

## Spécifications techniques

- Un sondage en ligne a été mené auprès de 3 400 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Lors des phases précédentes de cette enquête, la collecte des données s'est faite principalement par téléphone. Bien que les données de cette année ne soient pas tout à fait comparables à celles des années précédentes, la migration de l'enquête de suivi sur le Web permet de mieux mesurer le taux de notoriété assistée de la marque et facilite les comparaisons directes avec les données de l'enquête ENERGY STAR de l'Agence pour la protection de l'environnement des États-Unis.
- Il a fallu en moyenne 15 minutes pour répondre au sondage, et le travail sur le terrain s'est fait du 1<sup>er</sup> au 21 décembre 2018.
- Voici le nombre d'échantillons par quota et le nombre de questionnaires remplis :

	Nombre d'entrevues achevées visé	Nombre réel de questionnaires remplis
<b>Canada</b>	<b>3400</b>	<b>3400</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	100	101
Île-du-Prince-Édouard	100	70
Nouvelle-Écosse	200	200
Nouveau-Brunswick	200	200
Québec	695	697
Ontario (et NU)	1140	1149
Manitoba	110	110
Saskatchewan	100	110
Alberta	350	355
Colombie-Britannique (et YK et T.N.-O.)	405	408

- Le plan d'échantillonnage a tenu compte des campagnes publicitaires distinctes menées en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et en Alberta.
- La programmation du questionnaire a été faite au moyen de la technologie d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO). La programmation a été testée pour vérifier l'aspect branchement conditionnel par le programmeur initial et ensuite par un deuxième programmeur expérimenté. Le script a ensuite été mis à l'essai grâce à la production de données aléatoires.
- Conformément aux meilleures pratiques en vigueur dans le domaine des sondages, le questionnaire a été testé au préalable avant le travail sur le terrain afin de vérifier s'il mesurait bien ce qu'il était censé mesurer. Dix questionnaires ont été remplis dans chaque langue officielle. Aucune question ou préoccupation n'a été soulevée lors de ce test. Outre le test donné préalablement, les fichiers de programmation du sondage ont été testés à l'aide d'un générateur de nombres aléatoires et les résultats ont été vérifiés avant le début du travail sur le terrain. Après le travail sur le terrain, les données ont été épurées et vérifiées à l'aide du logiciel de syntaxe SPSS. L'examen a permis d'évaluer les fourchettes de réponses et le temps pris pour répondre au sondage afin d'identifier tout répondant ayant clairement répondu trop rapidement et manifestement fourni des réponses « linéaires ». Tous les cas signalés à des fins de vérification de la qualité ont été remplacés avant la pondération et la tabulation des données.

- L'échantillon choisi provient d'un panel de 450 000 Canadiens en ligne de la firme Research Now. Les résultats du sondage en ligne ne peuvent être généralisés à l'ensemble de la population car il s'agit d'un échantillon non probabiliste.
- Les répondants ont été récompensés pour avoir participé au sondage dans le cadre d'un programme incitatif; celui-ci étant conçu pour tenir compte de la durée du sondage et de la nature de l'échantillon.
- Les données du sondage ont été pondérées en fonction de la région, de l'âge et du sexe des répondants pour veiller à ce que les résultats soient représentatifs de la population canadienne. Les données sur la population tirées du recensement de Statistique Canada effectué en 2016 ont servi à déterminer les coefficients de pondération.
- Comme l'échantillon est basé sur les répondants qui se sont portés volontaires pour y participer, il est impossible de donner une estimation des erreurs d'échantillonnage.
- L'entité ayant financé le sondage a été révélée (c.-à-d. le gouvernement du Canada).
- Le taux de réponse estimé se chiffrait à 17 %. Il a été calculé à l'aide de la formule énoncée dans les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

<b>Échantillon total utilisé</b>	<b>60 000</b>
<b>Cas non résolus (NR)</b>	<b>0</b>
<b>Unités admissibles non répondantes (UA)</b>	<b>49 800</b>
<b>Unités répondantes (UR)</b>	<b>10 200</b>
<i>Nombre de participants ayant répondu au sondage</i>	<i>3 400</i>
<i>Participants disqualifiés – Quota atteint</i>	<i>6 800</i>
<b>Taux de réponse = R/(NR+UA+UR)</b>	<b>17 %</b>

- Toutes les étapes du projet ont respecté les normes en vigueur dans le secteur des études de marché de même que les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada.

Le risque de biais de non-réponse a été évalué en comparant les caractéristiques des répondants à l'aide de données pondérées et non pondérées (sexe et âge). Le tableau ci-dessous présente un profil de l'échantillon, avec des données non pondérées puis pondérées qui correspondent à la population.

	<b>Données non pondérées</b>	<b>Données pondérées</b>
<b>Sexe et âge</b>		
Hommes : 18 à 34 ans	11 %	13 %
Femmes : 18 à 34 ans	8 %	13 %
Hommes : 35 à 54 ans	13 %	17 %
Femmes : 35 à 54 ans	16 %	18 %
Hommes : 55 ans et +	22 %	16 %
Femmes : 55 ans et +	26 %	18 %

Comme c'est normalement le cas pour les enquêtes téléphoniques auprès de la population générale, les personnes plus âgées (55 ans et plus) sont surreprésentées tandis que les jeunes (moins de 55 ans) sont sous-représentés dans l'échantillon du sondage.