

Appendix B / Annexe B : Qualitative and quantitative instruments / Instruments qualitatifs et quantitatifs

Screening Guide: Focus Groups/ Guide de recrutement-Groupes de discussion

English / Anglais

PROJECT DESCRIPTION

The groups will be held online via CMNTY.

9 groups in total: one group in French (1): French speakers outside of Quebec and eight (8) groups in English

: seven groups with **Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement** (7) : GTA, Metro Vancouver, Prairie urban centres (Edmonton / Calgary / Winnipeg / Saskatoon / Regina), Atlantic (cities, smaller centres, rural areas), Ontario smaller centres (including rural areas), Western Canada smaller centres (including rural areas), French speakers outside of Quebec; and two groups with **established immigrants** : larger centres (mix of PT/MT/CT/ET), smaller centres (mix of MT/CT/ET/AT & NL)

The objective is to have 6 participants per focus group (recruit 8 per group).

	DATE / TIME	PARTICIPANTS
GROUP 1 6 participants	SEPTEMBER 19, 2022, 6PM	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, GTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution)</i> • <i>A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status</i> • <i>First official language spoken: English</i> • <i>Province: Ontario</i> • <i>Area: GTA</i>
GROUP 2 6 participants	SEPTEMBER 19, 2022, 7.15PM (5.15PM & 6.15PM LOCAL)	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, Prairie urban centres)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution)</i> • <i>A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status</i> • <i>First official language spoken: English</i> • <i>Province: Alberta, Manitoba, Saskatchewan</i> • <i>Area: Edmonton / Calgary / Winnipeg / Saskatoon / Regina</i>
GROUP 3 6 participants	SEPTEMBER 19, 2022, 8.30PM (5.30PM LOCAL)	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, Metro Vancouver)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution)</i> • <i>A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status</i> • <i>First official language spoken: English</i>

		<ul style="list-style-type: none"> Province: British Columbia Area: Metro Vancouver
GROUP 4 6 participants	SEPTEMBER 20, 2022, 6PM (7PM LOCAL)	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, Atlantic)</p> <ul style="list-style-type: none"> Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution) A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status A good mix of: cities, smaller centres, rural areas First official language spoken: English Province: New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Nova Scotia, Prince Edward Island. Area: cities, smaller centres, rural areas
GROUP 5 6 participants	SEPTEMBER 20, 2022, 7.15PM	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, Ontario smaller centres)</p> <ul style="list-style-type: none"> Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution) A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status First official language spoken: English Province: Ontario Area: smaller centers
GROUP 6 6 participants	SEPTEMBER 20, 2022, 8.30PM (5.30PM, 6.30PM & 7.30PM LOCAL)	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (English, Western Canada smaller centres)</p> <ul style="list-style-type: none"> Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution) A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status First official language spoken: English Province: Manitoba, Saskatchewan, Alberta, British Columbia, the Yukon Territory, Northwest Territories Area: smaller centers including rural areas
GROUP 7 6 participants	SEPTEMBER 21, 2022, 6PM (5PM, 6PM & 7PM LOCAL)	<p>Group with Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement (French, outside of Quebec)</p> <ul style="list-style-type: none"> Canadians aged 30-75 who are likely to engage in community improvement Adults aged between 30 and 75 years old (good distribution) A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status A good mix of : cities, smaller centres, rural areas First official language spoken: French Province: Outside Quebec

		<ul style="list-style-type: none"> Area: cities, smaller centres, rural areas
GROUP 8 6 participants	SEPTEMBER 21, 2022, 7.15PM (5.15PM, 6.15PM, 7.15PM & 8.15PM LOCAL)	Group with established immigrants (English, smaller centres) <ul style="list-style-type: none"> Canadians 18+ years old who have been living in Canada for more than 5 years A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status First official language spoken: English Province: all excluding Quebec (MT/CT/ET/AT & NL) Area: smaller centres and rural areas
GROUP 9 6 participants	SEPTEMBER 21, 2022, 8.30PM (5.30PM, 6.30PM, 7.30PM & 8.30PM LOCAL)	Group with established immigrants (English, larger centres) <ul style="list-style-type: none"> Canadians 18+ years old, who have been living in Canada for more than 5 years A good mix of: Age, Gender, Income, Education and Employment Status First official language spoken: English Province: Prairies, Ontario, Alberta (PT / MT /CT/ET) Area: Larger centers

For each participant, collect the following information:

Participant name:	
Phone number at home:	
Cell phone:	
Email address:	
Recruitment date:	Recruiter :
Group #:	Confirmation (date):

INTRODUCTION

Hello/Bonjour, I'm _____ of Leger, a marketing research company. We are organizing a research project on behalf of the Government of Canada. The research's objective is to collect opinions and feedback from Canadians on an upcoming advertising campaign.

We are preparing to hold a few research sessions with people like yourself. Participation is completely voluntary. We are interested in your opinions. The format is an "online" discussion led by a research professional with up to ten participants. All opinions will remain anonymous and will be used for research purposes only in accordance with laws designed to protect your privacy. You don't need to be an expert to participate. We don't have anything to sell and we don't advertise and it's not an opinion poll on current events or politics. We are organizing several of these discussions. We would be interested in possibly having you participate.

Your participation is voluntary. All information collected, used and/or disclosed will be used for research purposes only and the research is entirely confidential. We are also committed to protecting the privacy of all participants. The names of the participants will not be provided to any third party. May I continue?

[INTERVIEWER NOTE: IF ASKED ABOUT PRIVACY LAWS, SAY: "The information collected through the research is subject to the provisions of the Privacy Act, the legislation of the Government of Canada, and to the provisions of relevant provincial privacy legislation.]

The focus group would take place online on the (INSERT DATE/TIME) and will be a maximum of **1 hour**. You will be compensated **\$100** for your time.

I repeat that participation is entirely voluntary, and all information you provide is completely confidential. The full names of participants will not be provided to any third party.

A1. Are you interested in participating?

Yes	1	CONTINUE
No	2	THANK AND CONCLUDE

I would now like to ask you a few questions to see if you meet our eligibility criteria to participate.

When you conclude, say: Thank you for your cooperation. We have already reached the number of participants with a profile similar to yours. Therefore, we cannot invite you to participate.

A2. The group discussions we are organizing are going to be held **over the Internet**. They are going to be "online focus groups". Participants will need to have **a computer**, a **high-speed Internet connection**, and a **WebCam** in order to participate in the group. Would you be able to participate under these conditions?

Yes	1	CONTINUE
No	2	THANK AND CONCLUDE

PROFILING

INTRO1.

Do you or anyone in your immediate family work or have you ever worked in ...?

Marketing Research	1 THANK AND CONCLUDE
Marketing and Advertising	2 THANK AND CONCLUDE
Public relations, communications	3 THANK AND CONCLUDE
Media (newspapers, television, radio, etc.)	4 THANK AND CONCLUDE
Telecommunications	5 THANK AND CONCLUDE
None of the above	9

Gender

Please indicate the gender of the person.

Male	1
Female	2
Other	3

Gender: Ensure a good mix during the recruitment, Other is not a screening criteria

IMM1

Were you born in Canada?

Yes	1
No	2

IMM2 If No in IMM1

How many years have you been living in Canada?

5 years or less	1 THANK AND CONCLUDE
More than 5 years	2

AGE

What age category do you fall into?

18 to 24	1 IF IMM1=1 THANK AND CONCLUDE
25 to 29	2 IF IMM1=1 THANK AND CONCLUDE
30 to 44	3
45 to 54	4
55 to 64	5
65 to 75	6
76 and over	7 IF IMM1=1 THANK AND CONCLUDE

*Age: Ensure a good mix of age during the recruitment***Language**What is your **first official language spoken**?*Note for recruiter if respondent asks: In Canada, 'first official language spoken' is specified within the framework of the Official Languages Act. It refers to the first official language (i.e., English or French) that is spoken by an individual.*

French	1
English	2

ENG1.

In the next few years, how likely do you consider yourself to engage in activities aimed at improving your local community? This could mean participating in local events, volunteer work, donations or any other activity to help out people from your community.

Very likely	1
Somewhat likely	2
Not very likely	3 IF IMM=1 AND LANGUAGE = 2 THANK AND CONCLUDE
Not at all likely	4 IF IMM=1 AND LANGUAGE = 2 THANK AND CONCLUDE
Not sure	99 IF IMM=1 AND LANGUAGE = 2 THANK AND CONCLUDE

Province

In which province or territory do you live?

British Columbia	1
Alberta	2
Saskatchewan	3
Manitoba	4
Ontario	5
Quebec	6 THANK AND CONCLUDE

New Brunswick	7
Nova Scotia	8
Prince Edward Island	9
Newfoundland	10
Northwest Territories	11
Yukon	12
Nunavut	13

GTA. Ask if 5 in Province

Do you live in the Greater Toronto Area?

Yes	1
No	2

VANC. Ask if 1 in Province

Do you live in Metro Vancouver?

Yes	1
No	2

ABU Ask if 2 in Province

Where do you live?

Edmonton	1
Calgary	2
Other	3

MANU Ask if 4 in Province

Do you live in Winnipeg?

Yes	1
No	2

SASKU Ask if 3 in Province

Where do you live?

Saskatoon	1
Regina	2
Other	3

AREA

What is the size of the community you live in?

Major metropolitan area with population of 1,000,000 or more	1
Large urban centre with population of 100,000 or more	2
Medium population centre with population of between 30,000 and 99,999	3
Small population centre with population between 1,000 and 29,999	4
Rural area with population of less than 1,000	5

Ensure a good mix of:

- Areas 3,4 and 5 in groups 5 and 6
- Areas 3 and 4 in group 8

EDUCATION.

What is the highest level of education you completed?

Some high school or less	1
High school diploma or equivalent	2
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma	3
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma	4
University certificate or diploma below bachelor's level	5
Bachelor's degree	6
Postgraduate degree above bachelor's level	7

Ensure a good mix for all groups if possible during the recruitment

OCCUP.

Which of the following categories best describes your current employment status? Are you...

Working full-time (35 or more hours per week)	1
Working part-time (less than 35 hours per week)	2
Self-employed	3
Unemployed, but looking for work	4
A student attending school full-time	5
Retired	6
Not in the workforce (full-time homemaker, full-time parent, or unemployed and not looking for work)	7
Other employment status. Please specify.	98

Ensure a good mix for all groups if possible during the recruitment

ENG2.

Please indicate whether you agree or disagree with the following statement:

« My local community is made stronger when people put in an effort to be welcoming to new immigrants. »

Strongly agree	1
Somewhat agree	2
Neither agree or disagree	3
Somewhat disagree	4
Strongly disagree	5
Not sure	99

Ensure a good mix of those who agree (1 or 2) and those who don't (3,4,5) for all groups during the recruitment

GROUP ATTRIBUTION

		#
Canadians aged 30-75 who are likely to volunteer or	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND GTA = 1 AND Language = 2	Group #1

otherwise engage in community improvement	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND ABU=1 or 2 OR MANU=1 OR SASKU=1 OR 2) AND Language = 2	Group #2
	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND VANC = 1 AND Language = 2	Group #3
	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND Province = 7,8,9 or 10 AND Language = 2	Group #4
	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND Province = 5 and AREA = 3 or 4 or 5 AND Language = 2	Group #5
	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND Province = 1,2,3, 4, 11, 12 or 13 AND AREA = 3 or 4 or 5 AND Language = 2	Group #6
	IMM1 = 1 AND AGE= 3 to 6 AND ENG1=1 OR 2 AND Language = 1 <i>(Participants with ENG1 = 3,4 OR 99 can be considered, if difficulty in recruiting ENG1=1 OR 2)</i>	Group #7
Established immigrants	IMM2 =2 AND AREA= 3 or 4 OR 5 AND Language = 2	Group #8
	IMM2 =2 AND AREA = 1 or 2 AND Language = 2	Group #9

PSPC POR1

Have you ever attended a discussion group or taken part in an interview on any topic that was arranged in advance and for which you received money for participating?

Yes	1
No	2 GO TO PSPC POR2

PSPC POR2

When did you last attend one of these discussion groups or interviews?

Within the last 6 months	1 THANK AND CONCLUDE
Over 6 months ago	2

PSPC POR 3

Thinking about the groups or interviews that you have taken part in, what were the main topics discussed?

RECORD: _____ **THANK/TERMINATE IF RELATED TO IMMIGRATION**

PSPC POR4

How many discussion groups or interviews have you attended in the past 5 years?

Fewer than 5	1
Five or more	2 THANK AND CONCLUDE

CONCLUSION

Q1.

By participating in this focus group, you will be asked to discuss with other participants and share your opinion on an advertising campaign material. Please note that you do not need to be an expert to participate. You may also be asked to read during the meeting.

How comfortable do you feel in such an environment?

Read the answer choices.

Very comfortable	1
Somewhat comfortable	2
Not very comfortable	3 THANK AND CONCLUDE
Not at all comfortable	4 THANK AND CONCLUDE

INVITATION

Thank you. We'd like to invite you to participate in this focus group.

We are thrilled to have you as one of our participants in this study; your profile perfectly fits the target respondent we are looking for. We would like to invite you to participate in an online focus group that will be facilitated by an experienced professional moderator and will last approximately 60 minutes. The session will take place at [XX], on ___XX___ (date/time) ___XX__.

For your participation, you will receive a financial incentive of \$100.

Please note that the session will be recorded. Your interview may also be observed by people who are directly working on the research study.

Just a quick reminder that the groups of discussion are going to be held over the Internet. They are going to be "online focus groups". You will need a computer, a high-speed Internet connection, and a WebCam in order to participate in the group.

INV1.

Are you still interested in participating in this research study?

Yes	1
No	2 THANK AND CONCLUDE

The information provided by you will be kept confidential and will only be disclosed to those who are directly working on the research that is relevant to the topic of discussion.

INV2.

Representatives from the Government of Canada may observe the discussion, but will not have access to any of your private information. You will be asked to sign a consent form in order to participate in this research. Would you be willing to do this?

Yes	1
No	2 THANK AND CONCLUDE

PRIVACY SECTION

Now I have a few questions that relate to privacy, your personal information and the research process. We will need your consent on a few issues that enable us to conduct our research. As I run through these questions, please feel free to ask me any questions you would like clarified.

P1) First, we will provide **the online platform** and **session moderator** with a list of respondents' names and profiles (screener responses) so that they can sign you into the group. Do we have your permission to do this? I assure you it will be kept strictly confidential.

Yes	1 GO TO P2
No	2 Read information below and P1A

We need to provide the **online platform** and **session moderator** with the names and background of the people attending the focus group because only the individuals invited are allowed in the session and the facility and moderator must have this information for verification purposes. Please be assured that this information will be kept strictly confidential. **GO TO P1A**

P1a) Now that I've explained this, do I have your permission to provide your name and profiles **to the online platform and moderator?**

Yes	1 GO TO P2
No	2 THANK AND CONCLUDE

P2) A recording of the group session will be produced for research purposes. The recording will only be used by **the team of researchers at Léger** to assist in preparing a report on the research findings. Do you agree to be recorded for research purposes only?

Yes	1 GO TO INVITATION
No	2 Read information below and P2A

It is necessary for the research process for us to record the session as the researcher needs this material to complete the report.

P2a) Now that I've explained this, do I have your permission for recording?

Yes	1 GO TO INVITATION
No	2 THANK AND CONCLUDE

As we are only inviting a small number of people to take part, your participation is very important to us. If for some reason you are unable to participate, please call so that we can get someone to replace you. You can reach us at ____ at our office. Please ask for ____.

To ensure that the focus groups run smoothly, we remind you:

- To make sure you are connected to the Internet and logged on 15 minutes in advance of the group
- To turn off your cellular phones – to avoid disruptions during the group.
- Make sure your WebCam is ON and functional
- To bring reading glasses, if necessary, to be able to go over the material.
- To make sure you will be located in a clear room (luminous)
- That the session will be recorded for analysis purposes only.

Email address : _____

Thank you very much for your assistance!

CONTACT INFORMATION

Someone from our company will contact you to confirm the group. Could you leave me a phone number where we can reach you in the evening as well as during the day?

Name :

Phone number:

Cell phone:

Recruited by:

Confirmed by:

DESCRIPTION DU PROJET

Les groupes auront lieu en ligne via la plateforme CMNTY.

9 groupes au total : un groupe en français (1) avec des francophones de l'extérieur du Québec et huit (8) groupes en anglais : sept groupes avec des Canadiens de 30 à 75 ans susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de la communauté (7) : GTA, Metro Vancouver, centres urbains des Prairies (Edmonton / Calgary / Winnipeg / Saskatoon / Regina), provinces atlantiques (métropoles, plus petits centres urbains, zones rurales), plus petits centres urbains de l'Ontario (incluant les zones rurales), plus petits centres urbains de l'Ouest canadien (incluant les zones rurales), francophones de l'extérieur du Québec et deux groupes avec des immigrants établis : grands centres (mélange de PT/MT/CT/ET), plus petits centres (mélange de MT/CT/ET/AT & NL).

L'objectif est d'assurer la présence de 6 participants par groupe de discussion (recruter 8 participants par groupe).

	DATE / HEURE	PARTICIPANTS
GROUPE 1 6 participants	19 SEPTEMBRE 2022, 18 H	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté (anglais, GTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Ontario</i> • <i>Région : GTA</i>
GROUPE 2 6 participants	19 SEPTEMBRE 2022, 19 H 15 (17 H 15 & 18 H 15 LOCAL)	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (anglais, centres urbains des Prairies)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Alberta, Manitoba, Saskatchewan</i> • <i>Région : Edmonton / Calgary / Winnipeg / Saskatoon / Regina</i> •
GROUPE 3 6 participants	19 SEPTEMBRE 2022, 20 H 30 (17 H 30 LOCAL)	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (anglais, Metro Vancouver)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Colombie-Britannique</i> • <i>Région : Metro Vancouver</i>
GROUPE 4 6 participants	20 SEPTEMBRE 2022, 18 H (19 H LOCAL)	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (anglais, Atlantique)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i>

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Un bon mélange de: grandes villes, plus petits centres urbains, zones rurales</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve-et-Labrador, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard</i> • <i>Région : grandes villes, plus petits centres urbains, zones rurales</i>
GROUPE 5 6 participants	20 SEPTEMBRE 2022, 19 H 15	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (anglais, plus petits centres urbains de l'Ontario)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Ontario</i> • <i>Région : plus petits centres urbains</i>
GROUPE 6 6 participants	20 SEPTEMBRE 2022, 20 H 30 (17 H 30, 18 H 30 & 19 H 30 LOCAL)	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (anglais, plus petits centres urbains de l'Ouest canadien)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Colombie-Britannique, Yukon, Territoires du Nord-Ouest</i> • <i>Région : plus petits centres, y compris des zones rurales</i>
GROUPE 7 6 participants	21 SEPTEMBRE 2022, 18 H (17 H, 18 H & 19 H LOCAL)	<p>Groupe avec des Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; (français, hors Québec)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 30 à 75 susceptibles de s'impliquer dans l'amélioration de leur communauté; adultes âgés entre 30 et 75 ans (bonne répartition)</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Un bon mélange de : grandes villes, plus petits centres urbains, zones rurales</i> • <i>Première langue officielle parlée : français</i> • <i>Province : hors Québec</i> • <i>Région : grandes villes, plus petits centres urbains, zones rurales</i>
GROUPE 8 6 participants	21 SEPTEMBRE 2022, 19 H 15 (17 H 15, 18 H 15, 19 H 15 & 20 H 15LOCAL)	<p>Groupe avec des immigrants établis (anglais, plus petits centres urbains)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 18 ans ou plus, vivant au Canada depuis plus de 5 ans</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : toutes les provinces excluant le Québec (MT/CT/ET/AT & NL)</i> • <i>Région : plus petits centres urbains et zones rurales</i>

GROUPE 9 6 participants	21 SEPTEMBRE 2022, 20 H 30	Groupe avec des immigrants établis (anglais, plus grands centres urbains) <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadiens de 18 ans ou plus, vivant au Canada depuis plus de 5 ans</i> • <i>Un bon mélange de : âge, sexe, revenu, scolarité et situation d'emploi</i> • <i>Première langue officielle parlée : anglais</i> • <i>Province : Prairies, Ontario, Alberta (PT / MT /CT/ET)</i> • <i>Région : plus grands centres urbains</i>
	(17 H 30, 18 H 30, 19 H 30 & 20 H 30 LOCAL)	

Recueillir les informations suivantes auprès de chaque participant :

Nom complet du participant :	
Numéro de téléphone à la maison :	
Numéro de téléphone cellulaire :	
Adresse courriel :	
Date de recrutement :	Recruteur :
No. du groupe :	Confirmation (date) :

INTRODUCTION

Hello/Bonjour, mon nom est _____ de Léger, une firme d'études de marché. Nous réalisons un projet de recherche pour le compte du gouvernement du Canada. La recherche vise à recueillir l'opinion et les commentaires des Canadiens concernant une prochaine campagne publicitaire.

Nous organisons actuellement plusieurs sessions de recherche avec des personnes comme vous. La participation est totalement volontaire. Votre opinion nous intéresse. Les rencontres se feront sous forme de groupes de discussion « en ligne » animées par un professionnel de recherche et réuniront jusqu'à dix participants chacune. Toutes les opinions exprimées lors de ces groupes demeureront anonymes et seront uniquement utilisées à des fins de recherche, conformément aux lois en matière de protection de la vie privée. Vous n'avez pas à être un expert pour participer. Nous n'avons rien à vendre et nous ne faisons pas de publicité et nous ne demanderons pas votre opinion sur des sujets d'actualité ou sur la politique. Nous organisons plusieurs rencontres de groupes. Nous serions intéressés à vous inviter éventuellement à y participer.

Votre participation est volontaire. Toutes les informations recueillies, utilisées et/ou divulguées seront uniquement utilisées à des fins de recherche et la recherche est totalement confidentielle. Nous nous engageons également à protéger la confidentialité de tous les participants. Les noms des participants ne seront fournis à aucun tiers. Puis-je continuer?

[NOTE À L'INTERVIEWEUR : SI ON VOUS POSE DES QUESTIONS SUR LES LOIS SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE, DIRE : « Les renseignements recueillis dans le cadre de la recherche sont assujettis aux dispositions de la Loi sur la protection des renseignements personnels, aux lois et règlements du gouvernement du Canada et aux dispositions des lois provinciales pertinentes sur la protection de la vie privée.]

Le groupe de discussion se déroulerait en ligne le **(DATE/HEURE)** et durera au plus **1 heure**. Vous recevrez une compensation de **100 \$** pour votre temps.

Je tiens à répéter que la participation est totalement volontaire et que toutes les informations que vous fournirez demeureront strictement confidentielles. Les noms complets des participants ne seront divulgués à aucun tiers.

A1. Êtes-vous intéressé(e) à participer?

Oui	1	CONTINUER
Non	2	REMERCIER ET TERMINER

J'aimerais maintenant vous poser quelques questions pour déterminer si vous répondez aux critères de qualification pour participer à cette étude.

Pour terminer l'appel, dire : Je vous remercie de votre collaboration. Comme nous avons déjà atteint le nombre de participants ayant votre profil, je ne pourrais pas vous inviter à participer.

A2. La discussion de groupe que nous organisons aura lieu **sur internet**. On parle donc ici de « groupes de discussion en ligne ». Les participants auront besoin d'un **ordinateur** équipé d'une **connexion internet haute vitesse** et d'une **webcam** pour pouvoir participer au groupe. Seriez-vous en mesure de participer dans ces conditions?

Oui	1	CONTINUER
Non	2	REMERCIER ET TERMINER

PROFILAGE

INTRO1.

Est-ce que vous-même ou un membre de votre famille proche travaillez, ou avez déjà travaillé dans l'un ou l'autre des domaines suivants?

Études de marché	1 REMERCIER ET TERMINER
Marketing et publicité	2 REMERCIER ET TERMINER
Relations publiques, communications	3 REMERCIER ET TERMINER
Médias (journal, télévision, radio, etc.)	4 REMERCIER ET TERMINER
Télécommunications	5 REMERCIER ET TERMINER
Aucun de ces domaines	9

Gender

Veuillez sélectionner le sexe de la personne.

Masculin	1
Féminin	2
Autre	3

Sexe : Assurez-vous de recruter un bon mix, « Autre » n'est pas un critère de sélection.

IMM1

Êtes-vous né(e) au Canada?

Oui	1
Non	2

IMM2 Si Non à IMM1

Depuis combien d'années vivez-vous au Canada?

5 ans ou moins	1 REMERCIER ET TERMINER
Plus de 5 ans	2

AGE

Dans lequel de ces groupes d'âge vous situez-vous?

18 à 24 ans	1 SI IMM1=1 REMERCIER ET TERMINER
25 à 29 ans	2 SI IMM1=1 REMERCIER ET TERMINER
30 à 44 ans	3
45 à 54 ans	4
55 à 64 ans	5
65 à 75 ans	6
76 ans et plus	7 SI IMM1=1 REMERCIER ET TERMINER

Âge : Assurer un bon mix lors du recrutement

Language

Quelle est votre **première langue officielle parlée**?

Note au recruteur, si répondant pose la question : Au Canada, « Première langue officielle parlée » est précisée dans le cadre de la Loi sur les langues officielles. Il s'agit de la première langue officielle (c.-à-d. l'anglais ou le français) parlée par une personne.

Français	1
Anglais	2

ENG1.

Au cours des prochaines années, quelle est la probabilité que vous envisagiez de participer à des activités visant à améliorer votre communauté locale? Ceci pourrait être participer à des événements locaux, faire du bénévolat ou des dons caritatifs, ou toute autre activité pour aider les gens de votre communauté.

Très probable	1
Assez probable	2
Peu probable	3 SI IMM=1 AND LANGUAGE = 2 REMERCIER ET TERMINER
Pas du tout probable	4 SI IMM=1 AND LANGUAGE = 2 REMERCIER ET TERMINER
Je ne suis pas sûr(e)	99 SI IMM=1 AND LANGUAGE = 2 REMERCIER ET TERMINER

Province

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Colombie-Britannique	1
Alberta	2
Saskatchewan	3
Manitoba	4
Ontario	5
Québec	6 REMERCIER ET TERMINER
Nouveau-Brunswick	7
Nouvelle-Écosse	8
Île-du-Prince-Édouard	9
Terre-Neuve	10
Territoires du Nord-Ouest	11
Yukon	12
Nunavut	13

GTA. Poser si Province=5

Habitez-vous dans le Grand Toronto?

Oui	1
Non	2

VANC. Poser si Province=1

Habitez-vous dans Metro Vancouver?

Oui	1
Non	2

ABU Poser si Province=2

Où habitez-vous?

Edmonton	1
Calgary	2
Autre	3

MANU Poser si Province=4

Habitez-vous à Winnipeg?

Oui	1
Non	2

SASKU Poser si Province=3

Où habitez-vous?

Saskatoon	1
Regina	2
Autre	3

AREA

Quelle est la taille de la localité où vous habitez?

Grande région métropolitaine de 1 million d'habitants ou plus	1
Grande ville de 100 000 habitants ou plus	2
Ville de taille moyenne de 30 000 à 99 999 habitants	3
Petite ville de 1 000 à 29 999 habitants	4
Zone rurale de moins de 1 000 habitants	5

Assurer un bon mix de :

- Régions 3,4 et 5 pour les groupes 5 et 6
- Régions 3 et 4 pour le groupe 8

EDUCATION.

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

Études secondaires en partie ou moins	1
Diplôme d'études secondaires ou équivalent	2
Diplôme d'apprenti ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	3
Certificat ou diplôme collégial, Cégep ou autres études préuniversitaires	4
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	5
Université 1er cycle – baccalauréat	6
Université 2e ou 3e cycle – diplôme supérieur au baccalauréat	7

Dans la mesure du possible, assurer un bon mix pour tous les groupes lors du recrutement

OCCUP.

Laquelle des options suivantes correspond le plus à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

Employé(e) à temps plein (35 heures ou plus par semaine)	1
Employé(e) à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)	2
Travailleur(se) autonome	3
Au chômage, à la recherche d'un emploi	4
Étudiant(e) à temps plein	5
Retraité(e)	6
Pas sur le marché du travail (au foyer à temps plein, parent à temps plein, ou inactif(ve) et pas à la recherche d'un emploi)	7
Autre situation d'emploi. Veuillez préciser :	98

Dans la mesure du possible, assurer un bon mix pour tous les groupes lors du recrutement

ENG2.

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

« Ma communauté locale devient plus forte lorsque les gens font un effort pour être accueillants envers les nouveaux immigrants. »

Tout à fait d'accord	1
Plutôt d'accord	2
Ni d'accord ni en désaccord	3
Plutôt en désaccord	4
Tout à fait en désaccord	5
Je ne suis pas sûr(e)	99

Assurer un bon mix lors du recrutement entre ceux qui sont d'accord (1 ou 2) et ceux qui ne sont pas d'accord (3,4,5) pour tous les groupes

ATTRIBUTION DE GROUPE

		#
Canadiens de 30 à 75 ans susceptibles de faire du bénévolat ou de s'impliquer d'une manière ou d'une autre dans l'amélioration de leur communauté locale	IMM1 = 1 ET AGE= 3 à 6 ET ENG1=1 OU 2 ET GTA = 1 ET Language = 2	Groupe #1
	IMM1 = 1 ET AGE= 3 à 6 ET ENG1=1 OU 2 ET ABU=1 ou 2 OU MANU=1 OU SASKU=1 OU 2) ET Language = 2	Groupe #2
	IMM1 = 1 ET AGE= 3 ou 6 ET ENG1=1 OU 2 ET VANC = 1 ET Language = 2	Groupe #3
	IMM1 = 1 ET AGE= 3 ou 6 ET ENG1=1 OU 2 ET Province = 7,8,9 ou 10 ET Language = 2	Groupe #4
	IMM1 = 1 ET AGE= 3 à 6 ET ENG1=1 OU 2 ET Province = 5 et AREA = 3 ou 4 ou 5 ET Language = 2	Groupe #5

	IMM1 = 1 ET AGE= 3 à 6 ET ENG1=1 OU 2 ET Province = 1,2,3, 4, 11, 12 ou 13 ET AREA = 3 ou 4 ou 5 ET Language = 2	Groupe #6
	IMM1 = 1 ET AGE= 3 à 6 ET ENG1=1 OU 2 ET Language = 1 <i>(Participants ayant ENG1 = 3,4 OU 99 peuvent être considérés, si difficulté à recruter ENG1=1 OU 2)</i>	Groupe #7
Immigrants établis	IMM2 =2 ET AREA= 3 ou 4 OU 5 ET Language = 2	Groupe #8
	IMM2 =2 ET AREA = 1 ou 2 ET Language = 2	Groupe #9

PSPC POR1

Avez-vous déjà participé à un groupe de discussion ou pris part à une entrevue sur un sujet planifié à l'avance, pour lesquels vous avez été rémunéré(e)?

Oui	1
Non	2 PASSER À PSPC POR2

PSPC POR2

À quand remonte la dernière fois où vous avez participé à ce(s) groupe(s) de discussion ou entrevue(s)?

Au cours des 6 derniers mois	1 REMERCIER ET TERMINER
Il y a plus de 6 mois	2

PSPC POR 3

En pensant aux groupes ou entrevues auxquels vous avez participé, quels étaient les principaux sujets dont vous avez discuté?

INSCRIRE RÉPONSE : _____ **REMERCIER & TERMINER SI EN LIEN AVEC L'IMMIGRATION**

PSPC POR4

À combien de groupes de discussion ou d'entrevues avez-vous participé au cours des 5 dernières années?

Moins de 5	1
Cinq ou plus	2 REMERCIER ET TERMINER

CONCLUSION

Q1.

Lors de ce groupe de discussion, on vous demandera de discuter avec les autres participants et d'exprimer votre opinion concernant des contenus de campagne publicitaire. Notez que vous n'avez pas à être un expert dans le domaine pour participer. Il est également possible que l'on vous demande de lire du contenu pendant la rencontre.

Dans quelle mesure vous sentez-vous à l'aise dans ce type de contexte?

Lire les choix de réponse.

Très à l'aise	1
Plutôt à l'aise	2
Pas vraiment à l'aise	3 REMERCIER ET TERMINER
Pas du tout à l'aise	4 REMERCIER ET TERMINER

INVITATION

Merci. Nous aimerions vous inviter à participer à ce groupe de discussion.

Nous sommes ravis de pouvoir vous compter parmi les participants à cette étude, votre profil correspond parfaitement à la cible de répondants que nous recherchons. Nous aimerions vous inviter à participer à ce groupe de discussion qui sera animé par un professionnel de la recherche expérimenté; la rencontre durera environ 60 minutes. La session de groupe aura lieu à [XX], le ____XX____ (date/heure) __XX__.

Pour vous remercier de votre participation, vous recevrez une compensation financière de 100 \$.

Veillez noter que la rencontre sera enregistrée. Il est également possible que l'entrevue soit observée par des collaborateurs directement impliqués dans ce projet de recherche.

Juste un petit rappel que les groupes de discussion se dérouleront sur internet. Ce seront donc des « groupes de discussion en ligne ». Vous aurez besoin d'un ordinateur équipé d'une connexion internet haute vitesse et d'une webcam pour pouvoir participer à la rencontre de groupe.

INV1.

Êtes-vous toujours intéressé(e) à participer à cette étude de recherche?

Oui	1
Non	2 REMERCIER ET TERMINER

Les informations que vous fournirez resteront confidentielles et seront uniquement transmises aux personnes qui travaillent directement sur le projet de recherche et concernant spécifiquement le sujet de la discussion.

INV2.

Il est possible que des représentants du gouvernement du Canada observent la discussion; toutefois, ils n'auront en aucun cas accès à vos renseignements personnels. Il vous sera demandé de signer un formulaire de consentement pour pouvoir participer à cette recherche. Accepteriez-vous de signer un tel formulaire?

Oui	1
Non	2 REMERCIER ET TERMINER

SECTION SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

Maintenant, j'aimerais vous poser quelques questions concernant la confidentialité, vos renseignements personnels et le processus de recherche. Nous aurons besoin de votre consentement concernant certains aspects qui nous permettront de mener nos recherches. Au fur et à mesure que je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me poser toutes les questions que vous aimeriez clarifier.

P1) Tout d'abord, nous transmettrons à la **plateforme en ligne** et à **l'animateur de la rencontre** une liste avec les noms des participants ainsi que leur profil (les réponses au précédent questionnaire) pour qu'ils puissent vous inscrire au groupe de discussion. Avons-nous votre autorisation de transmettre ces informations? Je vous assure qu'elles resteront strictement confidentielles.

Oui	1 PASSER À P2
Non	2 Lire les informations ci-dessous et P1A

Nous avons besoin de transmettre à la **plateforme en ligne** et à **l'animateur de la rencontre** les noms et l'historique des personnes qui participent au groupe de discussion, puisque seules les personnes invitées auront accès à la rencontre et à la plateforme, et l'animateur a besoin d'avoir ces informations aux fins de vérification. Je vous assure que ces informations demeureront strictement confidentielles. **PASSER À P1A**

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué, me donnez-vous votre autorisation de transmettre votre nom et profil à la **plateforme en ligne et à l'animateur**?

Oui	1 PASSER À P2
Non	2 REMERCIER ET TERMINER

P2) La rencontre sera enregistrée pour les besoins de la recherche. L'enregistrement sera uniquement utilisé par **l'équipe de recherche de Léger** afin de les aider dans la rédaction du rapport d'analyse des résultats de l'étude. Acceptez-vous d'être enregistré(e) pour les besoins de l'étude uniquement?

Oui	1 PASSER À INVITATION
Non	2 Lire les informations ci-dessous et P2A

Il est nécessaire pour le processus de recherche que la rencontre soit enregistrée, car le chercheur a besoin de consulter le contenu pour rédiger le rapport de recherche.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, me donnez-vous votre autorisation pour l'enregistrement?

Oui	1 PASSER À INVITATION
Non	2 REMERCIER ET TERMINER

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de participants, votre participation est très importante pour nous. Si, pour toute raison que ce soit, il vous est impossible de participer, veuillez nous appeler par téléphone pour que nous puissions trouver quelqu'un d'autre vous remplacer. Vous pouvez nous joindre par téléphone à notre bureau, en appelant le _____. Veuillez demander à parler à _____.

Pour assurer le bon déroulement des rencontres de groupe, je dois vous rappeler ce qui suit :

- Assurez-vous que vous êtes bien connecté(e) à internet et à la plateforme 15 minutes avant que le groupe commence;
- Éteignez votre téléphone cellulaire pour éviter toute perturbation pendant le groupe;
- Assurez-vous que votre webcam est activée et fonctionne bien;
- Ayez vos lunettes à portée de main, pour pouvoir, au besoin, consulter du contenu;
- Assurez-vous d'être installé(e) dans une pièce bien éclairée;
- Rappelez-vous que la rencontre sera enregistrée uniquement à des fins d'analyse.

Adresse courriel : _____

Merci beaucoup pour votre collaboration!

COORDONNÉES

Un collègue communiquera avec vous pour confirmer le groupe de discussion. Pourriez-vous me donner un numéro de téléphone où l'on pourra vous joindre en soirée et pendant la journée?

Nom complet :

No de téléphone :

Téléphone cellulaire :

Recruté(e) par :

Confirmé(e) par :

Focus group moderator guide / Guide de discussion

English / Anglais

BLOC 1	Introduction and explanation
---------------	-------------------------------------

Length	5-10 MINUTES
---------------	---------------------

WELCOME AND PRESENTATION

- Reception of participants
- Introduction of the moderator
- Presentation of Leger

PRIMARY AIM

- The research is being conducted by Léger Marketing on behalf of the Government of Canada (Immigration, Refugees and Citizenship Canada).

The focus of tonight's discussion is an advertising campaign that is being planned by the government. You are here to provide feedback to the government on advertising concepts that are not in their final format, but that are currently being designed.

The discussion will last approximately 60 minutes.

RULES OF DISCUSSION

- Dynamics of the discussion (duration, discussion, round table)
- No wrong answers
- Importance of giving personal, spontaneous and honest opinions
- Importance of reacting respectfully to the opinions of others
- Importance of speaking one person at a time

PRESENTATION OF THE GROUP ROOM

- Audio and video recording for subsequent analysis
- Presence of observers from IRCC
- Presence of analyst to take notes

RESULTS CONFIDENTIALITY

- The discussions we will have this evening will remain confidential at all times
- Your name will never be mentioned in the report
- Information collected for study purposes only

Do you have any questions before we get started?

INTRODUCTION OF PARTICIPANTS

- What's your first name?
- Your place of residence (province and city)?
- What is your main occupation?

BLOC 2	CONCEPT TESTING
---------------	------------------------

LENGTH	35-45 MINUTES (concluded by 45-50 minutes in)
---------------	--

ROTATE ORDER BETWEEN STORYBOARDS FOR EACH GROUP FOLLOWING THE CHART BELOW.

CONCEPT A: Warmest place

CONCEPT B: Canadian welcome

CONCEPT C: Everyday heroes

GROUP	ORDER
Group 1	A version 1 ,B,C
Group 2	A version 2,C,B
Group 3	B,A version 1,C
Group 4	B,C,A version 2
Group 5	C,A version 1,B
Group 6	C,B,A version 2
Group 7	A version 2,B,C
Group 8	C,A version 2,B
Group 9	B,C,A version 1

Today we would like to get your reactions on an advertising campaign (The concepts are still being developed by the Government of Canada).

The advertising campaign will include videos, radio messages and static ads.

I want to be clear with you, the advertising agency is still in the creation stage, therefore the video, audio and static ads that I will be showing you are not final.

We will look at three concepts over the course of the evening. For each campaign concept, we will show you a script for a short radio ad, a storyboard for a video ad, and look at static social media ads. We will discuss each of the creatives together.

Let's start with the first concept. [MODERATOR TO SHARE SCREEN, SHOWING PPT SLIDES WITH CONCEPTS]

CONCEPT A (10-15 minutes)

[RADIO AD: 1-2 MINUTES FOR THE PARTICIPANTS TO READ THE AUDIO SCRIPT]

[MODERATOR : READ THE SCRIPT]

- What do you think of this radio script? What are its strengths? What are its weaknesses?

The script that we just discussed will also be used as the voiceover for a video ad. Here is the storyboard for the video.

[VIDEO AD: 1-2 MINUTES FOR THE PARTICIPANTS TO REVIEW THE VIDEO STORYBOARD]

[MODERATOR: READ THE VIDEO DIRECTIONS]

- What do you think of this video ad?
- What is the main message of these radio and video ads? Would you do anything as a result of seeing/hearing it? (IF YES: What would you do?)

[STATIC IMAGES: SHOW THE IMAGES (2-3) AT ONCE]

- What do you think of these ads?
- Would you do anything as a result of seeing one of these ads? (IF YES: What would you do?)

Let's move to the second concept.

CONCEPT B (10-15 minutes)

[Repeat same questions as above]

Let's move to the third concept.

CONCEPT C (10-15 minutes)

[Repeat same questions as above]

BLOC 3	WEB LANDING PAGE
LENGTH	5-10 MINUTES (concluded by 55 minutes in)

The ads we've shown you all encourage Canadians to visit a web page.

Here it is. Please take a minute to look at it. [MODERATOR SHOWS WEBPAGE: <https://www.canada.ca/en/immigration-refugees-citizenship/campaigns/immigration-matters/welcoming-communities.html>]

- Is it what you were expecting?
- What sorts of actions do you think the webpage would help you to do? [IF NEEDED: does it give you all of the information you'd need to take this action?]
- Is there anything that you like or dislike?

BLOC 4	CONCLUSION
LENGTH	5 MINUTES

Ask the concluding question below.

We are basically done. One of the three ad concepts that we have shown you will be selected by IRCC to be shown to Canadians across the country, with the goal of encouraging Canadians to become more welcoming in their communities, or to visit the website to learn more. Which of the three concepts do you think achieves this goal the best? [MODERATOR PRESENTS A SCREEN WITH ALL THREE CONCEPTS ON IT AS A REMINDER TO PARTICIPANTS; USE POLL QUESTION TO CAPTURE PREFERRED CONCEPT]

Finally, before we go, do you have further comments or suggestions for the Government of Canada as to how they could improve this advertising campaign?

CONCLUDE AND END THE MEETING.

THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR PRECIOUS COLLABORATION!

French / Français

BLOC 1	Introduction et explications
Durée	5-10 MINUTES

ACCUEIL ET PRÉSENTATIONS

- Accueil des participants
- Présentation de l'animateur
- Présentation de Léger

OBJECTIF PRINCIPAL

- Cette recherche est menée par Léger Marketing pour le compte du gouvernement du Canada (Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada).

La discussion de ce soir portera sur une campagne publicitaire en cours d'élaboration par le gouvernement. Vous avez été invités à participer à ce groupe de discussion afin de donner votre avis sur des concepts publicitaires qui ne sont pas encore définitifs, car ils sont encore à l'étape de développement.

La discussion durera environ 60 minutes.

RÈGLES DE LA DISCUSSION

- Déroulement de la discussion (durée, échange, tour de table)
- Il n'y a pas de mauvaises réponses

- Importance de fournir ses opinions personnelles, honnêtes et franches
- Importance de réagir avec respect aux opinions des autres
- Importance de parler une personne à la fois

PRÉSENTATION DE L'ENVIRONNEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION

- Enregistrement audiovisuel pour faciliter l'analyse future
- Présence d'observateur de l'IRCC
- Présence d'un(e) analyste de recherche pour la prise de notes

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

- Les discussions de ce soir demeureront strictement confidentielles
- Votre nom ne sera en aucun cas mentionné dans le rapport
- Les informations sont recueillies à des fins de recherche uniquement

Avez-vous des questions avant que je commence?

PRÉSENTATION DES PARTICIPANTS

- Quel est votre prénom?
- Où habitez-vous (province et ville/localité)?
- Quelle est votre principale occupation?

BLOC 2	ÉVALUATION DES CONCEPTS
DURÉE	35-45 MINUTES (se termine au plus après 45-50 minutes)

ALTERNER L'ORDRE DES STORYBOARDS DANS CHAQUE GROUPE SELON LA GRILLE SUIVANTE.

CONCEPT A : [Accueil chaleureux]

CONCEPT B : [Bienvenue canadienne]

CONCEPT C : [Héros de tous les jours]

GROUPE	ORDRE
Groupe 1	A version 1,B,C
Groupe 2	A version 2,C,B
Groupe 3	B,A version 1,C
Groupe 4	B,C,A version 2
Groupe 5	C,A version 1,B
Groupe 6	C,B,A version 2
Groupe 7	A version 2,B,C
Groupe 8	C,A version 2 ,B
Groupe 9	B,C,A version 1

Aujourd'hui, nous aimerions obtenir vos réactions à une campagne publicitaire (les concepts sont encore en cours d'élaboration par le gouvernement du Canada).

La campagne publicitaire comprendra des vidéos, des messages radio et des annonces statiques.

J'aimerais insister sur le fait que l'agence publicitaire en est encore à l'étape de création; donc, les publicités vidéo, audio et statiques que nous allons vous montrer ne sont pas encore dans leur format final.

Ce soir, nous examinerons trois concepts. Pour chaque concept de campagne publicitaire, nous vous montrerons le script d'une courte publicité radio, un storyboard pour une publicité vidéo, ainsi que des images statiques pour les réseaux sociaux. Nous discuterons ensuite en groupe de ces concepts publicitaires.

Commençons tout d'abord avec le premier concept. **[L'ANIMATEUR PARTAGE SON ÉCRAN POUR AFFICHER LES CONCEPTS SOUS FORME DE DIAPOS PPT]**

CONCEPT A (10-15 minutes)

[PUBLICITÉ RADIO : 1-2 MINUTES POUR PERMETTRE AUX PARTICIPANTS DE LIRE LE SCRIPT DE L'ANNONCE AUDIO]

[MODÉRATEUR : LIRE LE SCRIPT]

- Que pensez-vous du script de cette annonce radio? Quelles sont les forces (points positifs)? Quelles sont les faiblesses (points négatifs)?

Le script dont nous venons de parler sera également utilisé comme voix-off pour une publicité vidéo. Voici le storyboard de la vidéo.

[PUBLICITÉ VIDÉO : 1-2 MINUTES POUR PERMETTRE AUX PARTICIPANTS D'EXAMINER LE STORYBOARD.] [MODÉRATEUR : LIRE LES DIRECTIONS VIDEO]

- Que pensez-vous de cette publicité vidéo?
- Quel est le message principal de ces publicités radio et de vidéo ? Est-ce que vous seriez incité(e) à faire quelque chose après avoir vu/entendu cette publicité? (SI OUI : que feriez-vous?)

[IMAGES STATIQUES : MONTRER LES IMAGES (2-3) EN MÊME TEMPS]

- Que pensez-vous de ces publicités?
- Est-ce que vous seriez incité(e) à faire quelque chose après avoir vu ces publicités? (SI OUI : que feriez-vous?)

Passons maintenant au deuxième concept.

CONCEPT B (10-15 minutes)

[Répéter les mêmes questions ci-dessus]

Passons au troisième concept.

CONCEPT C (10-15 minutes)

[Répéter les mêmes questions ci-dessus]

BLOC 3	PAGE D'ACCUEIL WEB
DURÉE	5-10 MINUTES (se termine au plus après 55 minutes)

Les publicités que nous vous avons montrées encouragent les Canadiens à visiter une page web.

La voici. Je vais vous demander de prendre une minute pour examiner cette page Web. [L'ANIMATEUR MONTRE LA PAGE WEB : <https://www.canada.ca/fr/immigration-refugies-citoyennete/campagnes/immigration-ca-compte/communaut-es-accueillantes.html>]

- Est-ce ce que vous vous attendiez à voir?
- À votre avis, quels types de gestes cette page web vous aiderait-elle à poser? [AU BESOIN : le site vous donne-t-il toutes les informations dont vous auriez besoin pour poser ce geste ou faire cette action?]
- Y a-t-il quelque chose qui vous plaît ou vous déplaît en particulier?

BLOC 4	CONCLUSION
DURÉE	5 MINUTES

Poser la question de conclusion ci-dessous.

Nous avons presque terminé. L'un des trois concepts publicitaires que nous vous avons montrés sera choisi par IRCC pour être montré à travers le pays, afin d'encourager les Canadiens à devenir plus accueillants dans leurs communautés, ou à visiter le site

web pour en savoir plus. Selon vous, lequel des trois concepts atteint le mieux cet objectif? [L'ANIMATEUR AFFICHE LES TROIS CONCEPTS EN MÊME TEMPS SUR L'ÉCRAN PAR MESURE DE RAPPEL AUX PARTICIPANTS; UTILISATION DE LA QUESTION DU SONDAGE POUR IDENTIFIER LE CONCEPT PRÉFÉRÉ]

En conclusion, avant de nous quitter, avez-vous des commentaires ou des suggestions dont vous aimeriez faire part au gouvernement du Canada sur la façon dont il pourrait améliorer cette campagne publicitaire?

**CONCLURE ET METTRE FIN À LA RENCONTRE.
MERCİ BEAUCOUP POUR VOTRE PRÉCIEUSE COLLABORATION!**

CONCEPT A: Warmest place

Radio Script:

Canadian weather can be pretty cold. But there's a reason why people from all around the world look to immigrate here. We're the warmest place on earth. For a country known for its cool climate we are actually very warm people. Offering a warm welcome to newcomers benefits our communities, our businesses, and our own lives. All of which makes us pretty... cool.

Be part of a newcomer's settlement journey. Reach out to newcomers in your community. Volunteer. Donate. Visit Canada.ca/warm-welcome A warm welcome can make a difference. Message brought to you by the Government of Canada.

Video storyboard (V1):

The ad opens to a blustery winter scene. Our spokesperson walks into the scene dressed in full winter clothing and speaks to the camera.

The spokesperson removes their toque and scarf, and unzips their parka to take it off. Background morphs from winter to spring.

The spokesperson gets into the driver's seat of a minivan full of children from diverse backgrounds, and says: "Okay, let's get you to school. Everybody buckled in?" Van pulls away and we see parents waving.

We move to a perfect warm summer day at an outdoor cultural festival full of people enjoying themselves. The spokesperson and a few other Canadians are serving/interacting or helping out in some other way.



Canadian weather can be pretty cold. But there's a reason why people from all around the world want to come here...



We're the warmest place on earth.



Offering a warm welcome to newcomers benefits our communities, our businesses, and our own lives.



Reach out to newcomers in your community. Volunteer. Donate.



Find out how you can contribute.



Visit Canada.ca/warm-welcome



A warm welcome can make a difference.



Message brought to you by the Government of Canada.

Video storyboard (V2):

The ad opens to a blustery winter scene. Our spokesperson walks into the scene dressed in full winter clothing and speaks to the camera.

The spokesperson removes their toque and scarf, and unzips their parka to take it off. Background morphs from winter to spring. We move to a street, where the spokesperson is gathering up a number of children from diverse backgrounds and starting to walk with them. She hears a voice off camera thanking her for helping out. She glances back and replies: "No problem Mrs. Lytinsky, happy to help out" then "Okay, kids get you to school in time."

We move to a perfect warm summer day at an outdoor cultural festival full of people enjoying themselves. The spokesperson and a few other Canadians are serving/interacting or helping out in some other way.



Canadian weather can be pretty cold. But there's a reason why people from all around the world want to come here...



We're the warmest place on earth.



Offering a warm welcome to newcomers benefits our communities, our businesses, and our own lives.



Reach out to newcomers in your community. Volunteer. Donate.



Find out how you can contribute.



Visit Canada.ca/warm-welcome

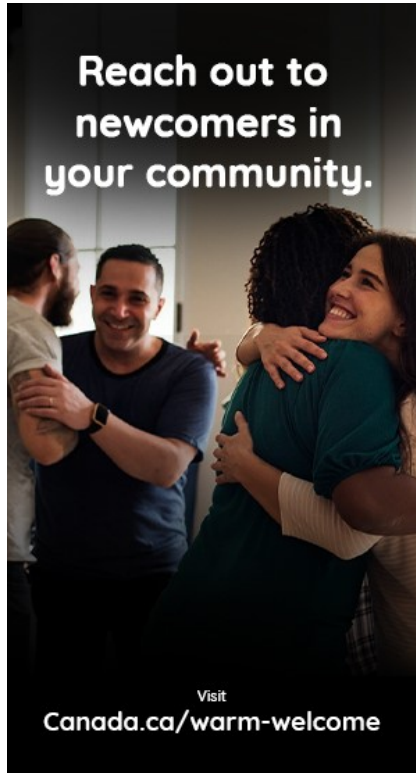


A warm welcome can make a difference.




Message brought to you by the Government of Canada. 🇨🇦

Social Media:



 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada



Canadian Immigration and Citizenship

August 19 at 11:00 AM



Canadian weather may get pretty cold but we're the warmest place on earth. Offering a warm welcome to newcomers benefits our communities, our businesses, and our own lives.



  36

2 Comments

 Like

 Comment



CONCEPT B: Canadian Welcome

Radio script:

Newcomers come to Canada for many reasons. The journey can be long. But a real Canadian welcome can make it all worthwhile.

There are many ways to help a newcomer feel at home. Find out how at Canada.ca/welcoming-communities.

Every newcomer deserves a real Canadian welcome.

Message brought to you by the Government of Canada.

Video storyboard:

The ad starts at an airport arrivals gate. We see the doors for a few seconds before it opens. The doors slide open and a family of four stands looking out wearily, carrying luggage. They start to walk forward, and then their faces light up. We see a group of Canadians holding a Welcome to Canada! sign. The two groups come together, hugging and making introductions. The happy group of Canadians and newcomers leave the airport.



Newcomers come to Canada for many reasons.



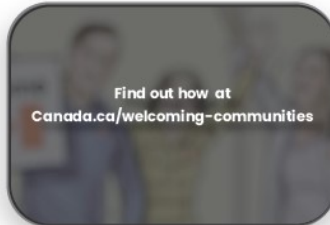
The journey can be long.



But a real Canadian welcome can make it all worthwhile.



There are many ways to help a newcomer feel at home.



Find out how at Canada.ca/welcoming-communities.

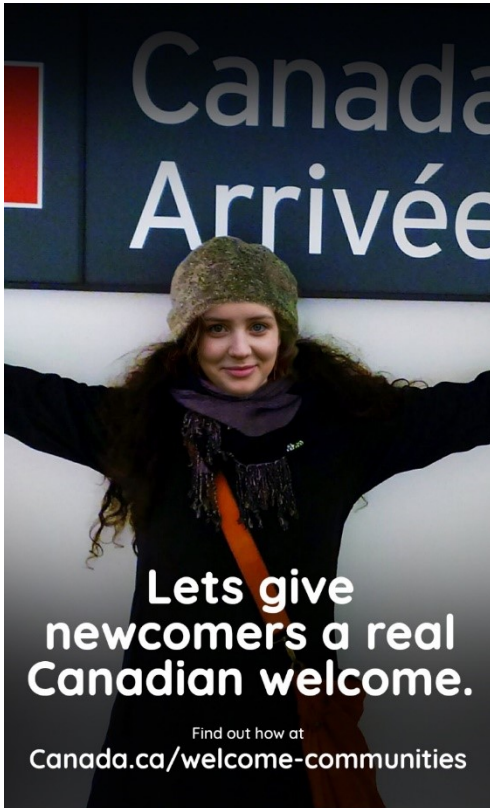


Every newcomer deserves a real Canadian welcome.



Message brought to you by the Government of Canada. 加拿大

Social media:



 Immigration, Refugees and Citizenship Canada


Canada




 Immigration, Refugees and Citizenship Canada

Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 Immigration, Refugees and Citizenship Cana... [+ Follow](#) ...

248,249 followers
5d · 

Welcoming new immigrants benefits our communities, our businesses and our own lives. Every newcomer deserves a real Canadian welcome.



www.canada.gc/welcome-communities

[Learn More](#)

 47 · 21 Comments

 Like  Comment  Share

Radio script:

Being a superhero isn't just for the movies Everyday heroes are Canadians who step up and welcome newcomers.

Canadians who donate and volunteer are making a huge difference. Become an everyday hero. Donate, volunteer, learn, celebrate.

Learn more at Canada.ca/everyday-heroes

Now that's super!

Message brought to you by the Government of Canada.

Video storyboard:

We see a child dressed in a costume pretending to be a superhero.

A new Canadian parent picks up the child, removes mask and the two of them laugh.

We pull back to see a group of children and parents in a backyard setting. The child goes back to play with the other children who are also in superhero costumes.

It is revealed as a birthday party for one of the children.

The families laugh and chat as a Canadian parent delivers the rest of the dialogue to camera.



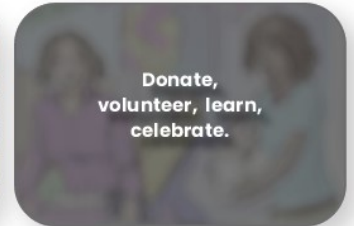
Being a superhero...



isn't just for the movies.



Everyday heroes are Canadians who step up and welcome newcomers.



Canadians who donate and volunteer are making a huge difference.



Become an everyday hero.



Learn more at Canada.ca/everyday-heroes



Now that's super!



Message brought to you by the Government of Canada. 🇨🇦

Social Media:



Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

Canadian Immigration and Citizenship
August 29 at 11:00 AM · 🌐

Everyday heroes are Canadians who step up and welcome newcomers to our country. Become an everyday hero. Donate, volunteer, get involved. That would be super.

You can be an everyday hero.
Learn more at Canada.ca/everyday-hero

36 2 Comments

Like Comment



Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

CONCEPT A : Accueil chaleureux

Radio :

Il peut faire plutôt froid au Canada.
 Mais il y a une raison pour laquelle des personnes du monde entier cherchent à immigrer ici.
 Nous sommes le pays le plus chaleureux du monde.
 Pour un pays connu pour son climat froid, nous sommes des gens très chaleureux.
 Accueillir chaleureusement les nouveaux arrivants profite à nos communautés, à nos entreprises et à nos propres vies.
 Tout ça nous rend plutôt... cool.
 Faites partie des efforts d'établissement des nouveaux arrivants.
 Allez à la rencontre des nouveaux arrivants dans votre communauté. Faites du bénévolat. Faites des dons.
 Consultez le Canada.ca/accueil-chaleureux.
 Un accueil chaleureux peut faire toute la différence.
 Un message du gouvernement du Canada.

Storyboard vidéo (V2) :

L'annonce s'ouvre sur une scène d'hiver venteuse. Notre porte-parole entre en scène vêtue d'une tenue d'hiver complète et s'adresse à la caméra.
 La porte-parole enlève sa tuque et son écharpe, puis dézippe son parka pour l'enlever. L'arrière-plan se transforme d'une scène d'hiver à un paysage printanier.
 On se retrouve ensuite dans une rue où on voit la porte-parole qui rassemble des enfants de diverses origines et commence à marcher avec eux. Elle entend une voix hors caméra qui la remercie de son aide. Elle se retourne et dit « Aucun problème Mme Lytinsky, ça me fait plaisir de vous aider », puis « Allez les enfants, on ne doit pas arriver en retard à l'école. »
 On passe ensuite à une chaude journée d'été parfaite lors d'un festival culturel en plein air où voit des gens qui s'amuse. La porte-parole et quelques autres Canadiens font le service, interagissent entre eux ou s'entraident d'une manière ou d'une autre.



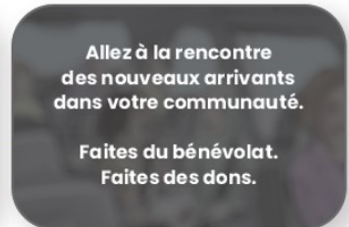
Il peut faire plutôt froid au Canada. Mais il y a une raison pour laquelle des personnes du monde entier désirent venir ici...



Nous sommes le pays le plus chaleureux du monde.



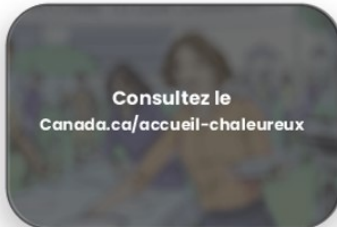
Accueillir chaleureusement les nouveaux arrivants profite à nos communautés, à nos entreprises et à nos propres vies.



Allez à la rencontre des nouveaux arrivants dans votre communauté. Faites du bénévolat. Faites des dons.



Découvrez comment vous pouvez aider.



Consultez le Canada.ca/accueil-chaleureux



Un accueil chaleureux peut faire toute la différence.



Un message du gouvernement du Canada

Médias sociaux :



 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 **Immigration et citoyenneté canadiennes** ✓
Le 19 août à 11 h ⚙

Le climat canadien peut être assez froid, mais nous sommes le pays le plus chaleureux du monde. En accueillant chaleureusement les nouveaux arrivants, nous faisons du bien à nos communautés, à nos entreprises et à nos propres vies.



Allez à la rencontre des nouveaux arrivants de votre quartier.

Visitez
Canada.ca/accueil-chaoureux

  36 2 Comments

 Like  Comment 

Radio:

Les nouveaux arrivants viennent au Canada pour de nombreuses raisons.

Le chemin peut être long.

Mais un véritable accueil canadien peut faire en sorte que tout cela en vaille la peine.

Il y a de nombreuses façons d'aider un nouvel arrivant à se sentir chez lui.

Renseignez-vous au Canada.ca/communautes-accueillantes.

Tout nouvel arrivant mérite un véritable accueil canadien.

Un message du gouvernement du Canada

Storyboard vidéo :

La publicité commence aux portes d'arrivée d'un aéroport. On y voit les portes pendant quelques secondes avant qu'elles ne s'ouvrent. Les portes s'ouvrent et on voit une famille de quatre personnes fatiguées qui se tiennent debout là à regarder, leurs bagages à la main. Ils commencent à avancer et leurs visages s'éclairent soudainement. On voit ensuite un groupe de Canadiens portant une affiche avec le message « Bienvenue au Canada! ». Les deux groupes se rejoignent, se prennent dans les bras et se présentent les uns aux autres. Le groupe joyeux de Canadiens et de nouveaux arrivants quittent l'aéroport ensemble.



Les nouveaux arrivants viennent au Canada pour de nombreuses raisons.



Le chemin peut être long.



Mais un véritable accueil canadien peut faire en sorte que tout cela en vaille la peine.



Il y a de nombreuses façons d'aider un nouvel arrivant à se sentir chez lui.



Renseignez-vous sur Canada.ca/communautes-accueillantes



Tout nouvel arrivant mérite un véritable accueil canadien.



Un message du gouvernement du Canada 🇨🇦

Médias sociaux :




 Immigration, Refugees and Citizenship Canada Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada



 Immigration, Refugees and Citizenship Canada Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada



 **Immigration et citoyenneté canadiennes** [+ Follow](#) ...
Canada Le 19 août à 11 h ⚙️

Accueillir de nouveaux immigrants est bénéfique pour nos communautés, nos entreprises et nos propres vies. Tout nouvel arrivant mérite un véritable accueil canadien.



www.canada.ca/communautes-accueillantes

[Learn More](#)

🗨️ 47 · 21 Comments

 Like  Comment  Share

CONCEPT C : Héros de tous les jours

Radio :

Les superhéros ne sont pas qu'au cinéma.

Les héroïnes et héros du quotidien sont des Canadiennes et des Canadiens qui se mobilisent pour accueillir les nouveaux arrivants.

Les personnes au pays qui font des dons et du bénévolat changent énormément les choses.

Devenez un héros ou une héroïne du quotidien.

Faites un don, faites du bénévolat, apprenez, célébrez.

Pour en savoir plus, consultez le Canada.ca/heros-quotiden.

Ça, c'est super!

Un message du gouvernement du Canada.

Storyboard vidéo :

On voit un enfant déguisé qui fait semblant d'être un superhéros.

Un mère nouvellement Canadienne prend l'enfant dans ses bras, lui enlève son masque et tous deux se mettent à rire.

L'image recule et on voit un groupe d'enfants et de parents dans la cour arrière d'une maison. L'enfant retourne jouer avec les autres enfants qui sont aussi déguisés en superhéros.

On découvre que c'est la fête d'anniversaire de l'un des enfants.

Les familles rient et conversent ensemble pendant qu'une mère canadienne adresse la suite du dialogue à la caméra.



Les superhéros...



Ils ne sont pas qu'au cinéma. .



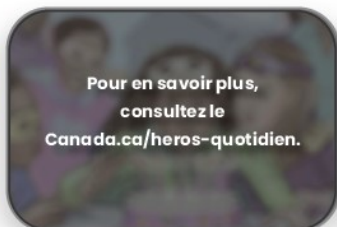
Les héroïnes et héros du quotidien sont des Canadiennes et des Canadiens qui se mobilisent pour accueillir les nouveaux arrivants.



Les personnes au pays qui font des dons et du bénévolat changent énormément les choses.



Devenez un héros ou une héroïne du quotidien.



Pour en savoir plus, consultez le Canada.ca/heros-quotiden.



Ça, c'est super



Un message du gouvernement du Canada 🇨🇦

Médias sociaux :



 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada

Canada

 Immigration et citoyenneté canadiennes

Le 19 août à 11 h

Les héros du quotidien sont des Canadiens qui se mobilisent pour accueillir les nouveaux arrivants dans notre pays. Devenez un héros du quotidien. Faites un don, faites du bénévolat, impliquez-vous. Ce serait génial.

Vous pouvez être un héros de tous les jours.

Pour en savoir plus, consultez le site Canada.ca/heros-quotidien

36 2 Comments

Like Comment

Baseline sections should be asked before the ads have run in the media.

All sections should be asked after the ads have run in the media.

INTRODUCTION [ASK IN BASELINE AND POST-CAMPAIGN SURVEYS]

Thank you for taking a few minutes to complete this survey on current issues that matter to Canadians. Si vous préférez répondre à ce sondage en français, veuillez cliquer sur [français](#) [SWITCH TO FRENCH VERSION].

Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential. The survey takes about [BASELINE: 5 minutes / POST-CAMPAIGN: 7 minutes] to complete.

[START SURVEY](#)

[Click here](#) if you wish to verify the authenticity of this survey. To view our privacy policy, [click here](#).

If you require any technical assistance, please contact XXX.

a) Does anyone in your household work for any of the following organizations?

SELECT ALL THAT APPLY

- a marketing research firm
- a magazine or newspaper
- an advertising agency or graphic design firm
- a political party
- a radio or television station
- a public relations company
- the federal or provincial government
- none of these organizations

IF "NONE OF THESE ORGANIZATIONS" CONTINUE, OTHERWISE THANK AND TERMINATE.

b) What is your gender?

- Man
- Woman
- Other
- Prefer not to answer

c) What is your age?

###

ADMISSIBLE RANGE 30 to 75

IF Not 30-75 THANK AND TERMINATE

ASK D IF QUESTION C IS LEFT BLANK

d) In which of the following age categories do you belong?

SELECT ONE ONLY

- less than 18 years old [TERMINATE]
- 18 to 24 [TERMINATE]
- 25 to 29 [TERMINATE]
- 30 to 34
- 35 to 44
- 45 to 54
- 55 to 64

- 65 to 75
- 76 or older [TERMINATE]

IF "LESS THAN 30 YEARS OLD OR MORE THAN 75 YEARS OLD" OR "BLANK", THANK AND TERMINATE

Show if QC or QD=less than 30 years old or 76+

Thank you for your interest. This survey is intended for those who are between 30 to 75 years old. If you have reached this screen in error, please click the back button

e) In which province or territory do you live?

SELECT ONE ONLY

- Alberta
- British Columbia
- Manitoba
- New Brunswick
- Newfoundland and Labrador
- Northwest Territories
- Nova Scotia
- Nunavut
- Ontario
- Prince Edward Island
- Quebec [TERMINATE]
- Saskatchewan
- Yukon

IF NO PROVINCE OR TERRITORY IS SELECTED, THANK AND TERMINATE

Show if QE=Quebec

Thank you for your interest. This survey is intended for those who live in certain parts of Canada. If you have reached this screen in error, please click the back button

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

ASK ALL RESPONDENTS

Q1:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from the Government of Canada?

- yes
- no => GO TO T1A

Q3:

Think about the most recent Government of Canada ad that comes to mind. What do you remember about this ad?

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

ASK ALL RESPONDENTS

T1A:

Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about welcoming new immigrants to your community?

[STATE TOPIC IN TWO OR THREE WORDS BUT DO NOT DESCRIBE CAMPAIGN THEME]

- Yes
- No => GO TO T1D

T1B:

Where have you seen, read or heard this ad about welcoming new immigrants to your community?

[NOTE: SELECT FROM LIST ALL MEDIA USED IN THE CAMPAIGN. YOU MAY ALSO INCLUDE OTHER MEDIA OF YOUR CHOICE. HEADINGS ARE FOR GUIDANCE ONLY AND NOT TO BE USED IN THE FINAL VERSION OF THE QUESTIONNAIRE]

SELECT ALL THAT APPLY

Print	
In print (e.g. newspapers, magazines)	
Broadcasting	
Radio	Television
Online / digital	
Digital/Streaming TV (e.g. Netflix, Disney+)	Digital/Streaming radio (e.g. Spotify, Podcast)
Facebook	Twitter
In a mobile app	Web search (e.g. Google, Bing)
Instagram	YouTube
Internet website	Online news sites
LinkedIn	
Out-of-home (indoor and outdoor signage)	
The following are examples of signage locations. Please select those that apply or add ones specific to campaign.	
Transit (e.g. Inside/outside bus/subway or bus shelter)	Billboards/digital billboards (in malls, restaurants, airports, elevators, etc.)
Advertisements on street furniture (e.g. benches)	
Mandatory option(s):	
Other, specify:	

T1C:
What do you remember about this ad?

ASK ALL RESPONDENTS

CAMPAIGN SPECIFIC ATTITUDINAL AND BEHAVIOURAL QUESTIONS MAY BE ADDED HERE

T1D1: In the next few years, how likely do you consider yourself to engage in activities aimed at improving your local community? This could mean participating in local events, volunteer work, donations or any other activity to help out people from your community.

Very likely	1
Somewhat likely	2
Not very likely	3
Not at all likely	4
Not sure	99

T1D2: And how likely are you to engage in activities that make your community more welcoming to new immigrants?

Very likely	1
Somewhat likely	2
Not very likely	3
Not at all likely	4
Not sure	99

T1E: Thinking about immigration to Canada in general, what effect does immigration to this country have on the following?

[RANDOMIZE]

- Your community
- Your Province or Territory
- Canada

Very positive	1
Somewhat positive	2
Neither positive nor negative	3
Somewhat negative	4
Very negative	5
Not sure	99

T1F: Please indicate whether you agree or disagree with the following statements? [RANDOMIZE]

- a) My local community is made stronger when people make an effort to be welcoming to new immigrants.
- b) The sooner new immigrants become settled, the sooner they can contribute to society.
- c) New immigrants make my community a better place to live.

Strongly agree	1
Somewhat agree	2
Neither agree or disagree	3
Somewhat disagree	4
Strongly disagree	5
Not sure	99

AD RECALL QUESTIONS [ASK IN POST-CAMPAIGN SURVEY ONLY]

T1H:
Here are some ads that have recently been broadcast on various media. Click here to watch.

Video: <https://youtu.be/-gXa6Z5I-d0>




There are many ways to welcome a newcomer.

Find out how:
Canada.ca/warm-welcome

Il existe de nombreuses façons d'accueillir un nouvel arrivant.

Découvrez comment:
Canada.ca/accueil-chaoureux

Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada **Canada**



There are many ways to welcome a newcomer.

Immigration, Refugees and Citizenship Canada / Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada **Canada**



Find out how to welcome newcomers to your community.

Canada

[CLICK TO GO TO THE NEXT PAGE]

Over the past three weeks, have you seen, read or heard these ads?

- yes
- no

=> GO TO T1J

T1I:

Where have you seen, read or heard these ads?

[NOTE: SELECT FROM LIST ALL MEDIA USED IN THE CAMPAIGN. YOU MAY ALSO INCLUDE OTHER MEDIA OF YOUR CHOICE. HEADINGS ARE FOR GUIDANCE ONLY AND NOT TO BE USED IN THE FINAL VERSION OF THE QUESTIONNAIRE]

SELECT ALL THAT APPLY

Print	
In print (e.g. newspapers, magazines)	
Broadcasting	
Radio	Television
Online / digital	
Digital/Streaming TV (e.g. Netflix, Disney+)	Digital/Streaming radio (e.g. Spotify, Podcast)
Facebook	Twitter
In a mobile app	Web search (e.g. Google, Bing)
Instagram	YouTube
Internet website	Online news sites
LinkedIn	
Out-of-home (indoor and outdoor signage)	
The following are examples of signage locations. Please select those that apply or add ones specific to campaign.	
Transit (e.g. Inside/outside bus/subway or bus shelter)	Billboards/digital billboards (in malls, restaurants, airports, elevators, etc.)
Advertisements on street furniture (e.g. benches)	
Mandatory option(s):	
Other, specify:	

T1I2

Did you do any of the following as a result of seeing the ads? *Select all that apply*

- 1 Clicked on the ad immediately to visit the website (*Canada.ca/LINK*)
- 2 Later visited the website mentioned in the ad (*Canada.ca/LINK*)
- 3 Searched on the internet for more information about activities/opportunities to welcome new immigrants
- 4 Told a friend or family member about activities/opportunities to welcome new immigrants
- 5 Engaged in activities/opportunities to welcome new immigrants in your community
- 6 Other (specify): _____
- 7 Nothing (Exclusive)
- 9 Don't recall / No answer (Exclusive)

T1J:

What do you think is the main point these ads are trying to get across?

T1K:

Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads.

RANDOMIZE STATEMENTS

	1 Strongly Disagree	2	3	4	5 Strongly Agree
These ads catch my attention	o	o	o	o	o
These ads are relevant to me	o	o	o	o	o
These ads are difficult to follow	o	o	o	o	o
These ads do not favour one political party over another	o	o	o	o	o
These ads talk about an important topic	o	o	o	o	o
These ads provide new information	o	o	o	o	o

These ads clearly convey that the Government of Canada is encouraging Canadians to welcome new immigrants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
These ads would prompt me to find out more about welcoming new immigrants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

D1:

Which of the following categories best describes your current employment status? Are you...

SELECT ONE ONLY

- working full-time (30 or more hours per week)
- working part-time (less than 30 hours per week)
- self-employed
- unemployed, but looking for work
- a student attending school full-time
- retired
- not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- other employment status

D2:

What is the highest level of formal education that you have completed?

SELECT ONE ONLY

- grade 8 or less
- some high school
- high school diploma or equivalent
- registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- college, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- university certificate or diploma below bachelor's level
- bachelor's degree
- postgraduate degree above bachelor's level

D3:

Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- yes
- no

D4:

Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

SELECT ONE ONLY

- under \$20,000
- between \$20,000 and \$40,000
- between \$40,000 and \$60,000
- between \$60,000 and \$80,000
- between \$80,000 and \$100,000
- between \$100,000 and \$150,000
- between \$150,000 and \$200,000
- \$200,000 and above
- prefer not to say

D5:

Where were you born?

- born in Canada
- born outside Canada

È Specify the country:

ASK IF D5=BORN OUTSIDE CANADA

D6:

In what year did you first move to Canada?

YYYY

ADMISSIBLE RANGE: ALL

ASK IF D5=BORN OUTSIDE CANADA

D6B:

Which of the following categories best describes your current immigration status in Canada?

SELECT ONE ONLY

- Canadian citizen
- Permanent resident of Canada (but not a citizen)
- Temporary Foreign Worker program
- Other Temporary Work permit
- International student
- Refugee or Protected Person
- Other (specify): _____
- Prefer not to say

D7:

What is the language you first learned at home as a child and still understand?

SELECT UP TO TWO

- English
- French
- Other language, specify _____

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Immigration Refugees and Citizenship Canada (IRCC). Please note that your responses to this survey are anonymous and no personal information will be shared with IRCC.

In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada.

We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

Les sections du sondage de référence doivent être posées avant la diffusion des annonces dans les médias.

Toutes les sections doivent être posées après la diffusion des annonces dans les médias.

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

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

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

DÉBUT DU SONDAGE

[Cliquez ici](#) si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage et [ici](#) pour lire notre politique de confidentialité.

Veuillez communiquer avec XXX pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

a) Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- une firme de recherche en marketing
- un magazine ou un quotidien
- une agence de publicité ou de conception graphique
- un parti politique
- une station radiophonique ou de télévision
- une firme de relations publiques
- le gouvernement fédéral ou provincial
- aucune de ces organisations

SI « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

b) Quel est votre genre?

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

c) Quel âge avez-vous?

###

TRANCHE ADMISSIBLE : 30 à 75

SI PAS 30-75, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE.

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

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE.

- Moins de 18 ans
- 18 à 24 [TERMINER]
- 25 à 29 [TERMINER]
- 30 à 34
- 35 à 44
- 45 à 54

- 55 à 64
- 65 à 75
- 76 ans ou plus [TERMINER]

SI LE RÉPONDANT À MOINS DE 30 ANS OU PLUS DE 75 ANS, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

Afficher si moins de 30 ans ou plus de 75 ans.

Nous vous remercions de votre intérêt. Ce sondage est destiné aux personnes âgées de 30 à 75 ans.

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

NE CHOISIR QU'UN PROVINCE OU QU'UN TERRITOIRE.

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon

Montrer Si QE= Québec

Nous vous remercions de votre intérêt. Ce sondage est destiné aux personnes qui vivent dans certaines régions du Canada.

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

Q1 : Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada?

- oui
- non

=> ALLER À T1A

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

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A : Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de l'accueil des nouveaux immigrants dans votre communauté? [INDIQUER LE SUJET DE LA CAMPAGNE EN DEUX OU TROIS MOTS, SANS EN DÉCRIRE LE THÈME.]

- oui
- non

=> ALLEZ À T1D

T1B : Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité au sujet de l'accueil des nouveaux immigrants dans votre communauté?

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

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

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

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

ON PEUT AJOUTER ICI DES QUESTIONS PRÉCISES À LA CAMPAGNE POUR ÉVALUER LES ATTITUDES ET LES COMPORTEMENTS.

T1D1: Au cours des prochaines années, quelle est la probabilité que vous envisagiez de participer à des activités visant à améliorer votre communauté locale? Ceci pourrait être participer à des événements locaux, faire du bénévolat ou des dons caritatifs, ou toute autre activité pour aider les gens de votre communauté.

Très probable	1
Assez probable	2
Peu probable	3
Pas du tout probable	4
Je ne suis pas sûr(e)	99

T1D2: Et quelle est la probabilité que vous participiez à des activités visant à rendre votre communauté plus accueillante envers les nouveaux immigrants?

Très probable	1
Assez probable	2
Peu probable	3
Pas du tout probable	4
Je ne suis pas sûr(e)	99

T1E: En pensant à l'immigration au Canada en général, quel effet l'arrivée d'immigrants dans ce pays a-t-elle sur chacun des aspects suivants?

[RANDOMISER]

- Votre communauté
- Votre province ou territoire
- Canada

Très positif	1
Plutôt positif	2
Ni positif ni négatif	3
Plutôt négatif	4
Très négatif	5
Je ne suis pas sûr(e)	99

T1F: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes? [RANDOMISER]

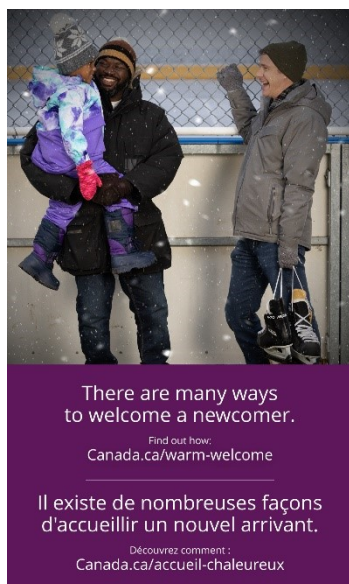
- Ma communauté locale en sort plus forte quand les gens font l'effort d'être accueillants envers les nouveaux immigrants.
- Plus vite les nouveaux immigrants s'établissent, plus vite ils pourront contribuer à la société.
- Les nouveaux immigrants font de ma communauté un endroit où il fait mieux vivre.

Tout à fait d'accord	1
Plutôt d'accord	2
Ni d'accord ni en désaccord	3
Plutôt en désaccord	4
Tout à fait en désaccord	5
Je ne suis pas sûr(e)	99

QUESTIONS SUR LE RAPPEL DES ANNONCES [DEMANDER UNIQUEMENT DANS LE SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE]

T1H : Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour voir.

Video: <https://youtu.be/L9GkoAr--o4>





Il existe de nombreuses façons d'accueillir un nouvel arrivant.



Canada



Canada

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

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

- oui
- non

=> ALLER À T1J

T1J : Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Publications imprimées	
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	Journal imprimé
Magazines	
Télédiffusion / Radiodiffusion	
Radio	Télévision
Internet / numérique	
Télévision numérique/en continue (par exemple Netflix, Disney+)	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continue (par exemple Spotify, Podcast)
Une application mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Internet	Twitter
LinkedIn	Jeux vidéo
Sites web de nouvelles	Moteur de recherche (par exemple Google, Bing)
Pinterest	YouTube
Affichages intérieur et extérieur	
Voici des exemples d'endroits pour les affichages. Veuillez inclure tous les affichages qui s'appliquent à la campagne.	
Aréna/stade	Panneau d'affichage routier
Aéroport	Présentoir dans un point de vente
Cinéma	Restaurant
Sur le campus d'une école	Salle de bains
Panneau d'affichage numérique	Centre commercial
Le bureau de médecin	Pharmacie
Ascenseur	Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)

Option(s) obligatoire(s) :	
Autre, veuillez préciser	

T112 Avez-vous réalisé l'une des actions suivantes après avoir vu les publicités? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1 J'ai cliqué immédiatement sur l'annonce pour visiter le site web (Canada.ca/accueil-chaoureux)
- 2 J'ai visité plus tard le site Web mentionné dans l'annonce Later visited the website mentioned in the ad (Canada.ca/accueil-chaoureux)
- 3 J'ai cherché sur Internet de plus amples informations sur les activités/opportunités d'accueillir les nouveaux immigrants.
- 4 J'ai parlé à un ami ou à un membre de la famille des activités/opportunités d'accueillir les nouveaux immigrants.
- 5 J'ai participé à des activités/possibilités d'accueillir de nouveaux immigrants dans ma communauté.
- 6 Autre (précisez): _____
- 7 Aucune action (Exclusive)
- 9 Je ne me rappelle pas / Pas de réponse (Exclusive)

T11 : Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de véhiculer?

T1K : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

LIRE LES ÉNONCÉS AU HASARD.

	1 Fortement en désaccord	2	3	4	5 Fortement en accord
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités me concernent	<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 favorise 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 de l'information nouvelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada encourage les Canadiens à accueillir les nouveaux immigrants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'inciteraient à en savoir plus sur l'accueil des nouveaux immigrants.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

D1 : Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

NE CHOISIR QU'UNE CATÉGORIE.

- travailleur/travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- travailleur/travailleuse autonome
- sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- étudiant(e) à temps plein
- retraité(e)
- à l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi).
- autre situation

D2 : Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.

- huitième année ou moins
- quelques années d'études secondaires
- diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- baccalauréat
- diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat

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

- oui
- non

D4 : Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus annuels avant impôts de tous les membres de votre foyer?

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE.

- moins de 20 000 \$
- entre 20 000 \$ et 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
- préfère ne pas répondre

D5 : Où êtes-vous né(e)?

- au Canada
- à l'étranger

↳ Précisez quel pays :

DEMANDEZ SI D5=NÉ(E) À L'ÉTRANGER

D6 : En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada?

YYYY

PÉRIODE ADMISSIBLE : TOUS

DEMANDEZ SI D5=NÉ(E) À L'ÉTRANGER

D6B : Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre statut d'immigration actuel au Canada?

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE.

- Citoyen(ne) canadien(ne)
- Résident(e) permanent(e) du Canada (mais pas citoyen(ne))
- Travailleur(e) étranger(ère) temporaire
- Autre permis de travail temporaire
- Étudiant(e) international(e)
- Réfugié ou personne protégée
- Autre (précisez): _____
- Je préfère ne pas répondre

D7 : Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

- anglais
- français
- autre langue; veuillez préciser _____

Voilà qui met fin à ce sondage que nous avons effectué pour le compte d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC). Sachez que vos réponses à ce sondage sont anonymes et qu'aucun renseignement personnel ne sera communiqué à l'IRCC.

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