Santé Canada. Dans les prochains mois, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions d'avoir pris le temps de répondre à ce sondage. Votre aide est très appréciée.

**POUR PLUS D'INFORMATION SUR LES SOUTIENS À LA SANTÉ MENTALE ET LA CONSOMMATION DE SUBSTANCES,
VEUILLEZ CONSULTER LE SITE Canada.ca/sante-mentale**
