

**Rapport sommaire de la méthodologie
Sondage d'évaluation de la campagne publicitaire
sur l'initiative de formation axée sur les compétences,
printemps 2013**

Numéro de recherche sur l'opinion publique (ROP) : ROP 009-13

Date d'attribution du contrat : 2013-06-14

Numéro de la commande du contrat : G9547-13-0007

Valeur du contrat, y compris la TVH : 42 760,10 \$

Le 6 août 2013

Rédigé par le groupe de recherche NRG Research Group pour :

Conseiller en communications, Recherche sur l'opinion publique
Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDC)
140, promenade du Portage, Gatineau (Québec) K1A 0J9
nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca

“This report is also available in English”

NRG Research Group
360, rue Main, bureau 1910
Winnipeg (Manitoba) R3C 3Z3
Tél. 204-989-8986 | Téléc. 204-947-2410

Attestation de la neutralité politique

En ma qualité d'agent principal du groupe de recherche NRG Research Group, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique énoncées dans la *Politique de communication du gouvernement du Canada* et dans la *Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique*. Plus particulièrement, les produits livrés ne contiennent aucune référence aux intentions de vote électoral, aux préférences quant aux partis politiques, aux positions des partis ou à l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses chefs. .

La valeur du contrat s'établissait à 42 760,10 \$, TVH comprise.

Signature:



Russell G. Noseworthy
Associé de recherche principal
NRG Research Group
Ottawa (Ontario)
613-292-0637

Table des matières

1.	Contexte.....	4
2.	Justification et objectifs de la recherche	4
3.	Méthode et approche	5
3.1	Sondage auprès de la population générale (taille de l'échantillon – 2000)	5
3.1.1	Source de l'échantillon.....	6
3.2	Pondération et tabulation des données.....	7
3.3	Contrôle de la qualité	8
3.4	Analyse des taux de non-réponse.....	8
	Annexe A : Répartition des appels	10
	Annexe B : Questionnaires anglais et français	12

1. Contexte

À l'appui du plan en trois volets du Plan d'action économique de 2013 visant à pallier les difficultés de jumeler les Canadiens et les emplois disponibles, le gouvernement du Canada a lancé, durant la semaine du 13 mai 2013, une campagne de publicité à la télévision et dans Internet en lien avec l'initiative de formation axée sur les compétences.

La campagne sur l'initiative de formation axée sur les compétences constitue un prolongement de la campagne publicitaire Meilleurs emplois, tenue au cours des années précédentes.

Le but de la campagne publicitaire liée à l'initiative de formation axée sur les compétences consiste à sensibiliser la population canadienne en âge de travailler aux programmes et services nouveaux et actuels du gouvernement du Canada conçus pour les aider à acquérir les compétences et la formation nécessaires en vue d'obtenir, maintenant et à l'avenir, des emplois de grande qualité, bien rémunérés et où la demande est forte.

La campagne publicitaire relative à l'initiative de formation axée sur les compétences et qui a eu lieu au printemps a porté sur la sensibilisation à la Subvention canadienne pour l'emploi, une nouvelle mesure d'aide. La publicité est conçue afin d'aiguiller les adultes âgés de 18 à 50 ans vers le site Web plandaction.gc.ca/compétences ou d'inviter ces derniers à composer le 1 800 O-Canada pour obtenir de plus amples renseignements. La campagne repose sur une combinaison de médias (la télévision et Internet). La publicité à la télévision, qui combine des séquences nouvelles et actuelles du Plan d'action économique, a été diffusée durant les séries éliminatoires de la Ligne nationale de hockey et sur les chaînes spécialisées. La campagne dans Internet comportait des bannières et publicités électroniques dans des sites Web grand public, du marketing dans les moteurs de recherche, ainsi que des journées de diffusion continue dans les sites rds.ca, tsn.ca, tva.canoe.ca, muchmusic.com, musiqueplus.ca, mtv.ca et youtube.com.

La campagne de publicité a été lancée la semaine du 13 mai pour une durée de sept semaines. Elle a pris fin le 30 juin 2013.

2. Justification et objectifs de la recherche

Conformément à la *Politique de communication du gouvernement du Canada*, les ministères et les organismes fédéraux sont tenus de faire une postenquête de toutes les grandes initiatives publicitaires comportant des achats médias de plus de 1 000 000 \$. Dans le cas présent, une postenquête a été menée à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECP). Cet outil propose une série de questions normalisées à inclure au début d'une postenquête. Le sondage téléphonique, comprenant les questions de l'OECP et des questions supplémentaires sur la campagne, durait de 7 à 8 minutes environ.

Comme il a été mentionné précédemment, l'OECP est fondé sur un sondage auprès de la population générale et vise à savoir si le répondant se souvient de la publicité, de ses messages clés et de son commanditaire et s'il a pris des mesures après avoir vu la publicité, et à déterminer la capacité du gouvernement de bien informer le public ainsi que le rendement global du gouvernement.

Dans le cadre de cette évaluation, le groupe de recherche NRG a mené un sondage grand public auprès de 2 000 Canadiens âgés de 18 ans ou plus.

3. Méthode et approche

Comme il a été mentionné précédemment, la recherche sur l'opinion publique proposée comprenait la réalisation de **2 000** entrevues téléphoniques assistées par ordinateur. Des renseignements détaillés sur la méthode utilisée pour le sondage sont fournis dans les sections qui suivent.

Sélection des répondants

Au niveau des ménages, les répondants ont été sélectionnés au hasard à l'aide de la méthode du dernier anniversaire de naissance célébré.

Tous les échantillons de ménages n'utilisant que la téléphonie cellulaire ont fait l'objet d'un deuxième examen pour s'assurer qu'aucun service de téléphonie fixe n'avait été ajouté.

3.1 Sondage auprès de la population générale (taille de l'échantillon – 2000)

Le groupe de recherche NRG Research Group, au nom de RHDCC, a mené 2 000 entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon aléatoire de Canadiens âgés de 18 ans ou plus. Les ménages ont été sélectionnés au hasard, et une personne du ménage a ensuite été choisie pour participer au sondage à l'aide de la méthode de sélection fondée sur le dernier anniversaire de naissance célébré¹. La marge d'erreur de l'échantillon global est de $\pm 2,19$ points de pourcentage², 19 fois sur 20 ou à un intervalle de confiance (IC) de 95 %.

Conformément aux normes du gouvernement du Canada régissant les entrevues téléphoniques, l'instrument de sondage a fait l'objet d'un essai préliminaire le 21 juin 2013. Les entrevues

¹ Cette méthode sélectionne un répondant par ménage pour répondre au sondage selon la personne qui a célébré son anniversaire de naissance en dernier ou le plus récemment.

² Remarque : la marge d'erreur pour les sous-groupes de l'ensemble de l'échantillon est plus grande que celle pour l'ensemble de l'échantillon.

simulées ont été menées en anglais et en français. Des modifications très minimales ont été apportées au questionnaire, et toutes les entrevues ont été réalisées du 24 juin au 7 juillet 2013.

Le tableau 1 présente la répartition finale non pondérée de l'échantillon par région ou province.

Tableau 1 : Distribution de l'échantillon par région ou province

Strate	Taille de l'échantillon (non pondérée)	Marge d'erreur
Atlantique	200	+/-6.93
Québec	420	+/-4.78
Ontario	600	+/-4.00
Manitoba, Saskatchewan et Nunavut	260	-+/-6.10
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	261	-+/-6.10
Colombie-Britannique et Yukon	259	+/-6.10
Canada	2000	+/-2.19

Pour ce volet de la recherche, on a utilisé un taux d'échantillonnage disproportionné afin d'obtenir des résultats plus exacts à l'échelle provinciale ou régionale. Prendre note qu'à l'intérieur de chacune des strates géographiques définies ci-dessus, le groupe de recherche NRG a utilisé un échantillonnage proportionnel afin d'obtenir un échantillon plus ou moins représentatif pour chacune des 6 macrorégions. Par exemple, les entrevues réalisées dans les provinces de l'Atlantique sont réparties de façon proportionnelle dans les quatre provinces de la région pour un échantillon total de 200 répondants. La même approche a été adoptée dans les cinq autres régions afin que l'échantillon final reflète la diversité des opinions dans chacune des régions. De plus, les trois territoires, à savoir le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut, ont été inclus dans l'échantillonnage de provinces voisines. Au total, neuf entrevues ont été effectuées auprès des résidents du Nord.

Treize pour cent (13 %) de l'échantillon est tiré d'un échantillon aléatoire de ménages n'utilisant que la téléphonie cellulaire. L'autre 87 % a été sélectionné au hasard parmi les ménages abonnés au service traditionnel de télécommunication à fil.

3.1.1 Source de l'échantillon

Dans un premier temps, toutes les unités d'échantillonnage utilisées dans le sondage auprès de la population générale et des jeunes de la campagne publicitaire Meilleurs emplois à l'hiver 2013

ont été exclues de la base d'échantillonnage de l'initiative de formation axée sur les compétences.

Le groupe de recherche NRG Research Group utilise un produit de la société ASDE Survey Sampler, appelé Canada Survey Sampler, pour procéder à l'échantillonnage de la population générale canadienne. Des renseignements supplémentaires sur ASDE et sur le logiciel Canada Survey Sampler sont affichés sur le site www.surveysampler.com. Ce logiciel d'échantillonnage est mis à jour tous les trois mois par ASDE et permet au groupe NRG de constituer des échantillons aléatoires à différents niveaux géographiques (p. ex., selon la province, la région économique ou la division de recensement) à partir des ménages abonnés au service téléphonique à fil au Canada. Ces échantillons englobent aussi bien les numéros de téléphone inscrits à l'annuaire que les numéros confidentiels, si bien que tous les numéros de téléphone terrestres sont couverts.

Pour le présent sondage, le groupe NRG a sélectionné au hasard des numéros de téléphone terrestres confidentiels présentant au moins 30 % de chances que l'appel soit transmis en direct (c.-à-d. acheminé à un client résidentiel) pour former un échantillon. Ainsi, le groupe NRG a constitué l'échantillon à partir des nouvelles listes de numéros de téléphone et de listes ayant été modifiées et a également pris en compte les nouveaux quartiers résidentiels. Conformément à la pratique courante, la proportion de numéros de téléphone confidentiels a été limitée à 20 % de l'échantillon global utilisé pour ce sondage. Au total, l'équipe de recherche du groupe NRG a composé 43 571 numéros de téléphone pour cet échantillon, dont seulement un peu plus de 8 700 correspondaient à des ménages non inscrits à l'annuaire. Tous les échantillons constitués pour ce sondage ont été conservés dans une application de base de données personnalisée.

Tous les échantillons des ménages n'utilisant que la téléphonie cellulaire ont été obtenus au moyen du Canada Survey Sampler de la société ASDE. Celle-ci a mis au point un processus d'échantillonnage de la population ayant un téléphone cellulaire et qui donne des échantillons aléatoires dans l'ensemble des dix provinces relativement aux ménages n'utilisant que la téléphonie cellulaire.

À mesure que les numéros de téléphone, tant fixe que cellulaire, étaient ajoutés à une base de données, on vérifiait s'ils se trouvaient sur une liste nationale de numéros de téléphone volontairement exclus des études de marché, et tous les numéros pour lesquels on trouvait une correspondance ont été supprimés de l'échantillon avant la randomisation ou l'échantillonnage.

3.2 Pondération et tabulation des données

Les données du sondage ont été pondérées en fonction des données du plus récent recensement de Statistique Canada afin de s'assurer que les données à l'échelle nationale reflètent les points de vue et les perceptions de la population canadienne en général selon l'âge

et le sexe des répondants au sein des régions ou provinces. Les données finales pondérées du sondage ont été fournies à RHDCC sous forme de tableaux et sous format SPSS. Le tableau et le plan d'analyse utilisés pour ce sondage ont été fournis par RHDCC.

3.3 Contrôle de la qualité

Conformément aux normes et aux lignes directrices du gouvernement du Canada, au moins 10 % de toutes les entrevues réalisées ont fait l'objet d'un contrôle ou d'une vérification sous formes audio et vidéo. Toutes les entrevues en anglais ont été menées à partir du centre principal de collecte de données du groupe NRG Research Group, situé à Winnipeg, au Manitoba. Toutes les entrevues en français ont été réalisées à Ottawa, en Ontario, par l'Elemental Research Group. Le taux de réponse établi pour l'échantillon et les calculs utilisés pour déterminer le taux de réponse sont présentés ci-dessous.

Tableau 2 : Taux de réponse au sondage

Population	Taux de réponse
Population générale âgée de 18 ans ou plus	Méthode empirique = $R / (ES + NR + R)$ $= 2816 / (7257 + 24939 + 2816)$ $= 8,0\%$

Le taux de réponse au sondage se situe à 8 %. Conformément aux lignes directrices du gouvernement du Canada concernant les entrevues téléphoniques ayant de faibles taux de réponse, une analyse des taux de non-réponse figure dans les sections suivantes.

3.4 Analyse des taux de non-réponse

Selon les normes et les lignes directrices du gouvernement du Canada en matière de sondages téléphoniques, un biais de non-réponse représente la différence systématique entre les valeurs réelles de la population et la moyenne des résultats de non-réponse pour tous les échantillons possibles. L'analyse des taux de non-réponse comprendra une comparaison de la répartition de l'échantillon avec les paramètres équivalents de la population selon le sexe et l'âge. Le tableau 3 ci-dessous présente une comparaison entre l'échantillon de la population générale et les paramètres de population selon le sexe et l'âge à l'échelle nationale.

Tableau 3 : Échantillon national selon le sexe et l'âge

Strate	Sexe	Âge (les deux sexes)
--------	------	----------------------

	hommes Pop.*	hommes Échant.**	femmes Pop.	femmes Échant.	18-34 Pop.	18-34 Échant.	35-54 Pop.	35-54 Échant.	55 ans ou plus Pop.	55 ans ou plus Échant.
Canada	48 %	49 %	52 %	51 %	29 %	16 %	38 %	31 %	32 %	52 %

*Paramètre de population

**Proportion dans l'échantillon

Le tableau 3 montre que les proportions d'hommes et de femmes de l'échantillon correspondent plus ou moins aux proportions nationales. Dans les trois grandes catégories d'âge, on note cependant un biais d'échantillonnage, car les Canadiens dans le groupe d'âge le plus avancé (55 ans ou plus) sont surreprésentés, tandis que ceux dans le groupe d'âge le plus jeune (18-34) sont sous-représentés dans l'échantillon final de ce sondage.

Le biais engendré dans le sondage peut être évalué, dans une certaine mesure, en examinant la variation en pourcentage des résultats pondérés et non pondérés du sondage. Notre analyse révèle que l'échantillon final non pondéré du sondage reflète la répartition de la population canadienne selon le sexe, mais comporte un biais favorisant les Canadiens âgés. Ce déséquilibre démographique est corrigé par le système de pondération des données décrit à la sous-section 3.2 ci-dessus.

Veillez **consulter les annexes A et B** pour obtenir la description détaillée de la répartition finale des appels **(A)** de même qu'une copie des instruments de sondage en français et en anglais **(B)**.

Annexe A : Répartition des appels

A) Répartition finale des appels

Répartition finale des appels	Total	%	Code
Pas de réponse	18014	43,6%	ES
Ligne occupée	803	1,9%	ES
Pas de service	7642	17,8%	NV*
Quota atteint/quota dépassé	338	0,8%	R
Non admissible (aucun répondant admissible dans le ménage)	56	0,1%	R
Refus de répondre	6934	15,9%	IS
Rappel n'ayant donné aucun résultat	323	0,7%	IS
Inscription d'affaires	222	0,5%	IV
Télécopieur/modem	695	1,6%	IV
Inadmissibilité en raison de la langue	422	1,0%	R
Répondeur	6122	14,0%	ES
Entrevue complète	2000	4,6%	R
Total des tentatives	43571	100%	TT
En suspens (ES) [Pas de réponse 18 014) + Répondeur 6 122) + Ligne occupée (803)]			24939
Non-répondant dans le champ (NR) [Refus de répondre 6 934) + Rappel n'ayant donné aucun résultat (323)]			7257
Répondant dans le champ (R) [Entrevue complète (2 000) + Inadmissibilité en raison de la langue (422) + Inadmissibilité pour une autre raison (56) + Quota atteint (338)]			2816
Taux de réponse [méthode empirique de l'ARIM = R / (ES + NR + R)]	=2816/(7257+24939+2816)		8,0%

*Non valide

Annexe B : Questionnaires anglais et français

INTRO Landline:

INT01:

ALL BACK MESSAGE: <CBM> PRESS F9 FOR SURVEY (CONTACT)
INFORMATION ENGLISH: Hello, my name is . I'm calling on behalf of NRG Research Group. I'd like to ask you a few questions on current issues of interest to Canadians. Your responses will be kept entirely confidential and anonymous. This survey is registered with the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA).

May I please speak with the person in your household who is 18 years of age or older and who has had the most recent birthday? Would that be you? (IF NO, ASK TO SPEAK TO SOMEONE WHO QUALIFIES) Would you be willing to take part in this survey?

We can do it now or at a time more convenient for you. (CONTINUE OR SCHEDULE A CALLBACK)

For quality control purposes, this call may be recorded.

First, to confirm, are you 18 years of age or older? (IF NO, ASK TO SPEAK TO SOMEONE WHO QUALIFIES) (IF ASKED) The survey will take about 7 minutes to complete.

```
else => +1
if STYPE=1
```

PRESS ENTER TO CONTINUE00 D

INTRO Cellular

INT02:

CALL BACK MESSAGE: <CBM> PRESS F9 FOR SURVEY (CONTACT)
INFORMATION ENGLISH: Hello, my name is . I'm calling on behalf of NRG Research Group. We realize that we may have contacted you on your cell-phone. Are you in a safe place to talk? I'd like to ask you a few questions on current issues of interest to Canadians. For quality control purposes, this call may be recorded.

First, to confirm, are you 18 years of age or older?

(IF ASKED) The survey will take about 7 minutes to complete.

```
else => +1
if STYPE=2
```

PRESS ENTER TO CONTINUE02

QSEX:

(DO NOT ASK) RECORD GENDER

MALE01
FEMALE02

LANG:

(ENGLISH) Would you prefer to continue this interview in French or English?
PLEASE CHOOSE LANGUAGE OF INTERVIEW

ENGLISHEN
FRENCHFR

CON1:

CON1. Are you in a safe place to talk? (DO NOT READ LIST)

=> +1
if 1 > 0

YES..... 1 => CON2
NO 2

INT75:

SCH1. We would like to conduct this interview with you when it is safe and convenient to do so. During weekdays we can call anytime from 4:00 to 9:00 pm and on weekends from noon to 8:00 PM your time. (DO NOT READ LIST)

else => +1
if INT02=52

REFUSED CALL BACK41 => /STOP
SCHEDULED CALLBACK52 => /TEL99

CON2:

CON2. Have I reached you on a cellular phone or a traditional telephone line?

(IF NECESSARY, READ) A traditional phone line also includes traditional landline, VoiP and cable phones lines. (DO NOT READ LIST)

=> Q1A
if STYPE=1

CELLULAR PHONE 1 => CON3
TRADITIONAL PHONE 2
REFUSED..... 9

INT76:

Thank you for your time. That is my only question for today.

NO OR REFUSAL - CON2.....76 D => /STOP

CON3:

CON3. At home, do you have a traditional telephone line other than a cell phone? (IF NECESSARY, READ)

A traditional phone line also includes traditional landline, VoiP and cable phones lines. (DO NOT READ LIST)

YES.....01
NO02
DON'T KNOW / REFUSED99

INT78:

Thank you for your time. That is my only question for today.

=> +1
if CON3=02

YES OR REFUSAL - CON378 D => /STOP

C_INT:

As I said, I'll be asking you a few questions on current issues of interest to Canadians. Your responses will be kept entirely confidential and anonymous. This survey is registered with the Marketing Research and Intelligence Association (MRIA).

(IF ASKED) The survey will take about 7 minutes to complete.

```
=> +1
if STYPE=1
```

PRESS ENTER TO CONTINUE00 D

Q1A:

Q1A. Over the past few weeks or so, have you seen, heard or read any advertising about the new Canada Job Grant? (DO NOT READ LIST)

- YES.....01
- NO02
- DON'T KNOW98
- REFUSED.....99

Q1B:

Q1B. What can you remember about this advertising? What words, sounds or images come to mind? (ENTER VERBATIM - ACCEPT MULTIPLE RESPONSES)

```
else => +1
if Q1A=01
```

- ENTER VERBATIM.....95 O
- NOTHING97
- DON'T KNOW98
- REFUSED.....99

Q2A:

Q2A. More specifically, do you remember seeing a television ad over the past few weeks or so that shows a man in his kitchen wondering how he can get more training because he doesn't have the right skills for the jobs available? The ad talks about the new Canada Job Grant. (DO NOT READ LIST)

- YES.....01
- NO02
- NOT APPLICABLE / DO NOT HAVE TV / DO NOT WATCH TV97
- DON'T KNOW98
- REFUSED.....99

Q2B:

Q2B. Do you remember seeing an internet ad over the past few weeks or so about the new Canada Job Grant? The ad makes reference to skills training. (DO NOT READ LIST)

- YES.....01
- NO02
- NOT APPLICABLE / DO NOT HAVE/USE INTERNET97
- DON'T KNOW98
- REFUSED.....99

Q3:

Q3. Thinking about the advertising that you saw, what do you think was the main point this advertising was trying to get across?

(OPEN-ENDED, ACCEPT ONE RESPONSE) (IF ANSWER IS "GO TO THE WEBSITE", ASK RESPONDENT TO SPECIFY WEBSITE ADDRESS)

else => Q6
 if Q2A=01 OR Q2B=01

ENTER VERBATIM.....	95	O
NOTHING.....	97	
DON'T KNOW.....	98	
REFUSED.....	99	

Q4A:

Q4A. Did you do anything as a result of seeing this advertising? (DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO.....	02
DON'T KNOW.....	98
REFUSED.....	99

Q4B:

Q4B. What did you do? (PROBE) Anything else? (DO NOT READ LIST) (CODE ALL THAT APPLY)

else => +1
 if Q4A=01

Visited the website (SPECIFY WEBSITE).....	01	O
Visited actionplan.gc.ca/skills website.....	02	
Visited the Government of Canada website.....	03	
Called 1-800-O Canada.....	04	
Visited a provincial government website.....	05	
Visited a school/trade school/training center website.....	06	
Talked to my school guidance counsellor/teacher.....	07	
Talked to my parents.....	08	
Talked to my friends.....	09	
Talked to my children.....	10	
Signed up for courses.....	11	
Looked for information on the Canada Job Grant.....	12	
Looked for information on skills training.....	13	
Looked for information on skills upgrading.....	14	
Looked for information on post secondary education.....	15	
Talked to my employer.....	16	
OTHER (SPECIFY).....	95	O
DON'T KNOW.....	98	X
REFUSED.....	99	X

PRE4A:

Which, if any, of the following things did you do as a result of seeing this advertising?
 (PRESS ENTER TO CONTINUE)

else => +1
 if Q4A=01

CONTINUE.....	00	D
---------------	----	---

PRE4B:

While you said you don't recall doing anything as a result of the advertising, I'd like to briefly ask you about some specific things that you may have done. (PRESS ENTER TO CONTINUE)

=> +1
if Q4A=01

CONTINUE.....00 D

Q4C_A:

Q4C_A. Did you ...Visit the actionplan.gc.ca/skills website? (DO NOT READ LIST)

=> +1
if Q4B=02

YES.....01
NO02
DON'T KNOW98
REFUSED.....99

Q4C_B:

Q4C_B. Did you ...Call 1-800-O Canada? (DO NOT READ LIST)

=> +1
if Q4B=04

YES.....01
NO02
DON'T KNOW98
REFUSED.....99

Q4C_C:

Q4C_C. Did you ...Get information about training and/or education? (DO NOT READ LIST)

=> +1
if Q4B=13,14,15

YES.....01
NO02
DON'T KNOW98
REFUSED.....99

Q4C_D:

Q4C_D. Did you ...Go to a Service Canada center? (DO NOT READ LIST)

YES.....01
NO02
DON'T KNOW98
REFUSED.....99

Q4C_E:

Q4C_E. Did you ... Look for information on the Canada Job Grant? (DO NOT READ LIST)

=> +1
if Q4B=12

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

Q5A:

Q5A. Thinking about the advertising you saw, who do you think produced it? That is, who paid for it? (DO NOT READ LIST - ACCEPT ONE RESPONSE)

GOVERNMENT OF CANADA/FEDERAL GOVERNMENT	01
PROVINCIAL GOVERNMENT.....	02
MUNICIPAL GOVERNMENT.....	03
GOVERNMENT (GENERAL)	04
TAXPAYERS.....	05
OTHER (SPECIFY)	95 O
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

Q5B:

Q5B. Which level of government? (READ LIST - ACCEPT ONE RESPONSE)

else => +1
if Q5A=04

Federal Government	01
Provincial Government	02
Municipal Government	03
(DO NOT READ) OTHER (SPECIFY)	95 O
(DO NOT READ) DON'T KNOW	98
(DO NOT READ) REFUSED	99

Q6:

The next three questions have to do with the performance of the government in general.
Q6. How would you rate the performance of the Government of Canada on providing information to Canadians about the new Canada Job Grant? Please use a 7-point scale, where 1 means terrible, 7 means excellent and the mid-point, 4, means neither good nor bad. (DO NOT READ LIST)

1, Terrible	01
2.....	02
3	03
4, Neither good nor bad	04
5.....	05
6.....	06
7, Excellent	07
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

Q7:

Q7. And, using the same scale, how would you rate the performance of the Government of Canada in providing information to the public in general?

(REPEAT IF NECESSARY) Please use a 7-point scale, where 1 means terrible, 7 means excellent and the mid-point, 4, means neither good nor bad. (DO NOT READ LIST)

1, Terrible	01
2	02
3	03
4, Neither good nor bad	04
5	05
6	06
7, Excellent	07
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

Q8:

Q8. Generally speaking, how would you rate the overall performance of the Government of Canada? Once again, please use the same scale. (REPEAT IF NECESSARY) Please use a 7-point scale, where 1 means terrible, 7 means excellent and the mid-point, 4, means neither good nor bad. (DO NOT READ LIST)

1, Terrible	01
2	02
3	03
4, Neither good nor bad	04
5	05
6	06
7, Excellent	07
DON'T KNOW	97
REFUSED.....	98

CS1:

CS1. You indicated seeing an ad recently about the new Canada Job Grant. Were you aware of the Canada Job Grant before seeing this advertising? (DO NOT READ LIST)

else => +1
if Q2A=01 OR Q2B=01

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

CS2:

CS2. Earlier, you mentioned that after seeing the advertising you looked for information on the Canada Job Grant. Where specifically did you look for information?

(IF ANSWER IS "ONLINE / INTERNET / WEBSITE", ASK)

Which sites specifically? (DO NOT READ LIST - SELECT UP TO THREE MENTIONS)

else => +1
if Q4B=12,13,14,16 OR Q4C_C=01

The Internet (SPECIFY WEBSITES).....	01	O
actionplan.gc.ca/skills	02	
The Government of Canada (General).....	03	
Specific agency/department of the Government of Canada (SPECIFY DEPARTMENT)	04	O
The provincial/territorial government (general).....	05	
School guidance/career counsellor.....	06	
Employer	07	
Recruiting firms/HR specialists	08	
Parents/family	09	
Friends	10	
OTHER (SPECIFY)	95	O
DON'T KNOW/CAN'T REMEMBER/REFUSED.....	98	X

PRED:

Finally, I'd like to ask you some questions for statistical purposes. I'd like to remind you that all your answers are completely confidential.

CONTINUE.....00 D

D1:

D1. Which of the following categories best describes your current employment status? Are you...? (READ LIST)

Working full-time (35 or more hours per week)	01	
Working part-time (less than 35 hours per week)	02	
Self-employed	03	
Student attending full time school (not working).....	04	
Unemployed, but looking for work.....	05	
Not in the workforce (for example, unemployed, but not looking for work, a full-time homemaker or parent)	06	
Retired	07	
(DO NOT READ) OTHER (SPECIFY)	95	O
(DO NOT READ) PREFER NOT TO SAY	98	

D2:

D2. What is the highest level of formal education that you have completed to date? (READ LIST IF NECESSARY - ACCEPT ONE ANSWER ONLY)

Elementary school or less (GRADE 8 OR LESS).....	01	
Secondary school (GRADES 9 - 12 / HIGH SCHOOL GRADUATE).....	02	
Some post-secondary (SOME COLLEGE OR UNIVERSITY - NO DEGREE)	03	
College, vocational or trade school (CEGEP / CERTIFICATE OR DIPLOMA OBTAINED)	04	
Undergraduate university program (UNIVERSITY GRADUATE / DEGREE OBTAINED)	05	
Graduate or professional university program (MASTERS / PhD / POST GRAD)	06	
(DO NOT READ) REFUSED	98	

D3A:

D3A. In what year were you born? (NOTE: RESPONDENT MUST BE BORN IN 1995 OR EARLIER) (PLEASE ENTER FOUR-DIGIT YEAR EG: 1971) (ENTER 9999 FOR REFUSED)

\$R.0 1900 1995
 PREFER NOT TO SAY9999 D

D3B:

D3B. What is your age range? Are you ... ? (READ LIST)

=> +1
 if NOT D3A=9999

18-24.....01
 25-34.....02
 35-44.....03
 45-54.....04
 55-64.....05
 65+.....06
 (DO NOT READ) PREFER NOT TO SAY98

D4:

D4. Are there any children under the age of 18 currently living in your household? (DO NOT READ LIST)

YES.....01
 NO02
 REFUSED.....99

D5:

D5. Which of the following categories best describes your total household income? That is, the total income of all persons in your household, before taxes? (READ LIST)

Under \$20,00001
 \$20,000 to just under \$40,000.....02
 \$40,000 to just under \$60,000.....03
 \$60,000 to just under \$80,000.....04
 \$80,000 to just under \$100,000.....05
 \$100,000 to just under \$120,000.....06
 \$120,000 to just under \$150,000.....07
 \$150,000 and above08
 (DO NOT READ) REFUSED99

CD6:

D6: I would like to confirm that you live in <SPROV>? **(Cellular Sample Respondents Only)** (IF YES - SELECT PROVINCE BELOW) (IF INCORRECT - SELECT CORRECT PROVINCE BELOW)

=> +1
if STYPE=1

British Columbia.....	01
Alberta	02
Saskatchewan.....	03
Manitoba.....	04
Ontario.....	05
Quebec	06
Newfoundland and Labrador	07
New Brunswick.....	08
Nova Scotia.....	09
Prince Edward Island	10
Yukon	11
Northwest Territories.....	12
Nunavut	13
REFUSED.....	99

MED_A:

MEDIA_A. In the last two weeks, have you ... Read a daily newspaper?

(IF THE RESPONDENT SAYS THEY HAVE READ THE ONLINE VERSION - CLARIFY) Have you read the print version?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_B:

MEDIA_B. In the last two weeks, have you ... Read a weekly newspaper?

(IF THE RESPONDENT SAYS THEY HAVE READ THE ONLINE VERSION - CLARIFY) Have you read the print version?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_C:

MEDIA_C. In the last two weeks, have you ... Watched television?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_D:

MEDIA_D. In the last two weeks, have you ... Listened to the radio?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_E:

MEDIA_E. In the last two weeks, have you ... Used public transit?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_F:

MEDIA_F. In the last two weeks, have you ... Read a magazine?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_G:

MEDIA_G. In the last two weeks, have you ... Used the Internet?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_H:

MEDIA_H. In the last two weeks, have you ... Used Facebook?

(DO NOT READ LIST)

```
else => +1
if MED_G=01
```

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_I:

MEDIA_I. In the last two weeks, have you ... Watched videos on Youtube?

(DO NOT READ LIST)

```
else => +1
if MED_G=01
```

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

MED_J:

MEDIA_J. In the last two weeks, have you ... watched a movie at a movie theatre?

(DO NOT READ LIST)

YES.....	01
NO	02
DON'T KNOW	98
REFUSED.....	99

INT99:

That Concludes the Survey. This survey was conducted on behalf of Human Resources and Skills Development Canada. In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada. Thank you very much for taking part in this survey. It is appreciated.

IF RESPONDENT ASKS FOR MORE INFORMATION ABOUT THE SURVEY, INVITE THEM TO: A) CALL THE NATIONAL SURVEY REGISTRATION SYSTEM AT 1-888-608-6742, EXT 8728 (Project Registration #: 20130618-620T) B) OFFER TO RECORD NAME AND NUMBER AND GIVE THIS INFORMATION TO ANDREW ENNS AT NRG C) GIVE RESPONDENT NAME OF HRSDC CONTACTS: TANIA CALLIES AT 1-819-934-1742 OR CHARLES HART AT 1-819-953-3224 AND/OR COLLECT RESPONDENT CONTACT INFORMATION AND OFFER TO HAVE TANIA OR CHARLES CONTACT THE RESPONDENT
COMPLETED INTERVIEW09 D => /STOP

F9:

IF RESPONDENT ASKS FOR MORE INFORMATION ABOUT THE SURVEY, INVITE THEM TO: A) CALL THE NATIONAL SURVEY REGISTRATION SYSTEM AT 1-888-608-6742, EXT 8728 (Project Registration #: 20130618-620T) B) OFFER TO RECORD NAME AND NUMBER AND GIVE THIS INFORMATION TO ANDREW ENNS AT NRG C) GIVE RESPONDENT NAME OF HRSDC CONTACTS: TANIA CALLIES AT 1-819-934-1742 OR CHARLES HART AT 1-819-953-3224 AND/OR COLLECT RESPONDENT CONTACT INFORMATION AND OFFER TO HAVE TANIA OR CHARLES CONTACT THE RESPONDENT IF ASKED, Who is sponsoring the survey? SAY: "We can tell you who contracted us to conduct this research but not until you have completed the 7 minute telephone interview." IF ASKED Why can we not indicate the sponsor upfront? SAY: "This survey is a blind survey and as such the survey's sponsor can only be revealed to you at the end of the interview. We do these studies in this manner to minimize any response bias that "knowing the survey's sponsor" upfront might create. In other words, we don't want to bias the way you respond to the survey questionnaire. Revealing the sponsorship upfront might do that. We can also provide the name of our client as well as their toll free contact information at the end of the survey."
PRESS ENTER TO CONTINUE 1 D

INTRO (TÉLÉPHONE TRADITIONNEL):

INT01:

Bonjour, je m'appelle . Je vous appelle au nom de la firme de recherche NRG. J'aimerais vous poser quelques questions au sujet d'enjeux actuels d'importance pour les Canadiens. Je tiens à signaler que vos réponses demeureront absolument confidentielles et que ce sondage est enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

Pourrais-je parler à un membre de votre foyer qui a 18 ans ou plus ayant le plus récemment célébré son anniversaire? Seriez-vous cette personne? (SI NON, DEMANDER DE PARLER AVEC CETTE PERSONNE ET RECOMMENCER) Seriez-vous disponible pour prendre part à ce sondage? Nous pouvons le faire dès maintenant ou à un moment plus propice pour vous. (CONTINUER OU ARRANGER UN RAPPEL)

Cet appel peut être enregistré à des fins du contrôle de la qualité.

J'aimerais tout d'abord confirmer que vous avez 18 ans ou plus, est-ce correct? (SI NON, DEMANDER DE PARLER À QUELQU'UN QUI SE QUALIFIE) (SI DEMANDÉ)

Le sondage est d'une durée d'environ 7 minutes.

```
else => +1
if STYPE=1
```

APPUYER SUR ENTER POUR CONTINUER00 D

INTRO (TÉLÉPHONE CELLULAIRE):

INT02:

Bonjour, je m'appelle \$I. Je vous appelle au nom de la firme de recherche NRG. Nous réalisons que nous vous appelons sur votre téléphone cellulaire. Êtes-vous à un endroit sécuritaire pour répondre à un sondage? J'aimerais vous poser quelques questions au sujet d'enjeux actuels d'importance pour les Canadiens. Cet appel peut être enregistré à des fins du contrôle de la qualité. J'aimerais tout d'abord confirmer que vous avez 18 ans ou plus, est-ce correct?

(SI DEMANDÉ) Le sondage est d'une durée d'environ 7 minutes.

```
else => +1
if STYPE=2
```

APPUYER SUR ENTER POUR CONTINUER02

QSEX:

(DO NOT ASK) RECORD GENDER
MALE01
FEMALE02

LANG:

Préférez-vous continuer ce sondage en français ou en anglais?
AnglaisEN
FrançaisFR

CON1:

Êtes-vous à un endroit sécuritaire pour répondre à un sondage? (NE PAS LIRE LA LISTE)

```
=> +1
if 1 > 0
```

OUI 1 => CON2
NON 2

INT75:

SCH1. Nous aimerions effectuer le sondage à un moment plus propice pour vous. Durant la semaine nous pouvons vous rappeler entre 16 h et 21 h, et durant la fin de semaine entre midi et 20 h. Quel moment vous conviendrait le mieux? (NE PAS LIRE LA LISTE)

```
else => +1
if INT02=52
```

Refuse le rappel41 => /STOP
Remercier et convenir du moment du rappel52 => /TEL99

CON2:

CON2. Est-ce que je vous ai rejoint sur un téléphone cellulaire ou sur une ligne téléphonique traditionnelle? (AU BESOIN, LIRE) Une ligne téléphonique traditionnelle comprend également les lignes terrestres traditionnelles, voix sur IP et la téléphonie par câble. (NE PAS LIRE LA LISTE)

```
=> Q1A
if STYPE=1
```

TÉLÉPHONE CELLULAIRE 1 => CON3
TÉLÉPHONE TRADITIONNEL 2
REFUS..... 9

INT76:

Merci de m'avoir accordé votre temps. Cela était ma seule question aujourd'hui.

NO OR REFUSAL - CON2.....76 D => /STOP

CON3:

CON3. À la maison, avez-vous une ligne téléphonique traditionnelle autre qu'un téléphone cellulaire? (AU BESOIN, LIRE) Une ligne téléphonique traditionnelle comprend également les lignes terrestres traditionnelles, voix sur IP et la téléphonie par câble. (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....01
NON02
NE SAIS PAS / REFUS.....99

INT78:

Merci de m'avoir accordé votre temps. Cela était ma seule question aujourd'hui.

```
=> +1
if CON3=02
```

OUI OU REFUS - CON378 D => /STOP

C_INT:

Tel que mentionné, je vais vous poser quelques questions au sujet d'enjeux actuels d'importance pour les Canadiens. Je tiens à signaler que vos réponses demeureront absolument confidentielles. Ce sondage est enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

(SI DEMANDÉ) Le sondage est d'une durée d'environ 7 minutes.

```
=> +1
if STYPE=1
```

PRESS ENTER TO CONTINUE00 D

Q1A:

Q1A. Au cours des dernières semaines, est-ce que vous avez vu, entendu ou lu des annonces au sujet de la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q1B:

Q1B. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette (ces) annonce(s)? Quels sont les mots, les sons ou les images qui vous viennent à l'esprit? (INSCRIRE LA RÉPONSE - ACCEPTER LES RÉPONSES MULTIPLES)

```
else => +1
if Q1A=01
```

INSCRIRE LA RÉPONSE	95	O
RIEN.....	97	
NE SAIS PAS	98	
REFUS.....	99	

Q2A:

Q2A. Plus spécifiquement, vous rappelez-vous avoir vu au cours des dernières semaines une annonce à la télévision qui présente un homme dans sa cuisine qui se demande comment il pourrait accéder à de la formation parce qu'il n'a pas les compétences requises pour les emplois qui sont disponibles? L'annonce parle de la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE S'APPLIQUE PAS/NE REGARDE PAS LA TÉLÉVISION	97
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q2B:

Q2B. Vous rappelez-vous avoir vu une publicité sur Internet au cours des dernières semaines au sujet de la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi? Cette annonce fait référence à la formation professionnelle. (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE S'APPLIQUE PAS/N'UTILISE PAS L'INTERNET	97
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q3:

Q3. En ce qui concerne l'annonce que vous avez vue, à votre avis, quel était le message principal que l'annonce voulait communiquer? (QUESTION OUVERTE. ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE) (SI LA RÉPONSE EST "ALLER AU SITE WEB", DEMANDER AU RÉPONDANT DE PRÉCISER L'ADRESSE DU SITE WEB)

else => Q6
if Q2A=01 OR Q2B=01

INSCRIRE LA RÉPONSE	95	O
RIEN.....	97	
NE SAIS PAS	98	
REFUS.....	99	

Q4A:

Q4A. Avez-vous fait quelque chose en réponse à cette (ces) annonce(s)? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q4B:

Q4B. Qu'avez-vous fait? (APPROFONDIR) Y a-t-il autre chose? (NE PAS LIRE LA LISTE, CODER TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES)

else => +1
if Q4A=01

J'ai visité le site Web (préciser le site Web).....	01	O
J'ai visité le site Web plandaction.gc.ca/competences	02	
J'ai visité le site Web du gouvernement du Canada	03	
J'ai appelé 1-800-O Canada	04	
J'ai visité un site Web du gouvernement provincial	05	
J'ai visité le site Web d'une école/ d'une école des métiers/ d'un centre de formation.....	06	
J'ai parlé à mon conseiller en orientation/ professeur.....	07	
J'ai parlé à mes parents.....	08	
J'ai parlé à mes amis.....	09	
J'ai parlé à mes enfants.....	10	
Je me suis inscrit à des cours	11	
J'ai cherché des renseignements sur la subvention canadienne pour l'emploi	12	
J'ai cherché des renseignements sur la formation axée sur les compétences	13	
J'ai cherché des renseignements sur le perfectionnement des compétences	14	
J'ai cherché des renseignements sur les études postsecondaires.....	15	
J'ai parlé à mon employeur	16	
AUTRE (PRÉCISER).....	95	O
NE SAIS PAS	98	X
REFUS.....	99	X

PRE4A:

Lesquelles de ces actions avez-vous prises en réponse à cette annonce?

else => +1
if Q4A=01

CONTINUER	00	D
-----------------	----	---

PRE4B:

Bien que vous ayez dit que vous ne vous rappelez pas avoir fait quoi que ce soit en réponse à cette annonce, j'aimerais vous demander brièvement certaines choses spécifiques que vous auriez pu faire.

=> +1
if Q4A=01

CONTINUER00 D

Q4C_A:

Q4C_A. Avez-vous ... Visité le site Web [plandaction.gc.ca/competences?](http://plandaction.gc.ca/competences/)

(NE PAS LIRE LA LISTE)

=> +1
if Q4B=02

OUI01
NON02
NE SAIS PAS98
REFUS99

Q4C_B:

Q4C_B. Avez-vous ... Appelé 1-800-O Canada?

(NE PAS LIRE LA LISTE)

=> +1
if Q4B=04

OUI01
NON02
NE SAIS PAS98
REFUS99

Q4C_C:

Q4C_C. Avez-vous ... Obtenu des renseignements sur la formation et/ ou l'éducation?

(NE PAS LIRE LA LISTE)

=> +1
if Q4B=13,14,15

OUI01
NON02
NE SAIS PAS98
REFUS99

Q4C_D:

Q4C_D. Avez-vous ... Visité un Centre Service Canada?

(NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI01
NON02
NE SAIS PAS98
REFUS99

Q4C_E:

Q4C_E. Avez-vous ... cherché des renseignements sur la subvention canadienne pour l'emploi?

(NE PAS LIRE LA LISTE)

=> +1

if Q4B=12

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q5A:

Q5A. En ce qui concerne la publicité que vous avez vue, à votre avis, qui en était l'auteur?
Autrement dit, qui l'a financée?

(NE PAS LIRE, ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE)

GOUVERNEMENT DU CANADA/GOUVERNEMENT FÉDÉRAL.....	01
GOUVERNEMENT PROVINCIAL	02
ADMINISTRATION MUNICIPALE.....	03
GOUVERNEMENT - EN GÉNÉRAL	04
CONTRIBUABLES	05
AUTRE (PRÉCISER).....	95 O
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q5B:

Q5B. Quel ordre de gouvernement?

(LIRE LA LISTE. ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE)

else => +1

if Q5A=04

Gouvernement fédéral.....	01
Gouvernement provincial.....	02
Administration municipale.....	03
(NE LISEZ PAS) AUTRE (PRÉCISER)	95 O
(NE LISEZ PAS) NE SAIS PAS	98
(NE LISEZ PAS) REFUSE.....	99

Q6:

Les trois prochaines questions concernent le rendement du gouvernement du Canada en général. Q6. Quelle serait votre évaluation du rendement du gouvernement du Canada lorsqu'il s'agit de fournir des renseignements aux canadiens et canadiennes au sujet de la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi? Veuillez répondre selon une échelle de sept points, où '1' signifie affreux, '7', excellent et le point milieu, '4', ni bon, ni mauvais.

(NE PAS LIRE LA LISTE)

1, Affreux.....	01
2.....	02
3.....	03
4, Ni bon, ni mauvais	04
5.....	05
6.....	06
7, Excellent	07
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

Q7:

Q7. Et selon la même échelle, quelle serait votre évaluation du rendement du gouvernement du Canada pour ce qui est de communiquer de l'information à la population? (RÉPÉTER AU BESOIN) Veuillez répondre selon une échelle de sept points, où '1' signifie affreux, '7', excellent et le point milieu, '4', ni bon, ni mauvais.

(NE PAS LIRE LA LISTE)

1, Affreux.....	01
2.....	02
3.....	03
4, Ni bon, ni mauvais.....	04
5.....	05
6.....	06
7, Excellent.....	07
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

Q8:

Q8. De façon générale, quelle serait votre évaluation du rendement global du gouvernement du Canada? Encore une fois, veuillez utiliser la même échelle. (RÉPÉTER AU BESOIN) Veuillez répondre selon une échelle de sept points, où '1' signifie affreux, '7', excellent et le point milieu, '4', ni bon, ni mauvais.

(NE PAS LIRE LA LISTE)

1, Affreux.....	01
2.....	02
3.....	03
4, Ni bon, ni mauvais.....	04
5.....	05
6.....	06
7, Excellent.....	07
NE SAIS PAS.....	97
REFUS.....	98

CS1:

CS1. Vous avez indiqué avoir vu une annonce au sujet de la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi récemment. Aviez-vous connaissance de la subvention canadienne pour l'emploi avant avoir vu cette annonce?

(NE PAS LIRE LA LISTE)

```
else => +1
if Q2A=01 OR Q2B=01
```

OUI.....	01
NON.....	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

CS2:

CS2. Vous avez indiqué plus tôt qu'après avoir vu l'annonce vous avez cherché des renseignements sur la nouvelle subvention canadienne pour l'emploi. Où précisément avez cherché des renseignements? (SI LA RÉPONSE EST "EN LIGNE / INTERNET / SITE WEB", DEMANDER) Quels sites en particulier? (NE PAS LIRE - ACCEPTER 3 RÉPONSES)

```
else => +1
if Q4B=12,13,14,16 OR Q4C_C=01
```

Internet (PRÉCISER WEBSITE).....	01	O
plandaction.gc.ca/competences	02	
Le gouvernement du Canada (en général).....	03	
Organisme/ ministère particulier du gouvernement du Canada (PRÉCISER L'ORGANISME)	04	O
Le gouvernement provincial/territorial (en général)	05	
Orientation scolaire/conseiller d'orientation professionnelle.....	06	
Employeur.....	07	
Agences de recrutement/spécialistes des ressources humaines	08	
Parents/membres de la famille	09	
Amis	10	
AUTRE (PRÉCISER).....	95	O
NE SAIS PAS/NE SE SOUVIENT PAS/REFUS.....	98	X

PRED:

En terminant, j'aimerais vous poser certaines questions pour les besoins de la compilation de statistiques. Je tiens à vous rappeler que toutes vos réponses demeureront entièrement confidentielles.

CONTINUER00 D

D1:

D1. À l'heure actuelle, quelle est votre situation dans le contexte de l'emploi? Êtes-vous...? (LIRE LA LISTE)

Employé(e) à temps plein (au moins 35 heures par semaine)	01
Employé(e) à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)	02
Travailleur/travailleuse autonome.....	03
Étudiant(e) à l'école à temps plein (sans emploi)	04
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi.....	05
En dehors de la population active (p. ex., sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi; personne au foyer ou parent à temps plein).....	06
À la retraite	07
(NE LISEZ PAS) AUTRE (PRÉCISER)	95 O
(NE LISEZ PAS) REFUS.....	98

D2:

D2. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint? (LIRE LA LISTE SI UTILE - ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE)

École primaire ou moins	01
Études secondaires.....	02
Études post-secondaires en partie	03
Diplôme d'un collège, d'une école technique ou d'une école de métiers	04
Diplôme d'études universitaires de premier cycle	05
Diplôme d'études universitaires de deuxième ou de troisième cycle.....	06
(NE LISEZ PAS) REFUS.....	98

D3A:

D3A. En quelle année êtes-vous né(e)? (NOTE: RESPONDENT MUST BE BORN IN 1995 OR EARLIER) (PLEASE ENTER FOUR-DIGIT YEAR EG: 1971) (ENTER 9999 FOR REFUSED)
\$R.0 1900 1995
REFUS.....9999 D

D3B:

D3B. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre âge? Avez-vous ... ? (LIRE LA LISTE)

=> +1
if NOT D3A=9999

18-24.....	01
25-34.....	02
35-44.....	03
45-54.....	04
55-64.....	05
65+.....	06
(NE LISEZ PAS) REFUS.....	98

D4:

D4. Est ce qu'il y a des enfants de moins de 18 ans qui vivent dans votre foyer? (NE PAS LIRE LA LISTE)
OUI.....01
NON02
REFUS.....99

D5:

D5. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus avant impôts de tous les membres de votre foyer? (LIRE LA LISTE, ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE)
Moins de 20 000 \$01
20 000 \$ à un peu moins de 40 000 \$.....02
40 000 \$ à un peu moins de 60 000 \$.....03
60 000 \$ à un peu moins de 80 000 \$.....04
80 000 \$ à un peu moins de 100 000 \$.....05
100 000 \$ à une peu moins de 120 000 \$.....06
120 000 \$ à une peu moins de 150 000 \$.....07
150 000 \$ ou plus.....08
(NE LISEZ PAS) REFUS.....99

CD6:

D6: J'aimerais confirmer que vous demeurez en/ au/ à <SPROV>? (SI OUI - SÉLECTIONNER LA PROVINCE CI-DESSOUS) (SI INCORRECT - SÉLECTIONNER LA BONNE PROVINCE CI-DESSOUS)

=> +1

if STYPE=1

Colombie-Britannique.....	01
Alberta	02
Saskatchewan.....	03
Manitoba.....	04
Ontario.....	05
Québec	06
Terre-Neuve et Labrador.....	07
Nouveau Brunswick.....	08
Nouvelle Écosse.....	09
Ile-du-Prince-Édouard.....	10
Yukon	11
Territoire du Nord-Ouest	12
Nunavut	13
REFUS.....	99

MED_A:

MEDIA_A. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... lu un journal quotidien? (Si l'enquêtée déclare avoir lu LA VERSION EN LIGNE - CLARIFIER) Avez-vous lu la version imprimée? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

MED_B:

MEDIA_B. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... lu un journal hebdomadaire? (Si l'enquêtée déclare avoir lu LA VERSION EN LIGNE - CLARIFIER) Avez-vous lu la version imprimée? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

MED_C:

MEDIA_C. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... regardé la télévision? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

MED_D:

MEDIA_D. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... écouté la radio? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS	98
REFUS.....	99

MED_E:

MEDIA_E. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... utilisé le transport en commun? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

MED_F:

MEDIA_F. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... lu une revue ou un magazine? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

MED_G:

MEDIA_G. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... utilisé l'Internet? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

MED_H:

MEDIA_H. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... accédé à Facebook? (NE PAS LIRE LA LISTE)

```
else => +1
if MED_G=01
```

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

MED_I:

MEDIA_I. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... visionné des vidéos sur Youtube? (NE PAS LIRE LA LISTE)

```
else => +1
if MED_G=01
```

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

MED_J:

MEDIA_J. Au cours des deux dernières semaines, avez-vous ... regardé un film dans une salle de cinéma? (NE PAS LIRE LA LISTE)

OUI.....	01
NON	02
NE SAIS PAS.....	98
REFUS.....	99

INT99:

Ceci met fin à l'enquête. Cette enquête a été menée pour le compte de Ressources humaines et Développement des compétences Canada. Dans les mois qui suivront, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Merci beaucoup d'avoir participé à cette enquête. Votre participation est appréciée. SI LE/ LA RÉPONDANT(E) DEMANDE PLUS DE RENSEIGNEMENTS AU SUJET DE L'ENQUÊTE: A) INVITEZ-LE/ LA À APPELER LE SYSTÈME NATIONAL D'ENREGISTREMENT DES SONDES AU 1-888-608-6742, POSTE 8728 (Numéro d'enregistrement du projet: 20130618-620T) B) OFFREZ DE PRENDRE SON NOM ET NUMÉRO ET DE DONNER CES RENSEIGNEMENTS À ANDREW ENNS CHEZ NRG C) DONNEZ LES COORDONNÉES DES CONTACTS DE RHDCC: TANIA CALLIES AU 1-819-934-1742 OU CHARLES HART AU 1-819-953-3224 ET/OU PRENDRE LES COORDONNÉES DU/ DE LA RÉPONDANT(E) ET OFFREZ QUE TANIA OU CHARLES LE/ LA CONTACTE

COMPLETED INTERVIEW09 D => /STOP

F9:

SI LE/ LA RÉPONDANT(E) DEMANDE PLUS DE RENSEIGNEMENTS AU SUJET DE L'ENQUÊTE: A) INVITEZ-LE/ LA À APPELER LE SYSTÈME NATIONAL D'ENREGISTREMENT DES SONDES AU 1-888-608-6742, POSTE 8728 (Numéro d'enregistrement du projet: 20130618-620T) B) OFFREZ DE PRENDRE SON NOM ET NUMÉRO ET DE DONNER CES RENSEIGNEMENTS À ANDREW ENNS CHEZ NRG C) DONNEZ LES COORDONNÉES DES CONTACTS DE RHDCC: TANIA CALLIES AU 1-819-934-1742 OU CHARLES HART AU 1-819-953-3224 ET/OU PRENDRE LES COORDONNÉES DU/ DE LA RÉPONDANT(E) ET OFFREZ QUE TANIA OU CHARLES LE/ LA CONTACTE SI ON VOUS DEMANDE, Qui parraine l'enquête? DITES: "Nous pouvons vous dire qui a retenu nos services pour cette enquête mais pas avant que vous ayez répondu à cette enquête téléphonique de 7 minutes." SI ON VOUS DEMANDE, Pourquoi ne pouvez-vous pas indiquez le parrain dès le départ? DITES: "Il s'agit d'une étude à l'insu en tant que tel le parrain de l'enquête ne peut vous être révélé qu'à la fin. Nous menons ces études de cette façon pour réduire le nombre de réponses biaisées qui pourraient être données en "sachant le parrain de l'enquête". Autrement dit, nous ne voulons pas biaiser la façon dont vous répondrez au questionnaire de l'enquête. Révéler le parrain dès le départ pourrait causer cela. Nous pouvons vous donner le nom de notre client ainsi que des coordonnées sans frais à la fin de l'enquête."

APPUYER SUR ENTER POUR CONTINUER 1 D