



Parcs
Canada

Parks
Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : EP363-140002-001-CY

Valeur du contrat : 45 396,53 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 3 décembre 2021

Date de livraison : 29 juillet 2022

No d'inscription : POR 055-21

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à information@pc.gc.ca

This report is also available in English

Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

Juillet 2022

Ce rapport présente les détails méthodologiques de l'**évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada** menée par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Cette étude a été réalisée du 11 janvier au 2 février 2022, sous la forme d'une enquête avant la campagne et du 8 juin au 3 juillet 2022, sous la forme d'une enquête après la campagne. Les deux vagues ont été réalisées à partir de l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Parcs Canada. Pour en savoir plus sur le rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada dont les coordonnées sont :

1-888-773-8888 ou information@pc.gc.ca

Parcs Canada
2^e étage, 30 rue Victoria
Gatineau QC J8X 0B3

Numéro de catalogue :

R62-583/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-43539-8

This report is also available in English under the title: Parks Canada Advertising Campaign Evaluation 2021

Numéro de catalogue :

R62-583/2022E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-43736-1

Table de matières

1. SOMMAIRE.....	4
2. INTRODUCTION	6
3. CONCEPTION DE L'ENQUÊTE.....	6
4. ÉCHANTILLON	7
5. INVITATIONS.....	7
6. ENQUÊTES REMPLIES ET CIBLES.....	8
7. BIAIS DE NON-RÉPONSE	9
8. PONDÉRATION.....	9
9. BASE DE DONNÉES ET BANNIÈRES.....	12
10. ANNEXES : QUESTIONNAIRE	13

1. Sommaire

Parcs Canada protège le patrimoine naturel et culturel du Canada pour le compte des Canadiens et en présente des exemples qui revêtent une importance nationale, et il en favorise chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale qui a été diffusée sur diverses plateformes au printemps 2022, notamment les télévisions, les cinémas, les plateformes de médias sociaux, le marketing par moteur de recherche, les transports en commun et les panneaux d'affichage. Chaque plateforme a été diffusée sur le marché à des moments différents, mais dans son ensemble, la campagne a été diffusée sur le marché entre février 2022 et juin 2022. La campagne était axée sur les parcs nationaux et les sites historiques nationaux et était liée à la promotion de la reprise de l'industrie touristique du Canada après deux années de pandémie de COVID-19.

Par conséquent, et conformément aux exigences du gouvernement du Canada, toutes les campagnes publicitaires d'une valeur d'au moins 1 million de dollars doivent faire l'objet d'une évaluation à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF), par le biais d'une enquête préalable (ou de référence) et postérieure à l'évaluation. L'objectif de cette étude quantitative est de recueillir les commentaires des Canadiens afin de :

- mesurer le rendement de la publicité;
- comprendre ce que le public a retenu du message de la campagne;
- mesurer la sensibilisation du public canadien à Parcs Canada, avec ou sans aide;
- mesurer le soutien du mandat de Parcs Canada;
- comprendre si le public a l'intention de visiter les parcs nationaux ou les sites historiques nationaux en 2022;
- prendre en compte d'autres paramètres propres à Parcs Canada, comme l'importance de certains facteurs dans la décision de visiter des parcs nationaux ou des lieux historiques nationaux.

Les résultats de cette étude permettront de déterminer si la campagne a atteint ses objectifs et d'orienter les campagnes publicitaires de Parcs Canada à venir.

Cette étude a été réalisée du 11 janvier au 2 février 2022, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne ou « après la vague » a été menée du 8 juin au 3 juillet 2022. Un ensemble cohérent de questions est utilisé dans les deux enquêtes pour comparer les périodes pendant lesquelles la campagne publicitaire entre et sort du domaine public.

Pour chaque vague, Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale. Les participants ont été invités par courriel ou par message texte à prendre part à une enquête en ligne. L'étude a été réalisée à partir d'un échantillon aléatoire et ne peut être extrapolée à l'ensemble de la population, seulement à l'échelle nationale.

Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, celles de personnes qui ne vivent pas au Canada et celles de personnes qui travaillent pour des organisations qui ne seraient pas admissibles à la participation (p. ex., une entreprise d'études de marché). Au total, 4 059 adultes canadiens ont participé à l'étude. Pour l'évaluation du rappel assisté, deux versions

différentes des créations vidéo pouvaient être visionnées, d'une durée variable, soit une vidéo de 15 ou 60 secondes.

Le coût total de cette recherche s'est élevé à 45 396,53 \$ (taxes comprises).

Déclaration de neutralité politique

Je certifie par la présente, en tant que haut représentant de Advanis Inc, que les produits livrables sont pleinement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas l'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou les cotes de performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé : 

Nicolas Toutant, Vice-Président, Recherche et Évaluation
Advanis Inc.

2. Introduction

Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale qui a été diffusée sur diverses plateformes au printemps 2022, notamment les télévisions, les cinémas, les plateformes de médias sociaux, le marketing par moteur de recherche, les transports en commun et les panneaux d'affichage. Chaque plateforme a été diffusée sur le marché à des moments différents, mais dans son ensemble, la campagne a été diffusée sur le marché entre février 2022 et juin 2022. La campagne était axée sur les parcs nationaux et les sites historiques nationaux et était liée à la promotion de la reprise de l'industrie touristique du Canada après deux années de pandémie de COVID-19.

Conformément aux exigences du gouvernement du Canada, toutes les campagnes publicitaires d'une valeur d'au moins 1 million de dollars doivent faire l'objet d'une évaluation à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF), par le biais d'une enquête préalable (ou de référence) et postérieure à l'évaluation. L'objectif de cette étude quantitative est de recueillir les commentaires des Canadiens afin de :

- mesurer le rendement de la publicité;
- comprendre ce que le public a retenu du message de la campagne;
- mesurer la sensibilisation du public canadien à Parcs Canada, avec ou sans aide;
- mesurer le soutien du mandat de Parcs Canada;
- comprendre si le public a l'intention de visiter les parcs nationaux ou les sites historiques nationaux en 2022;
- prendre en compte d'autres paramètres propres à Parcs Canada, comme l'importance de certains facteurs dans la décision de visiter des parcs nationaux ou des lieux historiques nationaux.

3. Conception de l'enquête

Le contenu du sondage et les traductions françaises ont été fournis par Parcs Canada et ont été programmés à l'aide de SurveyBuilder, un logiciel dont Advanis est propriétaire. Les enquêtes pouvaient être remplies en ligne et étaient compatibles avec les ordinateurs de bureau et les appareils mobiles (tablettes et téléphones intelligents). Les enquêtes ont également été conçues pour être accessibles conformément aux normes d'accessibilité au Web du gouvernement du Canada. Les enquêtes ont été hébergées sur un site Web hébergé par Advanis.

Les enquêtes ont été conçues pour inclure des questions à choix multiples, y compris des questions à échelle, des questions ouvertes et des questions démographiques. Une logique de saut a été appliquée tout au long du processus, y compris trois messages de remerciement utilisés pour éliminer les participants non admissibles (ayant une profession qui les rend non admissibles à la participation, ne vivant pas au Canada ou ayant moins de 18 ans). L'enquête a fait l'objet d'un pré-test approfondi pour s'assurer que les schémas de saut et les questions de l'enquête étaient correctement programmés.

Un pré-test a été réalisé le 11 janvier 2022 pour l'enquête avant la vague (85 en anglais et 5 en français) et le 8 juin 2022 pour l'enquête après la vague (46 en anglais et 56 en français). Les répondants ont été invités à donner leur avis sur l'enquête. Les pré-tests linguistiques n'ont pas mis en évidence de difficultés liées à l'enquête elle-même ou à la collecte des données. Les données recueillies lors du pré-test ont été retenues pour l'analyse.

4. Échantillon

4.1 CARACTÉRISTIQUES DU PROJET

Cette étude a été réalisée du 11 janvier au 2 février 2022, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne a été menée du 8 juin au 3 juillet 2022. Les mêmes questions sont posées aux participants dans chacune des vagues pour des raisons de comparaison. Des questions supplémentaires sont posées dans l'enquête après la campagne précise à la campagne actuelle, alors que les participants voient les publicités diffusées sur les principales plateformes médiatiques.

4.2 PLAN D'ÉCHANTILLONNAGE

Ce projet visait les Canadiens de tous les provinces et territoires âgés de 18 ans et plus. Le nombre ciblé de sondages remplis pour chacun des sondages après et avant la campagne était de 2 000 adultes canadiens. Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, de celles qui ne vivent pas au Canada et de celles qui travaillent pour une société d'études de marché ou d'autres organisations non admissibles. Chaque enquête comportait un numéro unique intégré dans l'hyperlien afin d'éliminer la possibilité de réponses en doubles d'un même participant.

Tableau 1 : Exemple de plan par province/région du Canada

Région	Pourcentage de la population	Population cible
Terre-Neuve-et-Labrador	1,4 %	28
Île-du-Prince-Édouard	0,45 %	9
Nouvelle-Écosse	2,6 %	52
Nouveau-Brunswick	2,1 %	42
Québec	23,0 %	460
Ontario	38,8 %	775
Manitoba	3,6 %	72
Saskatchewan	3,2 %	68
Alberta	11,6 %	232
Colombie-Britannique	13,1 %	262
Total	100 %	2 000

5. Invitations

Les invitations ont été envoyées par messages textes et regroupées par province, afin de garantir qu'elles soient envoyées aux heures appropriées dans chaque fuseau horaire. Après l'envoi de l'invitation initiale, un message de rappel a été envoyé 3 jours plus tard aux candidats qui n'ont pas répondu à l'enquête ou qui n'ont pas été écartés de l'enquête. Un maximum de 2 messages de rappel a été envoyé. Au total, 22 115 messages textes ont été envoyés pendant la collecte des données pour ces enquêtes.

Tableau 2 : Détails des invitations et des rappels de l'enquête

ID du message	Objectif	Avant la vague	Après la vague	Total envoyé
1	Invitation (EN)	3 835	4 340	8 175
2	Invitation (FR)	694	1 301	1 995
3	Rappel 1 (EN)	2 334	3 055	5 389
4	Rappel 1 (FR)	334	1 013	1 347
5	Rappel 2 (EN)	1 703	2 334	4 037
6	Rappel 2 (FR)	272	900	1 172
Total		9 172	12 943	22 115

6. Enquêtes remplies et cibles

Au total, 10 170 Canadiens ont été invités à participer aux enquêtes avant et après la campagne, 4 529 à la première enquête avant la campagne et 5 641 à l'enquête après la campagne. La durée moyenne de l'enquête avant la vague était d'environ 7 minutes et de 11 minutes pour l'enquête après la vague. Au total, 4 039 enquêtes ont été réalisées au cours de la période de collecte des données – 2 028 enquêtes remplies dans l'enquête avant la vague et 2 011 dans l'enquête après la vague. Le taux de réponse pour l'enquête avant la vague était de 49,4 % et la marge d'erreur était de +/-2,18, avec un intervalle de confiance de 95 %. Le taux de réponse pour l'enquête après la vague était de 43,6 % et la marge d'erreur était de +/- 2,19 %.

Tableau 3 : Nombre ciblé d'enquêtes remplies par province, par vague

Province/Région	Cible	Enquêtes remplies avant la vague	Enquêtes remplies après la vague
Provinces atlantiques	136	138	140
Québec	459	425	430
Ontario	775	814	778
Manitoba	68	79	69
Saskatchewan	68	50	63
Alberta	232	258	254
Colombie-Britannique	262	264	277
Total	2 000	2 028	2 011

Tableau 4 : Nombre de participants éliminés par vague

	Travaille dans un secteur non admissible	Ne réside pas au Canada	Genre – Je préfère ne pas le dire	Moins de 18 ans	Total
Avant la vague	270	8	54	30	362
Après la vague	341	8	46	34	429
Total	611	16	100	64	791

7. Biais de non-réponse

Le biais de non-réponse se produit lorsque les non-répondants diffèrent de manière significative des répondants et que cette différence a des répercussions sur les renseignements recueillis. Il est difficile d'évaluer la présence d'un biais de non-réponse puisque les renseignements sur les raisons pour lesquelles les non-répondants n'ont pas participé ne sont généralement pas disponibles. Cela dit, une façon de mesurer les répercussions potentielles du biais de non-réponse est d'évaluer si l'échantillon est représentatif en comparant les caractéristiques des répondants et de voir si elles reflètent les caractéristiques connues de la population. Dans la mesure du possible, nous pouvons vérifier la répartition des répondants entre diverses données démographiques (par exemple, l'âge et le sexe) et catégories géographiques et comparer ces répartitions aux caractéristiques connues de la population. Si la variation est assez faible et que nous n'avons aucune raison de croire que d'autres facteurs influencent la volonté des répondants de participer, nous pouvons conclure que la probabilité que le biais de non-réponse ait des répercussions sur les renseignements recueillis dans l'étude est minime. C'est le cas de l'étude actuelle.

Plusieurs stratégies ont été employées pour augmenter les taux de réponse et réduire les répercussions du biais de non-réponse. Cela comprend :

- le recrutement des répondants par téléphone, qui permet d'obtenir un taux de réponse plus élevé que les invitations par courrier électronique;
- la diffusion d'un numéro de téléphone local (plutôt qu'un numéro gratuit) et du nom du commanditaire de l'étude (« GovCanada »), qui augmente le taux de décrochage (ce qui réduit le filtrage des appels);
- la fixation systématique de la date et de l'heure du prochain appel en fonction du résultat de l'appel en cours, ce qui garantit que chaque répondant est appelé méthodiquement tous les jours de la semaine et à toutes les heures de la journée. En particulier pour les répondants qui sont difficiles à joindre, cela maximise la probabilité qu'ils soient disponibles;
- L'envoi d'un message texte aux recrues, qui assure une transition sans heurt entre l'enquête téléphonique et l'enquête en ligne, car la réception peut être confirmée en temps réel et encourage les répondants à remplir l'enquête dès la fin de l'appel;
- Informer le répondant potentiel du commanditaire de l'étude afin de renforcer sa crédibilité et de le rassurer sur le fait que l'appel n'est pas une arnaque;
- Proposer l'enquête dans les deux langues officielles afin de maximiser la facilité à la remplir.

8. Pondération

Au total, 4 039 enquêtes ont été remplies. La pondération de chaque ensemble de données (avant/après la vague) était basée sur 3 variables : l'âge, le sexe et la région. Une valeur de poids de 1 a été attribuée aux 26 personnes qui n'étaient ni de sexe masculin ni de sexe féminin. Les pondérations sont fondées sur les données de recensement les plus récentes de Statistique Canada qui sont accessibles au public, le recensement de 2016.

Tableau 5 : Pondérations de l'enquête avant la vague

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
ATL ,18-34, Hommes	10	16	1,591
ATL ,18-34, Femmes	10	16	1,601
ATL ,35-54, Hommes	23	22	0,960
ATL ,35-54, Femmes	36	24	0,657
ATL, 55+, Hommes	22	28	1,284
ATL, 55+, Femmes	37	32	0,858
QC, 18-34, Hommes	42	61	1,445
QC, 18-34, Femmes	45	60	1,339
QC, 35-54, Hommes	92	79	0,858
QC, 35-54, Femmes	100	79	0,789
QC, 55+, Hommes	80	91	1,132
QC, 55+, Femmes	64	103	1,611
ON, 18-34, Hommes	75	107	1,420
ON, 18-34, Femmes	35	106	3,031
ON, 35-54, Hommes	151	129	0,853
ON, 35-54, Femmes	199	138	0,692
ON, 55+, Hommes	154	137	0,889
ON, 55+, Femmes	193	157	0,813
MB/SK ,18-34, Hommes	16	20	1,236
MB/SK, 18-34, Femmes	7	19	2,758
MB/SK, 35-54 ,Hommes	28	22	0,771
MB/SK, 35-54 ,Femmes	24	22	0,911
MB/SK, 55+ ,Hommes	29	23	0,792
MB/SK, 55+ ,Femmes	22	26	1,172
AB, 18-34 ,Hommes	14	36	2,606
AB, 18-34 ,Femmes	17	36	2,089
AB, 35-54, Hommes	58	41	0,711
AB, 35-54, Femmes	62	41	0,656
AB, 55+, Hommes	46	35	0,756
AB, 55+, Femmes	60	37	0,621
BC, 18-34, Hommes	13	36	2,805
BC, 18-34, Femmes	11	36	3,269
BC, 35-54, Hommes	57	44	0,772
BC, 35-54, Femmes	62	47	0,757
BC, 55+, Hommes	61	52	0,852
BC, 55+, Femmes	58	58	0,997
Autre genre	15	15	1,000

Tableau 6 : Pondérations de l'enquête après la vague

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
ATL ,18-34 ,Hommes	11	16	1,426
ATL ,18-34, Femmes	15	16	1,052
ATL ,35-54, Hommes	26	22	0,837
ATL ,35-54, Femmes	33	23	0,706
ATL ,55+, Hommes	22	28	1,265
ATL ,55+, Femmes	32	31	0,978
QC ,18-34, Hommes	21	60	2,849
QC ,18-34, Femmes	23	59	2,581
QC ,35-54, Hommes	86	78	0,904
QC ,35-54, Femmes	113	78	0,688
QC ,55+, Hommes	90	89	0,991
QC ,55+, Femmes	96	102	1,058
ON ,18-34, Hommes	111	105	0,945
ON ,18-34, Femmes	86	105	1,216
ON ,35-54, Hommes	142	127	0,894
ON ,35-54, Femmes	166	136	0,818
ON ,55+, Hommes	122	135	1,106
ON ,55+, Femmes	133	155	1,162
MB/SK, 18-34 ,Hommes	9	19	2,165
MB/SK, 18-34 ,Femmes	6	19	3,171
MB/SK, 35-54, Hommes	39	21	0,546
MB/SK, 35-54, Femmes	32	22	0,674
MB/SK,55+ , Hommes	24	23	0,943
MB/SK, 55+, Femmes	21	25	1,210
AB., 18-34, Hommes	27	36	1,332
AB, 18-34, Femmes	27	35	1,296
AB, 35-54, Hommes	72	41	0,565
AB, 35-54, Femmes	46	40	0,871
AB, 55+, Hommes	31	34	1,105
AB, 55+, Femmes	50	37	0,734
BC, 18-34, Hommes	39	36	0,921
BC, 18-34, Femmes	22	35	1,611
BC, 35-54, Hommes	37	43	1,172
BC, 35-54, Femmes	73	46	0,633
BC, 55+, Hommes	42	51	1,219
BC, 55+, Femmes	59	57	0,966
Autre genre	27	27	1,000

9. Base de données et bannières

Chacune des bases de données des enquêtes avant et après la vague a été nettoyée afin de supprimer toute erreur et tous les identifiants uniques dans les profils des clients utilisés par Advanis pour la livraison et la gestion de la recherche. Toutes les réponses à l'enquête ont été mises en correspondance et compilées dans des tableaux de bannières.

De nouvelles variables ont été créées pour être incluses dans les tableaux des bannières. En utilisant les réponses aux questions de l'enquête, Advanis a créé des variables pour les sous-groupes suivants afin de faciliter une analyse plus approfondie :

Région	Atlantique, QC, ON, SK/MB, AB, BC
Genre	Homme, femme
Âge	18 à 34, 35 à 54, 55 et plus
Éducation	École secondaire ou moins, collège/école de métier, université
Revenu	Moins de \$40K, \$40K à \$100K, \$100K+
Language	Français, anglais, autre
Immigration	Né au Canada, né à l'extérieur du Canada
Situation familiale	Enfants à la maison, pas d'enfants à la maison
Urbain	Montréal, Vancouver, Toronto
Notoriété	Inconscient, conscient
Publicité (après l'enquête)	a vu la publicité, n'a pas vu la publicité

10. Annexes : Questionnaire

Questionnaire français : Avant la vague

Merci de prendre le temps de vous exprimer sur des questions importantes pour tous les Canadiens.

Votre contribution nous est précieuse, et l'enquête prendra moins de 5 minutes à compléter. Si vous êtes interrompu pendant le sondage, vous pouvez cliquer sur le même lien pour reprendre là où vous vous étiez arrêté.

Le gouvernement du Canada a contracté une société indépendante de recherche sur l'opinion publique, Advanis (<http://advanis.net>), pour mener la recherche en leur nom. Cette enquête utilise la méthodologie de collecte de données MaVilleÉcoute (<http://www.mavilleecoute.ca>) d'Advanis. Vos informations personnelles sont traitées avec les plus hauts standards de confidentialité par Advanis. Les réponses au sondage seront regroupées avec les réponses des autres participants et vos renseignements personnels ne seront utilisés qu'aux fins énoncées dans le sondage. Nous n'utiliserons pas ces informations à d'autres fins que celles conformes aux exigences et directives des études de marché. Cette enquête est enregistrée auprès du Service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20211222-AD900. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

© 2022 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

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

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Une firme de recherche en marketing
- 2 Un magazine ou un quotidien
- 3 Une agence de publicité ou de conception graphique
- 4 Un parti politique
- 5 Une station radiophonique ou de télévision
- 6 Une firme de relations publiques
- 7 Le gouvernement fédéral ou provincial
- 98 Aucune de ces organisations (Exclusive)

Montrer si QA 98/Aucune de ces organisations

QB À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus ?

- 1 Genre masculin
- 2 Genre féminin
- 3 Diverses identités de genre
- 99 Préfère ne pas le dire

QCa Quelle est votre année de naissance ?

Minimum : 1900, Maximum : 2021

- 8 Préfère ne pas répondre

QC Montrer si QCa -8/Préfère ne pas répondre

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?

- 1 Moins de 18 ans
- 2 18 à 24
- 3 25 à 34
- 4 35 à 44
- 5 45 à 54
- 6 55 à 64
- 7 65 et plus
- 8 Préfère ne pas le

QE Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?

- 1 Terre-Neuve et Labrador
- 2 Île-du-Prince-Édouard
- 3 Nouvelle-Écosse
- 4 Nouveau Brunswick
- 5 Québec
- 6 Ontario
- 7 Manitoba
- 8 Saskatchewan
- 9 Alberta
- 10 Colombie-Britannique
- 11 Yukon
- 12 Territoires du Nord-Ouest
- 13 Nunavut
- 99 Aucune de ces réponses

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

- 1 Oui
- 2 Non / Ne se souvient pas

Q2 Montrer si Q1 oui

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité ?

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Cinéma *
- 2 Facebook *
- 3 Site Internet *
- 4 Magazines *
- 5 Journal (quotidien) *
- 6 Journal (hebdomadaire ou communautaire) *
- 7 Panneaux d'affichage extérieurs *
- 8 Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste *
- 9 Transport public (autobus ou métro) *
- 10 Radio *
- 11 Télévision *

- 12 Twitter *
 - 13 YouTube *
 - 14 Instagram *
 - 15 Snapchat *
 - 16 Spotify *
 - 17 LinkedIn *
 - 19 TikTok *
 - 20 Email *
 - 77 Autres, veuillez préciser :
- Les niveaux marqués d'un * sont aléatoires

Q3 Montrer si Q1 oui

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ? Quels mots, sons ou images vous viennent à l'esprit ?

-9 Je ne me souviens pas

Q4 Montrer si Q1 oui

Comment avez-vous su qu'ils s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada ?

-9 Préfère ne pas répondre

T1A Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux ?

- 1 Oui
- 2 Non / Ne se souvient pas

T1B Montrer si T1A oui

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux ?

Sélectionner tout ce qui s'applique

- 1 Cinéma *
- 2 Facebook *
- 3 Site Internet *
- 4 Magazines *
- 5 Journal (quotidien) *
- 6 Journal (hebdomadaire ou communautaire) *
- 7 Panneaux d'affichage extérieurs *
- 8 Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste *
- 9 Transport public (autobus ou métro) *
- 10 Radio *
- 11 Télévision *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 20 Email *

18 Autres, veuillez préciser :
Les niveaux marqués d'un * sont aléatoires

T1C Show if T1A yes

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ? Quels mots, sons ou images vous viennent à l'esprit ?

-9 Je ne me souviens pas

T1D À votre connaissance, pouvez-vous nommer l'organisation ou la ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés ?

- 1 Non
- 2 Oui, veuillez préciser :

T1E Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral ?

- 1 Oui, j'en ai entendu parler
- 2 Non, je n'en ai pas entendu parler

T1F Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou des générations futures. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.

- 1 5 - Appuie totalement
- 2 4
- 3 3 - Ni pour, ni contre
- 4 2
- 5 1 - S'oppose totalement

T1G Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national cette année (en 2022) ?

- 1 Très probable
- 2 Assez probable
- 3 Pas probable

T1H Montrer si T1G probable

Quelle est l'importance des éléments suivants dans votre décision de visiter cette année ?

1. Je considère le parc/site comme un endroit sûr à visiter *
2. Je veux aider à soutenir les communautés et les entreprises locales *
3. Je considère le parc/site comme un endroit idéal pour renouer avec ma famille et mes amis *
4. Je veux visiter des endroits qui aident à améliorer mon bien-être mental *

Les niveaux marqués d'un * sont aléatoires

- 1 5 - Très important
- 2 4
- 3 3
- 4 2
- 5 1 - Pas important du tout

D1 Enfin, quelques questions à des fins statistiques seulement.

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

- 1 Travailleur/travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- 2 Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- 3 Travailleur/travailleuse autonome
- 4 Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- 5 Étudiant(e) à temps plein
- 6 Retraité(e)
- 7 À l'extérieur du marché du travail (personne au ménage à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- 77 Autre situation
- 99 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Huitième année ou moins
- 2 Quelques années d'études secondaires
- 3 Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- 4 Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- 5 Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- 6 Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- 7 Baccalauréat
- 8 Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- 99 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Oui
- 2 Non
- 99 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Moins de 20 000 \$
- 2 Entre 20 000 \$ et moins de 40 000 \$
- 3 Entre 40 000 \$ et moins de 60 000 \$
- 4 Entre 60 000 \$ et moins de 80 000 \$
- 5 Entre 80 000 \$ et moins de 100 000 \$
- 6 Entre 100 000 \$ et moins de 150 000 \$
- 7 150 000 \$ et plus
- 99 Préfère ne pas répondre

D5 Où êtes-vous né(e) ?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger (Précisez quel pays) :
- 99 Préfère ne pas répondre

D6 Montrer si D5est2

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

Minimum : 1901, Maximum : 2021

- 8 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Anglais
- 2 Français
- 77 Autre langue ; veuillez préciser :
- 99 Préfère ne pas répondre

Nous vous avons posé toutes nos questions. Nous espérons que vous avez trouvé ce sondage intéressant et nous vous remercions sincèrement pour votre temps.

Cette étude a été créée et financée par la firme de recherche sociale et marketing:
(<https://www.advanis.net/fr>)

en utilisant notre méthode de collecte de données: Ma Ville Écoute (<http://www.mavilleecoute.ca/>)

Si vous voulez voir les résultats d'autres études menées par Advanis par l'entremise de MaVilleÉcoute, veuillez visiter [mavilleecoute.ca/sondages](http://www.mavilleecoute.ca/sondages) (<http://www.mavilleecoute.ca/sondages.html>).

© 2022 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

Questionnaire français : Après la vague

Merci de prendre le temps de vous exprimer sur des questions importantes pour tous les Canadiens.

Votre contribution nous est précieuse, et l'enquête prendra moins de 5-10 minutes à compléter. Si vous êtes interrompu pendant le sondage, vous pouvez cliquer sur le même lien pour reprendre là où vous étiez arrêté.

Le gouvernement du Canada a contracté une société indépendante de recherche sur l'opinion publique, Advanis (<http://advanis.net>), pour mener la recherche en leur nom. Cette enquête utilise la méthodologie de collecte de données MaVilleÉcoute (<http://www.mavilleecoute.ca>) d'Advanis. Vos informations personnelles sont traitées avec les plus hauts standards de confidentialité par Advanis. Les réponses au sondage seront regroupées avec les réponses des autres participants et vos renseignements personnels ne seront utilisés qu'aux fins énoncées dans le sondage. Nous n'utiliserons pas ces informations à d'autres fins que celles conformes aux exigences et directives des études de marché. Cette enquête est enregistrée auprès du Service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20211222-AD900. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

© 2022 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

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

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Une firme de recherche en marketing

- 2 Un magazine ou un quotidien
- 3 Une agence de publicité ou de conception graphique
- 4 Un parti politique
- 5 Une station radiophonique ou de télévision
- 6 Une firme de relations publiques
- 7 Le gouvernement fédéral ou provincial
- 8 Aucune de ces organisations (Exclusif)

TA Montrer si QA 1 ou 7

QB À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus ?

- 1 Genre masculin
- 2 Genre féminin
- 3 Diverses identités de genre ou personne non binaire
- 99 Préfère ne pas le dire

QCa Quelle est votre année de naissance ?

Minimum : 1900, Maximum : 2022

- 8 Préfère ne pas le dire

QC Montrer si QCa -8/ Préfère ne pas le dire

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?

- 1 Moins de 18 ans
- 2 18 à 24
- 3 25 à 34
- 4 35 à 44
- 5 45 à 54
- 6 55 à 64
- 7 65 et plus
- 99 Préfère ne pas le dire

QE Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?

- 1 Terre-Neuve et Labrador
- 2 Île-du-Prince-Édouard
- 3 Nouvelle-Écosse
- 4 Nouveau Brunswick
- 5 Québec
- 6 Ontario
- 7 Manitoba
- 8 Saskatchewan
- 9 Alberta
- 10 Colombie-Britannique
- 11 Yukon
- 12 Territoires du Nord-Ouest
- 13 Nunavut
- 99 Aucune de ces réponses

Q1 Au cours des derniers mois avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada ?

- 1 Oui
- 2 Non / Je ne me souviens pas

Q2 Montrer si Q1 oui

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité ?

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Cinéma *
- 2 Facebook *
- 3 Site Internet *
- 4 Magazines *
- 5 Journal (quotidien) *
- 6 Journal (hebdomadaire ou communautaire) *
- 7 Panneaux d'affichage extérieurs *
- 8 Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste *
- 9 Transport public (autobus ou métro) *
- 10 Radio *
- 11 Télévision *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 19 TikTok *
- 20 Email *
- 77 Autres, veuillez préciser :

Les niveaux marqués d'un * sont aléatoires

Q3 Montrer si Q1 oui

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ? Quels mots, sons ou images vous viennent à l'esprit ?

- 9 Je ne m'en souviens pas

Q4 Montrer si Q1 oui

Comment avez-vous su qu'ils s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada ?

- 9 Préfère ne pas le dire

T1A Au cours des derniers mois, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet des parcs nationaux et des lieux historique nationaux ?

- 1 Oui
- 2 Non / Je ne me souviens pas

T1B Montrer si T1A oui

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des parcs nationaux et des lieux historique nationaux ?

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Cinéma *
- 2 Facebook *
- 3 Site Internet *
- 4 Magazines *
- 5 Journal (quotidien) *
- 6 Journal (hebdomadaire ou communautaire) *
- 7 Panneaux d'affichage extérieurs *
- 8 Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste *
- 9 Transport public (autobus ou métro) *
- 10 Radio *
- 11 Télévision *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 18 Autres, veuillez préciser :

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

T1C Montrer si T1A have seen heard read ad

De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ? Quels mots, sons ou images vous viennent à l'esprit ?

- 9 Je ne me souviens pas

T1D À votre connaissance, pouvez-vous nommer l'organisation ou le ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés ?

- 1 Non
- 2 Oui, veuillez préciser :

T1E Montrer si DoesNotKnowParksCanada

Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral ?

- 1 Oui, j'en ai entendu parler
- 2 Non, je n'en ai pas entendu parler

T1F Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux et les lieux historiques du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou des générations futures. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.

- 1 5 – Appuie totalement
- 2 4
- 3 3 – Ni pour, ni contre
- 4 2
- 5 1 – S'oppose totalement

T1G Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national cette année (en 2022)?

- 1 Très probable
- 2 Assez probable
- 3 Pas probable

T1H Montrer si T1G likely

Quelle est l'importance des éléments suivants dans votre décision de visiter cette année ?

1. Je considère le parc/site comme un endroit sûr à visiter *
2. Je veux aider à soutenir les communautés et les entreprises locales *
3. Je considère le parc/site comme un endroit idéal pour renouer avec ma famille et mes amis *
4. Je veux visiter des endroits qui aident à améliorer mon bien-être mental *

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

- 1 5 - Très important
- 2 4
- 3 3
- 4 2
- 5 1- Pas important du tout

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Veuillez les regarder puis cliquer ou taper sur la flèche « suivante » dans le coin en bas à droite pour continuer. Notez que la flèche « suivante » n'apparaîtra qu'après 15 secondes, vous laissant le temps de regarder la vidéo

Publicité de 15 secondes

Publicité de 60 secondes

T1I Au cours des derniers mois avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités ou des variations de celles-ci ?

- 1 Oui
- 2 Non

T1J Montrer si T1I oui

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

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Cinéma *
- 2 Facebook *
- 3 Site Internet *
- 4 Magazines *
- 5 Journal (quotidien) *
- 6 Journal (hebdomadaire ou communautaire) *
- 7 Panneaux d'affichage extérieurs *
- 8 Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste *
- 9 Transport public (autobus ou métro) *
- 10 Radio *
- 11 Télévision *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *

- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 18 Autres, veuillez préciser :

*Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

T1K Montrer si T1I oui

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

T1L Montrer si oui

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

- 1. Ces publicités attirent mon attention *
- 2. Ces publicités me concernent *
- 3. Ces publicités sont difficiles à suivre *
- 4. Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre *
- 5. Ces publicités traitent d'un sujet important *
- 6. Ces publicités fournissent de l'information nouvelle *
- 7. Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada invite les Canadiens à visiter les parcs nationaux et les sites historiques *

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

- 1 5 - Fortement en accord
- 2 4
- 3 3
- 4 2
- 5 1 - Fortement en désaccord

Enfin, quelques questions à des fins statistiques seulement.

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

- 1 Travailleur/travailleuse à temps complet (35 heures et plus par semaine)
- 2 Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)
- 3 Travailleur/travailleuse autonome
- 4 Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- 5 Étudiant(e) à temps plein
- 6 Retraité(e)
- 7 À l'extérieur du marché du travail (personne au ménage à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- 77 Autre situation
- 99 Préfère ne pas le dire

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

- 1 Huitième année ou moins
- 2 Quelques années d'études secondaires
- 3 Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- 4 Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- 5 Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- 6 Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- 7 Baccalauréat

- 8 Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
- 99 Préfère ne pas le dire

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

- 1 Oui
- 2 Non
- 99 Préfère ne pas le dire

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

- 1 Moins de 20 000 \$
- 2 Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- 3 Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- 4 Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- 5 Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- 6 Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- 7 150 000 \$ et plus
- 99 Préfère ne pas le dire

D5 Où êtes-vous né(e) ?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger (Précisez quel pays) :
- 99 Préfère ne pas le dire

D6 Montrer si D5 2

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

Minimum : 1901, Maximum : 2021

- 8 Préfère ne pas le dire

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

- 1 Anglais
- 2 Français
- 77 Autre langue ; veuillez préciser :
- 99 Préfère ne pas le dire

C1new Montrer si BC ON or QC

(si QE CB) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver ?**

(si QE ON) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto (GTA) ?**

(si QE QC) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal ?**

- 1 Oui
- 0 Non
- 8 Je préfère ne pas répondre

Nous vous avons posé toutes nos questions. Nous espérons que vous avez trouvé ce sondage intéressant et nous vous remercions sincèrement pour votre temps.

Cette étude a été créée et financée par la firme de recherche sociale et marketing :

(<https://www.advanis.net/fr>)

En utilisant notre méthode de collecte de données :
Ma Ville Écoute (<http://www.mavilleecoute.ca/>)

Si vous voulez voir les résultats d'autres études menées par Advanis par l'entremise de MaVilleÉcoute, veuillez visiter [mavilleecoute.ca/sondages](http://www.mavilleecoute.ca/sondages) (<http://www.mavilleecoute.ca/sondages.html>).

© 2022 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

Page d'aide

Si vous éprouvez du stress ou des difficultés émotionnelles en ce moment, il pourrait être utile de parler à quelqu'un.

J'ai un numéro sans frais que je pourrais vous donner si vous souhaitez parler à quelqu'un.

Canada : 1-800-784-2433 ou 1-800-273-TALK (1-800-273-8255)

États-Unis : 1-800-273-8255

Durée : Le questionnaire devrait prendre de 5 à 10 minutes à répondre.

Le lien sera accessible jusqu'au 27 juin 2022.

Où avons-nous obtenu leurs informations :

Nous rappelons les personnes qui ont accepté de participer à de futures recherches lors d'une autre enquête récente d'Advanis ou de MaVilleÉcoute

Légitimité :

Ne fournir que s'ils demandent fortement un contact avec le client : Parks Canada Brenda Jones : brenda.jones@canada.ca

CRIC : Advanis est un membre enregistré du Conseil canadien d'information sur la recherche. Ce sondage est administré conformément aux exigences de la Loi sur la protection des renseignements personnels et est enregistré auprès du Service de vérification de la recherche du Conseil canadien d'information sur la recherche (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20211222-AD900. Advanis respecte l'engagement du CRIC. Celle-ci est accessible sur : <https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>

English Survey: Pre-wave

Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français.

This survey is voluntary but your input is valuable to us, and the survey will take about 5 minutes to complete. If you get interrupted while doing the survey, you can click on the same link to pick up right where you left off.

The Government of Canada has contracted an independent public opinion research company, Advanis (<http://advanis.net>), to conduct the research on their behalf. This survey uses Advanis' TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your personal information is treated with the highest standards of confidentiality by Advanis. Survey answers will be grouped with other participant responses, and your personal information will only be used for the purposes stated in the survey. We will not use this information for any purposes other than those consistent with market research requirements and guidelines.

This survey is registered with the Canadian Research Insights Council's (CRIC) Research Verification Service. The project verification number is: 20211222-AD900. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) to verify the legitimacy of this survey.

© 2022 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

Page Screeners

QA Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

Select all that apply

- 1 A marketing research firm
- 2 A magazine or newspaper
- 3 An advertising agency or graphic design firm
- 4 A political party
- 5 A radio or television station
- 6 A public relations company
- 7 Federal or provincial government
- 98 None of these organizations (Exclusive)

Show if QA 98/None of these organizations

QB With which gender category do you most identify?

- 1 Male gender
- 2 Female gender
- 3 Gender diverse or non-binary
- 99 Prefer not to say

QCa In what year were you born?

Minimum: 1900, Maximum: 2021

- 8 Prefer not to say

Show if QCa -8/Prefer not to say

QC In which of the following age categories do you belong?

- 1 Less than 18 years old
- 2 18 to 24
- 3 25 to 34
- 4 35 to 44
- 5 45 to 54
- 6 55 to 64
- 7 65 or older
- 8 Prefer not to say

QE In which province or territory do you live?

- 1 Newfoundland and Labrador
- 2 Prince Edward Island
- 3 Nova Scotia
- 4 New Brunswick
- 5 Quebec
- 6 Ontario
- 7 Manitoba
- 8 Saskatchewan
- 9 Alberta
- 10 British Columbia
- 11 Yukon
- 12 Northwest Territories
- 13 Nunavut
- 99 None of the above

Q1 Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from the Government of Canada?

- 1 Yes
- 2 No / Do not remember

Q2 Show if Q1 yes

Think about the most recent ad from the Government of Canada that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad?

Select all that apply

- 1 Cinema *
- 2 Facebook *
- 3 Internet website *
- 4 Magazines *
- 5 Newspaper (daily) *
- 6 Newspaper (weekly or community) *
- 7 Outdoor billboard *
- 8 Pamphlet or brochure in the mail *
- 9 Public transit (bus or subway) *

- 10 Radio *
- 11 Television *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 19 TikTok *
- 20 Email *
- 77 Other, specify:

Levels marked with * are randomized

Q3 Show if Q1 yes

What do you remember about this advertising? What words, sounds or images come to mind?

Please do not enter personally identifying information (e.g., name, email address, phone number, mailing address), as anything you enter may be shared with the sponsor of this research.

- 9 I do not remember

Q4 Show if Q1 yes

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Please do not enter personally identifying information (e.g., name, email address, phone number, mailing address), as anything you enter may be shared with the sponsor of this research.

- 9 Prefer not to say

T1A Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about national parks and national historic sites?

- 1 Yes
- 2 No / Do not remember

T1B Show if T1A yes

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

- 1 Cinema *
- 2 Facebook *
- 3 Internet website *
- 4 Magazines *
- 5 Newspaper (daily) *
- 6 Newspaper (weekly or community) *
- 7 Outdoor billboard *
- 8 Pamphlet or brochure in the mail *
- 9 Public transit (bus or subway) *
- 10 Radio *
- 11 Television *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *

- 14 Instagram *
 - 15 Snapchat *
 - 16 Spotify *
 - 17 LinkedIn *
 - 20 Email *
 - 18 Other, specify:
- Levels marked with * are randomized

T1C Show if T1A yes

What do you remember about this advertising? What words, sounds or images come to mind? Please do not enter personally identifying information (e.g., name, email address, phone number, mailing address), as anything you enter may be shared with the sponsor of this research.

-9 I do not remember

T1D Off the top of your head, can you name the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

- 1 No
- 2 Yes, specify:

T1E Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?

- 1 Yes, I have heard of it
- 2 No, I have not heard of it

T1F Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks and national historic sites, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations. How much do you oppose or support this mandate?

- 1 5 - Completely support
- 2 4
- 3 3 - Neither support nor oppose
- 4 2
- 5 1 - Completely oppose

T1G How likely are you to visit a national park or national historic site this year (in 2022)?

- 1 Very Likely
- 2 Somewhat likely
- 3 Not likely

T1H Show if T1G likely

How important are the following in your decision to visit this year?

- 1. I consider the park/site a safe place to visit *
- 2. I want to help support local communities and businesses *
- 3. I consider the park/site a great place to reconnect with my family and friends *
- 4. I want to visit places that help boost my mental wellbeing *

Levels marked with * are randomized

- 1 5 - Very important
- 2 4
- 3 3

- 4 2
- 5 1 - Not at all important

Finally, a few questions for statistical purposes only.

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

- 1 Working full-time (30 or more hours per week)
- 2 Working part-time (less than 30 hours per week)
- 3 Self-employed
- 4 Unemployed, but looking for work
- 5 A student attending school full-time
- 6 Retired
- 7 Not in the workforce (Full-time homemaker, unemployed but not looking for work)
- 77 Other employment status
- 99 Prefer not to say

D2 What is the highest level of formal education that you have completed?

- 1 Grade 8 or less
- 2 Some high school
- 3 High school diploma or equivalent
- 4 Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- 5 College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 University certificate or diploma below bachelor's level
- 7 Bachelor's degree
- 8 Post graduate degree above bachelor's level
- 99 Prefer not to say

D3 Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- 1 Yes
- 2 No
- 99 Prefer not to say

D4 Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

- 1 Under \$20,000
- 2 Between \$20,000 to just under \$40,000
- 3 Between \$40,000 to just under \$60,000
- 4 Between \$60,000 to just under \$80,000
- 5 Between \$80,000 to just under \$100,000
- 6 Between \$100,000 to just under \$150,000
- 7 \$150,000 and above
- 99 Prefer not to say

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada (Specify the country):
- 99 Prefer not to say

D6 Show if D5 born outside CAN

In what year did you first move to Canada?

Minimum: 1901, Maximum: 2021

-8 Prefer not to say

D7 What is the language you first learned at home as a child and still understand?

1 English

2 French

77 Other (specify):

99 Prefer not to say

That concludes the survey. Those are all the questions we have for you today. This research study is being conducted on behalf of Parks Canada. We thank you very much for taking the time to participate, it is greatly appreciated.

This study was hosted by market and social research firm: (<http://www.advanis.ca>) using our data collection method: (<http://tellcityhall.ca/>)

If you'd like to see results from other studies conducted by Advanis via TellCityHall, please visit [tellcityhall.ca/surveys](http://www.tellcityhall.ca/surveys) (<http://www.tellcityhall.ca/surveys.html>).

© 2022 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

English Survey: Post-wave

Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français.

This survey is voluntary but your input is valuable to us, and the survey will take about 5-10 minutes to complete. If you get interrupted while doing the survey, you can click on the same link to pick up right where you left off.

The Government of Canada has contracted an independent public opinion research company, Advanis (<http://advanis.net>), to conduct the research on their behalf. This survey uses Advanis' TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your personal information is treated with the highest standards of confidentiality by Advanis. Survey answers will be grouped with other participant responses, and your personal information will only be used for the purposes stated in the survey. We will not use this information for any purposes other than those consistent with market research requirements and guidelines.

This survey is registered with the Canadian Research Insights Council's (CRIC) Research Verification Service. The project verification number is: 20211222-AD900. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) to verify the legitimacy of this survey.

© 2022 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

Page Screeners

QA Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

Select all that apply

- 1 A marketing research firm
- 2 A magazine or newspaper
- 3 An advertising agency or graphic design firm
- 4 A political party
- 5 A radio or television station
- 6 A public relations company
- 7 Federal or provincial government
- 8 None of these organizations (Exclusive)

TA Show if QA works in mkg or gvt

QB With which gender category do you most identify?

- 1 Male gender
- 2 Female gender
- 3 Gender diverse or non-binary
- 99 Prefer not to say

QCa In what year were you born?

Minimum: 1900, Maximum: 2022

- 8 Prefer not to say

QC Show if QCa -8/Prefer not to say

In which of the following age categories do you belong?

- 1 Less than 18 years old
- 2 18 to 24
- 3 25 to 34
- 4 35 to 44
- 5 45 to 54
- 6 55 to 64
- 7 65 or older
- 99 Prefer not to say

QE In which province or territory do you live?

- 1 Newfoundland and Labrador
- 2 Prince Edward Island
- 3 Nova Scotia
- 4 New Brunswick
- 5 Quebec
- 6 Ontario

- 7 Manitoba
- 8 Saskatchewan
- 9 Alberta
- 10 British Columbia
- 11 Yukon
- 12 Northwest Territories
- 13 Nunavut
- 99 None of the above

Q1 Over the past few months, have you seen, heard or read any advertising from the Government of Canada?

- 1 Yes
- 2 No / Do not remember

Q2 Show if Q1 have seen heard read ad

Think about the most recent ad from the Government of Canada that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad?

Select all that apply

- 1 Cinema *
- 2 Facebook *
- 3 Internet website *
- 4 Magazines *
- 5 Newspaper (daily) *
- 6 Newspaper (weekly or community) *
- 7 Outdoor billboard *
- 8 Pamphlet or brochure in the mail *
- 9 Public transit (bus or subway) *
- 10 Radio *
- 11 Television *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 19 TikTok *
- 20 Email *
- 77 Other, specify :

Levels marked with * are randomized

Q3 Show if Q1 have seen heard read ad

What do you remember about this advertising? What words, sounds or images come to mind?

- 9 I do not remember

Q4 Show if Q1 have seen heard read ad

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

- 9 Prefer not to say

T1A Over the past few months, have you seen, read or heard any Government of Canada advertising about national parks and national historic sites?

- 1 Yes
- 2 No / Do not remember

T1B Show if T1A have seen heard read ad

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

- 1 Cinema *
- 2 Facebook *
- 3 Internet website *
- 4 Magazines *
- 5 Newspaper (daily) *
- 6 Newspaper (weekly or community) *
- 7 Outdoor billboard *
- 8 Pamphlet or brochure in the mail *
- 9 Public transit (bus or subway) *
- 10 Radio *
- 11 Television *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 20 Email *
- 18 Other, specify :

Levels marked with * are randomized

T1C Show if T1A have seen heard read ad

What do you remember about this advertising? What words, sounds or images come to mind?

- 9 I don't remember

T1D Off the top of your head, can you name the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

- 1 No
- 2 Yes, specify:

T1E Show if DoesNotKnowParksCanada

Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?

- 1 Yes, I have heard of it
- 2 No, I have not heard of it

T1F Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks and national historic sites, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations. How much do you oppose or support this mandate?

- 1 5 - Completely support
- 2 4
- 3 3 - Neither support nor oppose
- 4 2
- 5 1 - Completely oppose

T1G How likely are you to visit a national park or national historic site this year (in 2022)?

- 1 Very Likely
- 2 Somewhat likely
- 3 Not likely

T1H Show if T1G likely

How important are the following in your decision to visit this year?

- 1. I consider the park/site a safe place to visit *
- 2. I want to help support local communities and businesses *
- 3. I consider the park/site a great place to reconnect with my family and friends *
- 4. I want to visit places that help boost my mental wellbeing *

Levels marked with * are randomized

- 1 5 - Very important
- 2 4
- 3 3
- 4 2
- 5 1 - Not at all important

Here are some ads that have recently been broadcast on various media. Please watch them and click or tap on the next arrow in the bottom right hand corner to continue. Please note that the next arrow will not appear until 15 seconds has passed, giving you time to watch the video.

15-second ad

60-second ad

T1I Over the past few months, have you seen, read or heard these ads or any variations of these ads?

- 1 Yes
- 2 No

T1J Show if T1I have seen read heard ad

Where have you seen, read or heard these ads?

Select all that apply

- 1 Cinema *
- 2 Facebook *
- 3 Internet website *
- 4 Magazines *
- 5 Newspaper (daily) *

- 6 Newspaper (weekly or community) *
- 7 Outdoor billboard *
- 8 Pamphlet or brochure in the mail *
- 9 Public transit (bus or subway) *
- 10 Radio *
- 11 Television *
- 12 Twitter *
- 13 YouTube *
- 14 Instagram *
- 15 Snapchat *
- 16 Spotify *
- 17 LinkedIn *
- 18 Other, specify :

Levels marked with * are randomized

T1K Show if T1I have seen read heard ad

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

T1L Show if T1I have seen read heard ad

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

- 1. **These ads catch my attention ***
- 2. **These ads are relevant to me ***
- 3. **These ads are difficult to follow ***
- 4. **These ads do not favour one political party over another ***
- 5. **These ads talk about an important topic ***
- 6. **These ads provide new information ***
- 7. **These ads clearly convey that the Government of Canada is inviting Canadians to visit national parks and historic sites ***

Levels marked with * are randomized

- 1 5 - Strongly agree
- 2 4
- 3 3
- 4 2
- 5 1 - Strongly disagree

Finally, a few questions for statistical purposes only.

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

- 1 Working full-time (35 or more hours per week)
- 2 Working part-time (less than 35 hours per week)
- 3 Self-employed
- 4 Unemployed, but looking for work
- 5 A student attending school full-time
- 6 Retired
- 7 Not in the workforce (Full-time homemaker, unemployed but not looking for work)
- 77 Other employment status
- 99 Prefer not to say

D2 What is the highest level of formal education that you have completed?

- 1 Grade 8 or less
- 2 Some high school
- 3 High school diploma or equivalent
- 4 Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- 5 College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 University certificate or diploma below bachelor's level
- 7 Bachelor's degree
- 8 Post graduate degree above bachelor's level
- 99 Prefer not to say

D3 Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- 1 Yes
- 2 No
- 99 Prefer not to say

D4 Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

- 1 Under \$20,000
- 2 Between \$20,000 to just under \$40,000
- 3 Between \$40,000 to just under \$60,000
- 4 Between \$60,000 to just under \$80,000
- 5 Between \$80,000 to just under \$100,000
- 6 Between \$100,000 to just under \$150,000
- 7 \$150,000 and above
- 99 Prefer not to say

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada (Specify the country):
- 99 Prefer not to say

D6 Show if D5 outside of Canada

In what year did you first move to Canada?

Minimum: 1901, Maximum: 2021

- 8 Prefer not to say

D7 What is the language you first learned at home as a child and still understand?

- 1 English
- 2 French
- 77 Other (specify):
- 99 Prefer not to say

C1new Show if BC ON or QC

(if QE BC) Do you live in the Vancouver metropolitan area?

(if QE ON) Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?

(if QE QC) Do you live in the Montreal metropolitan area?

- 1 Yes
- 0 No
- 8 I prefer not to answer

That concludes the survey. Those are all the questions we have for you today. This research study is being conducted on behalf of Parks Canada. We thank you very much for taking the time to participate, it is greatly appreciated.

This study was hosted by market and social research firm: (<http://www.advanis.ca>) using our data collection method: (<http://tellcityhall.ca/>)

If you'd like to see results from other studies conducted by Advanis via TellCityHall, please visit [tellcityhall.ca/surveys](http://www.tellcityhall.ca/surveys) (<http://www.tellcityhall.ca/surveys.html>).

© 2022 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

Help Page

If you are having some stress/emotional difficulties at this time, it might help to talk to someone. I have a toll free number I could give you if you were interested in talking to someone.

Canada: 1-800-784-2433 or 1-800-273-TALK (1-800-273-8255)
US: 1-800-273-8255

Time: The survey will take about 5-10 minutes to complete.
The survey will be open until June 27, 2022.

Where did we get their information:

People who have agreed to participate in future research from another recent Advanis or TellCityHall survey

Legitimacy:

Only provide if they strongly request client contact: Parks Canada Brenda Jones: brenda.jones@canada.ca
CRIC: Advanis is a registered member of the Canadian Research Insights Council. This survey is being administered according to the requirements of the Privacy Act and is registered with the Canadian