

Appendix B : Instrument Appendix / Annexe B : Instrument quantitatif

English

Email Invitation

LA VERSION FRANÇAISE SUIT

Earnscliffe Strategy Group, in collaboration with Leger Marketing, has been hired to administer an online survey on behalf of the Government of Canada. The purpose of the study is to get impressions of some advertising concepts.

This online survey will take about 15 minutes to complete. Your participation in the study is voluntary and completely confidential. All your answers will remain anonymous and will be combined with responses from all other respondents.

If you have any questions about the survey or if you encounter any difficulties, please email [INSERT EMAIL CONTACT].

To begin, click on the link below.

[URL]

Introduction

Background information

This research is being conducted by Earnscliffe Strategy Group, a Canadian public opinion research firm on behalf of Immigration, Refugees and Citizenship Canada (IRCC).

The purpose of this online survey is to collect opinions and feedback that will be used by IRCC to help inform government actions and decisions.

How does the online survey work?

- You are being asked to offer your opinions and experiences through an online survey.
- We anticipate that the survey will take 15 minutes to complete.
- Your participation in the survey is completely voluntary.
- Your responses are confidential and will only ever be reported in aggregate – never in any way that can identify any individual respondent or their responses.
- Your decision on whether or not to participate will not affect any dealings you may have with the Government of Canada.

What about your personal information?

- The personal information you provide to Immigration, Refugees and Citizenship Canada is governed in accordance with the *Privacy Act* and is being collected in accordance with the *Treasury Board Directive on Privacy Practices*. We only collect the information we need to conduct the research project.

- **Purpose of collection:** We require your personal information such as demographic information to better understand the topic of the research. However, your responses are always combined with the responses of others for analysis and reporting; you will never be identified.
- **For more information:** This personal information collection is described in the standard personal information bank [Public Communications – PSU 914](#), in Info Source, available online at infosource.gc.ca.
- **Your rights under the *Privacy Act*:** In addition to protecting your personal information, the *Privacy Act* gives you the right to request access to and correction of your personal information. You also have the right to file a complaint with the Privacy Commissioner of Canada if you think your personal information has been handled improperly.

What happens after the online survey?

The final report written by Earncliffe Strategy Group will be available to the public from Library and Archives Canada (<http://www.bac-lac.gc.ca/>).

If you have any questions about the survey, you may contact Earncliffe at research@earncliffe.ca.

Your help is greatly appreciated, and we look forward to receiving your feedback.

[CONTINUE TO Q1]

1. Were you born in Canada or in another country?

Canada [THANK & TERMINATE]	1
Other	2
Prefer not to answer [THANK & TERMINATE]	98

2. For how many years have you lived in Canada?

Less than 5 years	1
5-10 years [THANK & TERMINATE]	2
More than 10 years [THANK & TERMINATE]	3
Prefer not to answer [THANK & TERMINATE]	98

3. What is your gender?

Male	1
Female	2
Another gender	3
Prefer not to answer	98

4. Which of the following age categories do you belong to?

Under 25 [THANK & TERMINATE]	0
Between 25 and 29	1
Between 30 and 39	2

Between 40 and 49	3
Between 50 and 60	4
61 or older [THANK & TERMINATE]	5
Prefer not to answer [THANK & TERMINATE]	98

5. Which of the following provinces or territories do you live in?

Newfoundland and Labrador	1
Nova Scotia	2
Prince Edward Island	3
New Brunswick	4
Quebec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
British Columbia	10
Yukon	11
Nunavut	12
Northwest Territories	13
Prefer not to answer [THANK & TERMINATE]	98

Section 1: Message Testing

We would like to show you six (6) versions of a message that is currently being considered by Immigration, Refugees and Citizenship Canada for a marketing campaign about services available to newcomers to Canada.

We will show you all six versions at once and ask you to rank sort them in terms of how easy they are to understand. The top ranked version should be the one that you find easiest to understand and the bottom ranked would be the hardest to understand.

[DISPLAY ALL 6 MESSAGES IN RANDOM ORDER. COLLECT RANK SORT VALUE OF EACH MESSAGE.]

- Newcomer services can help you make Canada your home.
Click here to find services.
- Newcomer services can help you build a life in Canada.
Click here to find services.
- Feeling at home in Canada is easier together.
Click here to find settlement services.
- Help is available at every step of your journey.
Click here to find newcomer services.
- Settling in Canada is easier together.
Click here to find newcomer services.

11. Get help settling and working in Canada.
Click here to find an organization near you.

Easiest to understand	1
2 nd easiest	2
3 rd easiest	3
4 th easiest	4
5 th easiest	5
Hardest to understand	6
Prefer not to say	98
Don't know	99

12. If these texts were used as ads, which is most likely to encourage you to learn more? [DISPLAY ALL 6 MESSAGE IN SAME ORDER AS THEY APPEARED FOR THE SORT EXERCISE.]

Newcomer services can help you make Canada your home.
Click here to find services. 1

Newcomer services can help you build a life in Canada.
Click here to find services. 2

Feeling at home in Canada is easier together.
Click here to find settlement services. 3

Help is available at every step of your journey.
Click here to find newcomer services. 4

Settling in Canada is easier together.
Click here to find newcomer services. 5

Get help settling and working in Canada.
Click here to find an organization near you. 6

13. Which is easier to understand? [RANDOMIZE ORDER OF FIRST TWO OPTIONS]

Settlement services	1
Newcomer services	2
Neither (Provide wording you would prefer: _____)	3
Prefer not to say	98
Don't know	99

Section 2: Concept Testing

Now, we would like to show you four (4) concepts that are currently being considered by Immigration, Refugees and Citizenship Canada for that marketing campaign about services available to newcomers to Canada.

We will show you each of four concepts and ask you to answer an identical set of questions for each one.

Here is the first concept.

[RANDOMIZE ORDER OF VERSION 1 OF ALL CONCEPTS]

[CONCEPT #1 – Abstract]

[CONCEPT #2 – Phone]

[CONCEPT #3 – Photo]

[CONCEPT #4 – Updated 2021]

[Concept #1 – Abstract]

On a scale of 1 to 5 where “1” means “do not agree” and “5” means “fully agree”, please indicate whether you agree or disagree with the following statements. [RANDOMIZE ORDER]

- 14. The ad is attractive
- 15. The ad has the right tone (not too serious or too casual)
- 16. The text is easy to read
- 17. I feel like I’m in the audience targeted by this ad
- 18. I can trust the ad
- 19. I can understand quickly what the ad is about
- 20. I would easily remember this ad

Do not agree	1
	2
	3
	4
Fully agree	5
Don’t know	99

- 21. Below are two versions of this concept. Which of the two versions of this ad do you prefer?
[RANDOMIZE]

Version 1	1
Version 2	2
Don’t know	99

[Concept #2 – Phone]

On a scale of 1 to 5 where “1” means “do not agree” and “5” means “fully agree”, please indicate whether you agree or disagree with the following statements. [RANDOMIZE ORDER]

- 22. The ad is attractive
- 23. The ad has the right tone (not too serious or too casual)
- 24. The text is easy to read
- 25. I feel like I’m in the audience targeted by this ad
- 26. I can trust the ad
- 27. I can understand quickly what the ad is about
- 28. I would easily remember this ad

Do not agree	1
--------------	---

	2
	3
	4
Fully agree	5
Don't know	99

29. Below are two versions of this concept. Which of the two versions of this ad do you prefer?
[RANDOMIZE]

Version 1	1
Version 2	2
Don't know	99

[Concept #3 – Photo]

On a scale of 1 to 5 where “1” means “do not agree” and “5” means “fully agree”, please indicate whether you agree or disagree with the following statements. [RANDOMIZE ORDER]

- 30. The ad is attractive
- 31. The ad has the right tone (not too serious or too casual)
- 32. The text is easy to read
- 33. I feel like I'm in the audience targeted by this ad
- 34. I can trust the ad
- 35. I can understand quickly what the ad is about
- 36. I would easily remember this ad

Do not agree	1
	2
	3
	4
Fully agree	5
Don't know	99

37. Below are two versions of this concept. Which of the two versions of this ad do you prefer?
[RANDOMIZE]

Version 1	1
Version 2	2
Don't know	99

[Concept #4 – Updated 2021]

On a scale of 1 to 5 where “1” means “do not agree” and “5” means “fully agree”, please indicate whether you agree or disagree with the following statements. [RANDOMIZE ORDER]

- 38. The ad is attractive
- 39. The ad has the right tone (not too serious or too casual)
- 40. The text is easy to read
- 41. I feel like I'm in the audience targeted by this ad

- 42. I can trust the ad
- 43. I can understand quickly what the ad is about
- 44. I would easily remember this ad

Do not agree	1
	2
	3
	4
Fully agree	5
Don't know	99

- 45. Below are two versions of this concept. Which of the two versions of this ad do you prefer?
[RANDOMIZE]

Version 1	1
Version 2	2
Don't know	99

[END OF TESTING OF INDIVIDUAL CONCEPTS]

Now we will show you all eight concepts at once. Please rank sort them in terms of your most favourite to least favourite. The top ranked version should be the one that you like the most and the bottom ranked would be the one you like the least.

[DISPLAY ALL 4 VERSIONS SELECTED IN THE FORCED CHOICE QUESTIONS. RANDOMIZE ORDER. COLLECT RANK SORT VALUE OF EACH CONCEPT.]

- 46. CONCEPT #1.1 – Abstract
- 47. CONCEPT #1.2 – Abstract v2
- 48. CONCEPT #2.1 – Phone
- 49. CONCEPT #2.2 – Phone v2
- 50. CONCEPT #3.1 – Photo
- 51. CONCEPT #3.2 – Photo v2
- 52. CONCEPT #4.1 – Updated 2021
- 53. CONCEPT #4.2 – Updated 2021 v2

Like the most	1
2 nd	2
3 rd	3
4 th	4
5 th	5
6 th	6
7	7
Like the least	8
Prefer not to say	98
Don't know	99

- 54. Below is the ad you ranked as your favourite. Why do you like this ad the most? [OPEN-END]

DISPLAY TOP RANKED AD

OPEN-END RESPONSE

Don't know

99

Section 3: General Ad Testing

Thinking about how Immigration, Refugees and Citizenship Canada intends to communicate about services to newcomers to Canada, for each of the following please indicate which you would prefer to see.

[RANDOMIZE ORDER OF PAIRS AND WITHIN PAIRS. EACH PAIR IS TWO OPTIONS TO BE TESTED AGAINST EACH OTHER USING THE 5-PT SCALE.]

- 55. [OPTION A] An ad that is serious (formal) **OR** [OPTION B] An ad that is original (catchy)
- 56. [OPTION A] A visual that is bright/colourful **OR** [OPTION B] A visual that is calm/conventional
- 57. [OPTION A] A message coming from a testimonial **OR** [OPTION B] A message coming from a professional voice
- 58. [OPTION A] A visual using real people **OR** [OPTION B] A visual using illustrations
- 59. [OPTION A] An ad with detailed information **OR** [OPTION B] An ad with a little information with a link to learn more

Strongly prefer [OPTION A/B DEPENDING ON DISPLAYED ORDER]	1
Somewhat prefer [OPTION A/B DEPENDING ON DISPLAYED ORDER]	2
No preference	3
Somewhat prefer [OPTION B/A DEPENDING ON DISPLAYED ORDER]	4
Strongly prefer [OPTION B/A DEPENDING ON DISPLAYED ORDER]	5
Don't know	99

Section 4: Font Testing

Below are three different fonts that may be used for this marketing campaign. Please rank sort them in terms of your most favourite to least favourite. The top ranked version should be the one that you like the most and the bottom ranked would be the one you like the least.

[RANDOMIZE ORDER. COLLECT RANK SORT VALUE OF EACH FONT.]

- 60. BARRICADA
- 61. BRITANNIC BOLD
- 62. PHOSPHATE

Like the most	1
2 nd	2
Like the least	3
None of the above	88
Prefer not to answer	98

Demographics

The last few questions are strictly for statistical purposes.

63. Do you identify as any of the following? [SELECT ALL THAT APPLY]

A member of an ethno-cultural or a visible minority* group	1
A member of the LGBTQ2 community	2
A person with a disability	3
None of the above	88
Prefer not to answer	98

*NOTE: For this question, a visible minority is defined as a person, or people other than Aboriginal peoples, who are non-Caucasian in race or non-white in colour.

64. What is the language you speak most often at home?

English	1
French	2
Other (SPECIFY)	3
Prefer not to answer	9

65. What is your current employment status?

Working full-time	1
Working part-time	2
Self-employed	3
Retired	4
Unemployed	5
Student	6
Other	7
Prefer not to answer	98

66. Which of the following categories best describes your total household income? That is, the total income of all persons in your household combined, before taxes.

Under \$20,000	1
\$20,000 to under \$40,000	2
\$40,000 to under \$60,000	3
\$60,000 to under \$80,000	4
\$80,000 to under \$100,000	5
\$100,000 to under \$150,000	6
\$150,000 or more	7
Prefer not to answer	98

67. What is the highest level of education you have completed?

Some high school only	1
Completed high school	2
Some college/university	3
Completed college	4
Completed university	5
Post-graduate studies	6
Prefer not to answer	98

[PRE-TEST ONLY ADD QUESTIONS A THRU J]

- A. Did you find any aspect of this survey difficult to understand? Y/N
- B. [IF A=YES] If so, please describe what you found difficult to understand.
- C. Did you find the way in which of the any of the questions in this survey were asked made it difficult for you to provide your answer? Y/N
- D. [IF C=YES] If so, please describe the issue with how the question was asked.
- E. Did you experience any difficulties with the language? Y/N
- F. [IF E=YES] If so, please describe any difficulties you had with the language.
- G. Did you find any terms used within the survey confusing? Y/N
- H. [IF G=YES] If so, please describe the terms you found confusing.
- I. Did you encounter any other issues during the course of this survey that you would like us to be aware of? Y/N
- J. [IF I=YES] If so, what are they?

Français

Invitation par courriel

ENGLISH VERSION FOLLOWS

Earnscliffe Strategy Group, en collaboration avec Léger Marketing, a été engagée pour réaliser un sondage en ligne au nom du gouvernement du Canada. Cette étude a pour but de recueillir vos impressions de quelques concepts publicitaires.

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

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

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

[URL]

Introduction

Contexte général

Cette recherche est effectuée par Earnscliffe Strategy Group, une firme canadienne de recherche sur l'opinion publique, pour le compte d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC).

L'objectif visé par ce sondage en ligne est de recueillir des opinions et commentaires qui seront utilisés par l'IRCC afin d'orienter les actions et décisions gouvernementales.

Comment fonctionne un sondage en ligne?

- Vous êtes invité(e) à exprimer votre opinion et partager vos expériences par le biais d'un sondage en ligne.
- Nous estimons que cela vous prendra environ 15 minutes pour répondre à toutes les questions.
- Votre participation au sondage est entièrement volontaire.
- Vos réponses sont confidentielles et seront uniquement rapportées dans l'ensemble, et jamais de manière à identifier un répondant ou ses réponses individuelles.
- Votre choix de participer ou non n'aura aucune incidence sur vos relations avec le gouvernement du Canada.

Qu'en est-il de vos renseignements personnels?

- Les renseignements personnels que vous fournissez à Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada sont régis conformément à la Loi sur la protection des renseignements personnels et recueillis conformément à la Directive sur les pratiques relatives à la protection de la vie privée du Conseil du Trésor. Nous recueillons uniquement les informations dont nous avons besoin pour mener à bien ce projet de recherche
- **But de la collecte** : Nous demandons vos renseignements personnels tels que des

informations démographiques afin de mieux comprendre le sujet de la recherche. Toutefois, vos réponses seront toujours regroupées avec les réponses des autres répondants aux fins d'analyse et de rapportage; de ce fait, vous ne serez jamais personnellement identifié(e).

- **Pour en savoir plus** : Cette collecte de renseignements personnels est décrite dans le fichier de renseignements personnels ordinaires Communications publiques – POU 914 sous Info Source, disponible en ligne sur infosource.gc.ca.
- **Vos droits en vertu de la Loi sur la protection des renseignements personnels** : En plus de protéger vos renseignements personnels, la Loi sur la protection des renseignements personnels vous donne le droit de demander d'accès à vos renseignements personnels et de les corriger. Vous avez également le droit de déposer une plainte auprès du Commissaire à la protection de la vie privée du Canada si vous pensez que vos renseignements personnels ont été traités de façon inappropriée.

Qu'arrive-t-il après le sondage en ligne?

Le rapport final rédigé par Earncliffe Strategy Group sera mis à la disposition du public dans Bibliothèque et Archives Canada (<http://www.bac-lac.gc.ca/>).

Si vous avez des questions concernant le sondage, veuillez communiquer avec Earncliffe à l'adresse : research@earncliffe.ca.

Votre contribution est grandement appréciée et nous avons hâte de connaître votre opinion.

[POUR SUIVRE À LA QUESTION Q1]

1. Êtes-vous né(e) au Canada ou dans un autre pays ?

Canada [REMERCIER ET CONCLURE]	1
Autre	2
Je préfère ne pas répondre [REMERCIER ET CONCLURE]	98

2. Depuis combien d'années vivez-vous au Canada?

Moins de 5 ans	1
Entre 5 et 10 ans [REMERCIER ET CONCLURE]	2
Plus de 10 ans [REMERCIER ET CONCLURE]	3
Je préfère ne pas répondre [REMERCIER ET CONCLURE]	98

3. De quel genre êtes-vous?

Masculin	1
Féminin	2
Un autre genre	3
Je préfère ne pas répondre	98

4. Quel âge avez-vous?

Moins de 25 ans [REMERCIER ET CONCLURE]	0
Entre 25 ans et 29 ans	1

Entre 30 ans et 39 ans	2
Entre 40 ans et 49 ans	3
Entre 50 ans et 60 ans	4
Plus de 61 ans [REMERCIER ET CONCLURE]	5
Je préfère ne pas répondre [REMERCIER ET CONCLURE]	98

5. Quel(le) est votre province/territoire de résidence?

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

Section 1 : Évaluation des messages

Nous aimerons vous montrer six (6) versions d'un message qui est présentement envisagé par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada pour être utilisé dans sa campagne promotionnelle sur les services mis à la disposition des nouveaux arrivants au Canada.

Nous vous montrerons d'abord les six versions à la fois et nous vous demanderons de les classer en fonction de votre facilité à les comprendre. La mieux classée serait celle que vous trouvez la plus facile à comprendre et celle au dernier rang serait celle que vous trouvez la plus difficile à comprendre

[PRÉSENTER ALÉATOIREMENT LES 6 MESSAGES. RECUEILLIR LE CLASSEMENT PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE DE CHAQUE MESSAGE.]

6. Sentez-vous chez vous au Canada avec l'aide des services aux nouveaux arrivants. Cliquez ici pour trouver des services.
7. Les services aux nouveaux arrivants peuvent vous aider à construire une vie au Canada. Cliquez ici pour trouver des services.
8. Se sentir chez soi au Canada, c'est plus facile ensemble. Cliquez ici pour trouver des services d'établissement.
9. Du soutien est disponible à chaque étape de votre parcours. Cliquez ici pour trouver des

services pour les nouveaux arrivants.

10. S'établir au Canada, c'est plus facile ensemble. Cliquez ici pour trouver des services pour les nouveaux arrivants
11. Obtenez du soutien pour vous installer et pour travailler au Canada. Cliquez ici pour trouver une organisation près de chez vous.

La plus facile à comprendre	1
La 2e plus facile	2
La 3e plus facile	3
La 4e plus facile	4
La 5e plus facile	5
La plus difficile à comprendre	6
Je préfère ne pas répondre	98
Je ne sais pas	99

12. Si ces textes, étaient utilisés comme publicités, lequel d'entre eux est le plus susceptible de vous encourager à en savoir plus? [PRÉSENTER LES 6 MESSAGES DANS LE MÊME ORDRE QUE CELUI DE L'EXERCICE DE TRI.]

Sentez-vous chez vous au Canada avec l'aide des services aux nouveaux arrivants. Cliquez ici pour trouver des services. 1

Les services aux nouveaux arrivants peuvent vous aider à construire une vie au Canada. Cliquez ici pour trouver des services. 2

Se sentir chez soi au Canada, c'est plus facile ensemble. Cliquez ici pour trouver des services d'établissement. 3

Du soutien est disponible à chaque étape de votre parcours. Cliquez ici pour trouver des services pour les nouveaux arrivants. 4

S'établir au Canada, c'est plus facile ensemble. Cliquez ici pour trouver des services pour les nouveaux arrivants. 5

Obtenez du soutien pour vous installer et pour travailler au Canada. Cliquez ici pour trouver une organisation près de chez vous. 6

13. Laquelle des options suivantes est plus facile à comprendre? [ALTERNER L'ORDRE DES DEUX PREMIÈRES OPTIONS.]

Services d'établissement	1
Services aux nouveaux arrivants	2
Aucune des deux (veuillez fournir la formulation que vous préféreriez : _____)	3
Je préfère ne pas répondre	98

Section 2 : Évaluation des concepts

Maintenant, nous aimerions vous montrer quatre (4) concepts présentement à l'étude par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada pour être utilisés dans sa campagne promotionnelle sur les services qui sont mis à la disposition des nouveaux arrivants au Canada.

Nous vous montrerons séparément chacun de ces quatre concepts, puis nous vous poserons la même série de questions pour chacun d'eux.

Voici le premier concept.

[VARIER ALÉATOIREMENT L'ORDRE DE LA VERSION 1 DE CHAQUE CONCEPT.]

[CONCEPT 1 – Abstrait]

[CONCEPT 2 – Téléphone]

[CONCEPT 3 – Photo]

[CONCEPT 4 – Mise à jour 2021]

[Concept 1 – Abstrait]

Sur une échelle de 1 à 5, où "1" signifie "en désaccord" et "5" signifie "à fait d'accord", veuillez indiquer votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

14. Cette publicité est attrayante
15. Cette publicité utilise juste le ton qu'il faut (ni trop sérieux ni trop informel)
16. Le texte est facile à lire
17. J'ai l'impression que je fais partie du public ciblé par cette publicité
18. Je peux faire confiance à cette publicité
19. Je peux vite comprendre de quoi parle cette publicité
20. Je me souviendrais facilement de cette publicité

En désaccord	1
	2
	3
	4
Tout à fait d'accord	5
Je ne sais pas	99

21. Voici deux versions de ce concept. Laquelle de ces deux versions de la publicité préférez-vous? [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

Version 1	1
Version 2	2
Je ne sais pas	99

[Concept 2 – Téléphone]

Sur une échelle de 1 à 5, où "1" signifie "en désaccord" et "5" signifie "à fait d'accord", veuillez indiquer votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

- 22. Cette publicité est attrayante
- 23. Cette publicité utilise juste le ton qu'il faut (ni trop sérieux ni trop informel)
- 24. Le texte est facile à lire
- 25. J'ai l'impression que je fais partie du public ciblé par cette publicité
- 26. Je peux faire confiance à cette publicité
- 27. Je peux vite comprendre de quoi parle cette publicité
- 28. Je me souviendrais facilement de cette publicité

En désaccord	1
	2
	3
	4
Tout à fait d'accord	5
Je ne sais pas	99

- 29. Voici deux versions de ce concept. Laquelle de ces deux versions de la publicité préférez-vous? [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

Version 1	1
Version 2	2
Je ne sais pas	99

[Concept 3 – Photo]

Sur une échelle de 1 à 5, où "1" signifie "en désaccord" et "5" signifie "à fait d'accord", veuillez indiquer votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

- 30. Cette publicité est attrayante
- 31. Cette publicité utilise juste le ton qu'il faut (ni trop sérieux ni trop informel)
- 32. Le texte est facile à lire
- 33. J'ai l'impression que je fais partie du public ciblé par cette publicité
- 34. Je peux faire confiance à cette publicité
- 35. Je peux vite comprendre de quoi parle cette publicité
- 36. Je me souviendrais facilement de cette publicité

En désaccord	1
	2
	3
	4
Tout à fait d'accord	5
Je ne sais pas	99

- 37. Voici deux versions de ce concept. Laquelle de ces deux versions de la publicité préférez-vous? [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

Version 1	1
Version 2	2
Je ne sais pas	99

[Concept 4 – Mise à jour 2021]

Sur une échelle de 1 à 5, où “1” signifie “en désaccord” et “5” signifie “à fait d’accord”, veuillez indiquer votre niveau d’accord avec les affirmations suivantes [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

- 38. Cette publicité est attrayante
- 39. Cette publicité utilise juste le ton qu’il faut (ni trop sérieux ni trop informel)
- 40. Le texte est facile à lire
- 41. J’ai l’impression que je fais partie du public ciblé par cette publicité
- 42. Je peux faire confiance à cette publicité
- 43. Je peux vite comprendre de quoi parle cette publicité
- 44. Je me souviendrais facilement de cette publicité

En désaccord	1
	2
	3
	4
Tout à fait d'accord	5
Je ne sais pas	99

- 45. Voici deux versions de ce concept. Laquelle de ces deux versions de la publicité préférez-vous? [PRÉSENTER ALÉATOIREMENT]

Version 1	1
Version 2	2
Je ne sais pas	99

[FIN DE L’ÉVALUATION DES CONCEPTS INDIVIDUELS]

[PRÉSENTER LES 4 VERSIONS RETENUES AUX QUESTIONS DE CHOIX FORCÉ. PRÉSENTER ALÉATOIREMENT. RECUEILLIR LE CLASSEMENT PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE DE CHAQUE CONCEPT.]

- 46. CONCEPT 1.1 – Abstrait
- 47. CONCEPT 1.2 – Abstrait, version 2
- 48. CONCEPT 2.1 – Téléphone
- 49. CONCEPT 2.2 – Téléphone, version 2
- 50. CONCEPT 3.1 – Photo
- 51. CONCEPT 3.2 – Photo, version 2
- 52. CONCEPT 4.1 – Mise à jour 2021
- 53. CONCEPT 4.2 – Mise à jour 2021, version 2

J’aime le plus	1
----------------	---

2 nd	2
3 rd	3
4 th	4
5 th	5
6 th	6
7	7
J'aime le moins	8
Je préfère ne pas répondre	98
Je ne sais pas	99

54. Voici la publicité que vous aimez le plus. Pourquoi cette publicité est-elle votre préférée?
[RÉPONSE OUVERTE] PRÉSENTER LA PUBLICITÉ PRÉFÉRÉE.

RÉPONSE OUVERTE	
Je ne sais pas	99

Section 3 : Évaluation générale de publicités

En pensant aux façons dont Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada a l'intention de communiquer sur les services aux nouveaux arrivants au Canada, veuillez indiquer l'option que vous préféreriez voir parmi les deux choix proposés

[VARIER ALÉATOIREMENT L'ORDRE DES PAIRES EN ALTERNANT LES ÉLÉMENTS DE CHACUNE. CHAQUE PAIRE SE COMPOSE DE DEUX OPTIONS DEVANT ÊTRE COMPARÉES L'UNE À L'AUTRE, PUIS ÉVALUÉES SUR UNE ÉCHELLE DE 5 POINTS.]

55. [OPTION A] Une annonce qui est sérieuse (formelle) **OU** [OPTION B] Une publicité qui est originale (accrocheuse)
56. [OPTION A] Un visuel qui est lumineux/coloré **OU** [OPTION B] Un visuel qui est sobre/conventionnel
57. [OPTION A] Un message sous forme de témoignage **OU** [OPTION B] Un message livré par un narrateur professionnel
58. [OPTION A] Un visuel où l'on voit de vraies personnes **OU** [OPTION B] Un visuel où l'on voit des illustrations
59. [OPTION A] Une publicité contenant des informations détaillées **OU** [OPTION B] Une publicité contenant peu d'informations avec un lien pour en savoir plus

Je préfère fortement l'[OPTION A/B SELON L'ORDRE DE PRÉSENTATION]	1
Je préfère plutôt l'[OPTION A/B SELON L'ORDRE DE PRÉSENTATION]	2
Aucune préférence	3
Je préfère plutôt l'[OPTION B/A SELON L'ORDRE DE PRÉSENTATION]	4
Je préfère fortement l'[OPTION B/A SELON L'ORDRE DE PRÉSENTATION]	5
Je ne sais pas	99

Section 4 : Évaluation de polices

Ci-dessous, vous pouvez voir trois styles d'écriture (police) différents que l'on pourrait utiliser

dans cette campagne promotionnelle. Veuillez les classer par ordre de préférence, le mieux classé serait le style de police que vous aimez le plus et celui au dernier rang serait le style de police que vous aimez le moins.

[PRÉSENTER ALÉATOIREMENT. RECUEILLIR LE CLASSEMENT PAR ORDRE DE PRÉFÉRENCE DE CHAQUE POLICE.]

- 60. BARRICADA
- 61. BRITANNIC BOLD
- 62. PHOSPHATE

J'aime le plus
2nd
J'aime le moins
Aucune de ces réponses
Je préfère ne pas répondre

Données démographiques

Il ne nous reste que quelques questions à des fins statistiques uniquement.

63. Vous identifiez-vous comme membre de l'un ou l'autre des groupes suivants? [SÉLECTIONNER TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]

Membre d'un groupe ethnoculturel ou d'une minorité visible*	1
Membre des communautés LGBTQ2	2
Une personne handicapée	3
Aucun de ces choix	98
Je préfère ne pas répondre	99

*REMARQUE : Aux fins de la présente question, une minorité visible est définie comme une personne, ou des personnes autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui ne sont pas de couleur blanche.

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

Anglais	1
Français	2
Autre, veuillez préciser	3
Je préfère ne pas répondre	9

65. Quelle est votre situation d'emploi actuelle?

Employé(e) à temps plein	1
Employé(e) à temps partiel	2
Travailleur(se) autonome	3
Retraité(e)	4
Sans emploi	5

Étudiant(e)	6
Autre	7
Je préfère ne pas répondre	98

66. Parmi les catégories suivantes, laquelle reflète le mieux le revenu total avant impôt de tous les membres de votre foyer.

Moins de 20 000 \$	1
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	2
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	3
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	4
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	5
De 100 000 \$ à moins de 150 000 \$	6
150 000 \$ ou plus	7
Je préfère ne pas répondre	98

67. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez atteint?

Études secondaires en partie	1
Diplôme d'études secondaires	2
Études collégiales/préuniversitaires en partie	3
Diplôme d'études collégiales	4
Université - 1er cycle	5
Université - 2e ou 3e cycle	6
Je préfère ne pas répondre	98

[PRÉTEST SEULEMENT. AJOUTER LES QUESTIONS A À J]

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