



Parcs
Canada

Parks
Canada

Enquête de suivi de Parcs Canada 2021-22

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : 5P004-200671-001-CY

Valeur du contrat : 60 246,92 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 31 mars 2021

Date de livraison : 23 mars 2022

N° d'inscription : POR 135-20

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 

Enquête de suivi de Parcs Canada 2021-22

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

Mars 2022

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne/téléphonique mené par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Au total, cette recherche a été menée auprès de 9 074 adultes canadiens entre le 1^{er} juin 2021, et le 15 mars 2022.

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 ou à :

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

Numéro de catalogue :

R62-557/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-41813-1

This report is also available in English under the title: Parks Canada Awareness Tracking Study 2021-22

Numéro de catalogue :

R62-557/2022E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-41812-4

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Environnement et du Changement climatique et le ministre responsable de Parcs Canada, 2021

Table de matières

1.0 RÉSUMÉ	4
2.0 MÉTHODOLOGIE.....	5
3.0 PLAN D'ÉCHANTILLONNAGE ET COLLECTE DE DONNÉES	6
4.0 PONDÉRATION	8
5.0 CONTRÔLE DE LA QUALITÉ	8
6.0 NETTOYAGE DES DONNÉES ET LIGNES DIRECTRICES POUR L'ANALYSE ET LA DIFFUSION.....	11
ANNEXES	12

1.0 Résumé

1.1 Contexte et objectifs

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.

L'Agence Parcs Canada entreprend des études de suivi pour comprendre le succès à court terme de ses efforts proactifs sur la sensibilisation et la compréhension des Canadiens au sujet de l'Agence, et pour mesurer les indicateurs de rendement. Les sondages de suivi sont menés sur une base trimestrielle depuis septembre 2010 à l'aide d'une série de questions standard, sauf en cas d'interruption (p. ex. lors des élections fédérales).

Le *Sondage de suivi de la notoriété de Parcs Canada 2021-2022* visait à recueillir les connaissances et la sensibilisation générale de la population canadienne adulte à l'égard de l'Agence, l'efficacité de ses efforts de communication et les questions interfonctionnelles essentielles pour aider à éclairer les programmes et les services.

L'étude basée sur les probabilités a été menée en quatre vagues, en anglais et en français, selon une approche en deux étapes où les répondants ont été recrutés par téléphone pour participer à un sondage en ligne sur le Web. Au total, 9 074 personnes ont répondu au sondage entre le 1^{er} juin 2021 et le 15 mars 2022. Les données ont été pondérées en fonction de la région géographique, du sexe et de l'âge à l'aide des données du recensement de la population canadienne de 2016.

Le coût total de cette recherche s'est élevé à 60 246,92 \$ (taxes comprises).

1.2 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.

2.0 Méthodologie

Ce sondage de suivi avait pour but d'aider à comprendre le succès à court terme des efforts proactifs de Parcs Canada en vue d'accroître la sensibilisation et la compréhension des Canadiens à l'égard de l'Agence. Son objectif était également de mesurer les indicateurs de rendement ministériels et d'autres indicateurs de rendement opérationnel pertinents.

Ce sondage a été réalisé en quatre vagues distinctes. La première vague a été menée en juin 2021, la deuxième en octobre et novembre 2021, la troisième en décembre 2021 et la quatrième en février et mars 2022. La deuxième vague devait initialement avoir lieu en septembre 2021, mais a été reportée en raison d'une élection fédérale et de l'obligation pour les ministères de suspendre les recherches sur l'opinion publique pendant une période déterminée autour d'une élection.

Pour chaque vague, Parcs Canada a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

Advanis a utilisé son propre échantillon aléatoire de la population générale en utilisant une méthodologie de RVI sur le Web et d'ETAO sur le Web pour communiquer avec les répondants potentiels. Il s'agit d'utiliser notre système exclusif de réponse vocale interactif (RVI) et notre centre d'appels d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur (ETAO) interne pour effectuer une composition aléatoire (CA) afin de recruter des répondants qui feront partie de l'échantillon aléatoire de la population générale. Cette méthode est basée sur la probabilité, c'est-à-dire que

chaque recrue a une chance égale et connue d'être invitée à participer. Il est ainsi possible de calculer la marge d'erreur.

Advanis a ensuite utilisé une approche en deux étapes : les personnes faisant partie de notre échantillon aléatoire de la population générale ont été recrutées par téléphone pour participer à un sondage en ligne sur Internet.

Au cours des ETAO, Advanis a demandé la permission de communiquer le lien du sondage aux téléphones cellulaires des répondants par message texte. Contrairement aux invitations par courriel, les invitations par message texte ont l'avantage d'éviter les problèmes liés aux adresses électroniques incorrectes et au filtrage antipourriel. Si le répondant recruté n'avait pas de téléphone intelligent ou d'adresse électronique préférée, les liens du sondage étaient envoyés par courriel. Sur l'ensemble des quatre vagues du sondage, parmi les répondants qui ont rempli le questionnaire d'ETAO, 96,2 % ont été invités par message texte et 3,8 % par courriel. Parmi les personnes recrutées par message texte pour le sondage en ligne, 45,4 % ont répondu au sondage. Parmi ceux qui ont reçu une invitation par courriel, le taux de réponse au sondage en ligne a été de 37,0 %. Des rappels d'invitation ont été envoyés trois jours et six jours après l'invitation initiale.

Pour les répondants au sondage en ligne, la durée moyenne du sondage était d'un peu en dessous de 5 minutes (4,8 minutes).

Le site *Sondage de suivi de la notoriété de Parcs Canada 2021-2022* a été conçu par Parcs Canada. Différentes versions de la question Q8 ont été présentées aux répondants au cours des différentes vagues. Les répondants de la première vague ont été interrogés sur leur utilisation des ressources en ligne lors de la planification d'un voyage, les répondants de la deuxième vague ont été interrogés sur l'attrait de différentes activités de sensibilisation et les répondants des troisième et quatrième vagues ont été interrogés sur leur intérêt pour différentes activités historiques et culturelles.

Les normes du gouvernement du Canada en matière d'essais préliminaires ont été respectées, et les essais préliminaires ont été effectués en anglais et en français. L'essai préliminaire a été réalisé le 1^{er} juin 2021. Dans le cadre de celui-ci, nous avons recruté 112 personnes par téléphone en anglais et en français. Cela a permis de réaliser 33 sondages en ligne (16 en français et 17 en anglais). La validation des données a eu lieu dans la matinée du 2 juin. Aucune modification n'a été apportée au sondage à la suite de l'essai préliminaire.

3.0 Plan d'échantillonnage et collecte de données

Ce projet visait les Canadiens de toutes les provinces âgés de 18 ans et plus. Le Nord a été exclu. Advanis a utilisé son propre échantillon aléatoire de population générale pour communiquer avec

les répondants potentiels. L'échantillon pour chaque vague du sondage devait permettre d'analyser les résultats selon les critères suivants :

- Urbanité : Trois régions métropolitaines de recensement : Montréal, Toronto et Vancouver.
- Vie de famille : Ménages avec et sans enfants.
- Groupes d'âge : Jeunes adultes (18 à 34 ans) et adultes (35 ans et plus).
- Statut d'immigration : Né au Canada et né à l'extérieur du Canada.

Première vague

Pour la première vague de l'étude, la collecte des données a été réalisée du 1^{er} au 27 juin 2021. Au total, 7 306 appels téléphoniques ont été effectués entre le 1^{er} et le 15 juin, et 4 785 personnes ont été recrutées pour participer au sondage, ce qui représente un taux de réponse de 65,5 % parmi les personnes recrutées. Les recrues avaient jusqu'au 27 juin pour répondre au sondage en ligne.

Sur les 4 785 participants invités à participer à la première vague de l'enquête, 2 190 ont rempli le questionnaire complet en ligne, soit un taux de réponse de 45,8 % parmi les personnes recrutées. La marge d'erreur pour cette étude était de +/-2,1 %, à un intervalle de confiance de 95 % (c.-à-d. 19 fois sur 20).

Deuxième vague

Pour la deuxième vague de l'étude, la collecte des données a été réalisée du 28 octobre au 14 novembre 2021. Au total, 9 846 appels téléphoniques ont été effectués entre le 28 octobre et le 5 novembre, et 5 985 personnes ont été recrutées pour participer au sondage, ce qui représente un taux de réponse de 60,8 % parmi les personnes recrutées. Les recrues avaient jusqu'au 14 novembre pour répondre au sondage en ligne.

Sur les 5 985 participants invités à participer à la deuxième vague de l'enquête, 2 499 ont rempli le questionnaire complet en ligne, soit un taux de réponse de 41,8 % parmi les personnes recrutées. La marge d'erreur pour cette étude était de +/-2,0 %, à un intervalle de confiance de 95 % (c.-à-d. 19 fois sur 20).

Troisième vague

Pour la troisième vague de l'étude, la collecte des données a été réalisée du 1^{er} au 28 décembre 2021. Au total, 7 569 appels téléphoniques ont été effectués entre le 1^{er} et le 8 décembre, et 4 903 personnes ont été recrutées pour participer au sondage, ce qui représente un taux de réponse de 64,8 % parmi les personnes recrutées. Les recrues avaient jusqu'au 28 décembre pour répondre au sondage en ligne.

Sur les 4 903 participants invités à participer à la troisième vague de l'enquête, 2 288 ont rempli le questionnaire complet en ligne, soit un taux de réponse de 46,7 % parmi les personnes

recrutées. La marge d'erreur pour cette étude était de +/-2,1 %, à un intervalle de confiance de 95 % (c.-à-d. 19 fois sur 20).

Quatrième vague

Pour la quatrième vague de l'étude, la collecte des données a été réalisée du 17 février au 15 mars 2022. Au total, 6 979 appels téléphoniques ont été effectués entre le 17 février et le 3 mars, et 4 248 personnes ont été recrutées pour participer au sondage, ce qui représente un taux de réponse de 60,9 % parmi les personnes recrutées. Les recrues avaient jusqu'au 15 mars pour répondre au sondage en ligne.

Sur les 4 248 participants invités à participer à la quatrième vague de l'enquête, 2 097 ont rempli le questionnaire complet en ligne, soit un taux de réponse de 49,4 % parmi les personnes recrutées. La marge d'erreur pour cette étude était de +/-2,1 %, à un intervalle de confiance de 95 % (c.-à-d. 19 fois sur 20).

Au total, 31 700 appels téléphoniques ont été effectués pendant l'étude à quatre vagues et 19 921 personnes ont été recrutées pour le sondage. Sur ces 19 921 personnes, 9 074 ont répondu au sondage en ligne.

4.0 Pondération

Les données ont été pondérées en fonction de l'âge des répondants, de leur sexe et de leur région à l'aide du Recensement de la population du Canada de 2016. Voici les six régions utilisées pour la pondération : Canada atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan (c.-à-d. les Prairies), Alberta et Colombie-Britannique. Le Nord a été exclu. Les valeurs attribuées aux différentes classes pondérales se trouvent à l'annexe A.

5.0 Contrôle de la qualité

5.1 – Contrôle de la qualité dans les programmes de sondage

Advanis utilise la technologie pour maximiser le contrôle de la qualité dans les programmes de sondage. Ayant mis au point un moteur de sondage exclusif, les professionnels d'Advanis sont capables de concevoir et de programmer un sondage dans un environnement de type navigateur, éliminant ainsi le besoin de recourir à un programmeur moins familier avec le sujet du sondage. Les étapes suivies pour garantir la qualité du sondage sont présentées ci-dessous.

- Le sondage a été soigneusement soumis à un essai préliminaire par les membres de l'équipe de projet d'Advanis, ainsi que par des personnes n'appartenant pas à l'équipe (car elles voient les choses avec un « regard neuf »).

- Le sondage en ligne a été mis à l'essai par des représentants de Parcs Canada (et leurs testeurs désignés). Cela a permis à Parcs Canada de s'assurer que les instructions « passez à » et les questions du sondage étaient correctement programmées.

5.2 – Méthodologie de l'ETAO et contrôle de la qualité

Le script de recrutement pour l'ETAO a été programmé sur la plateforme d'ETAO exclusive d'Advanis sans problème imprévu. Advanis a pu mettre à profit son expérience pour la programmation du sondage et le processus de rappel afin d'atteindre des normes de qualité élevées.

Pour assurer une collecte de données de la plus haute qualité, Advanis a mis en œuvre les mesures suivantes :

- Les intervieweurs ont été formés pour comprendre au mieux les objectifs de l'étude et pour qu'ils soient capables de prononcer et de comprendre la formulation du sondage.
- Des relevés d'appels détaillés ont été conservés dans le système automatisé de l'ETAO, et ils ont fait l'objet d'un suivi pour l'analyse de la productivité (c.-à-d. qu'ils ne sont pas sujets à l'erreur humaine).
- Les scripts de sélection contenaient une description de l'importance de la recherche et de l'importance de la participation des répondants, qui a servi à motiver les répondants.
- Les scripts de recrutement ont fait l'objet d'essais préliminaires pour assurer le meilleur flux possible.
- La durée moyenne d'emploi de nos intervieweurs est très élevée par rapport aux normes du secteur, ce qui donne une équipe d'intervieweurs plus expérimentés et mieux informés sur le public cible.
- L'équipe de l'assurance de la qualité d'Advanis a écouté les enregistrements réels de dix pour cent des sondages remplis et a comparé les réponses à celles saisies par l'intervieweur afin de s'assurer que les réponses étaient correctement enregistrées. Ce travail s'ajoute à la surveillance en direct effectuée par les superviseurs sur le terrain.
- Les superviseurs d'équipe procèdent régulièrement à des évaluations plus officielles de chaque intervieweur, en plus de la surveillance de chaque intervieweur au sein de leur équipe qui a lieu chaque soir.

Afin de garantir la qualité élevée des entrevues, nos intervieweurs sont formés afin d'être capables d'utiliser diverses techniques d'entrevue. Outre l'attitude professionnelle qu'ils doivent toujours avoir, nos intervieweurs doivent être convaincants, lire textuellement, prendre des notes, approfondir les questions semi-ouvertes et ouvertes, confirmer systématiquement l'information donnée et écouter le répondant.

5.3 – Méthodologie du Web et contrôle de la qualité

Tous les sondages d'Advanis sur le Web sont hébergés à l'interne par Advanis, et nous employons un ensemble rigoureux de mécanismes de contrôle de la collecte des données afin de garantir la plus haute qualité des données recueillies, et notamment :

- Les répondants disposent d'un code d'accès unique pour garantir que seul le participant peut répondre au sondage en ligne.
- Des vérifications logiques internes approfondies sont programmées directement dans le sondage pour garantir des réponses logiques.
- Les sondages sur le Web sont mis en œuvre à l'aide du logiciel exclusif d'Advanis (qui est conçu pour traiter des formats de sondages complexes).
- Advanis a procédé à une mise à l'essai interne détaillée et à un essai préliminaire externe pour s'assurer que l'instrument de sondage fonctionne comme prévu.
- Nous avons mis à l'essai le questionnaire dans plusieurs navigateurs et fourni un lien à Parcs Canada afin qu'il puisse effectuer des mises à l'essai internes.
- Les répondants ont la possibilité d'utiliser d'autres moyens de répondre à nos enquêtes afin d'en assurer l'accessibilité et l'inclusion. Nous n'avons pas reçu une telle demande pour le *Sondage de suivi de la notoriété de Parcs Canada 2021-2022*.

5.4 – Contrôle de la qualité dans le traitement des données et la production de rapports

Pour toutes les données collectées, Advanis élabore des règles permettant de vérifier la validité des données. Ces règles comprennent des éléments comme :

- Le temps nécessaire pour répondre au sondage
- La vérification des passages mot pour mot qui sont du charabia ou qui n'ont pas de sens
- Et, bien sûr, des contrôles rigoureux sont effectués pour s'assurer que les données sont exactes et exemptes d'erreurs selon la logique du questionnaire (instructions « passez à »).

Le personnel d'Advanis utilise le logiciel SPSS Statistics depuis plus de 20 ans et est très compétent à cet égard. Tous les nettoyages de données effectués dans le cadre de projets sont décrits dans des fichiers de syntaxe, et des fichiers de données intermédiaires sont enregistrés tout au long du processus. Ce procédé garantit que le fichier de données brutes original n'est jamais écrasé et que si une erreur est découverte dans notre code, nous pouvons rapidement et facilement refaire la syntaxe pour produire un nouveau fichier de données. Les personnes qui établissent le code incorporent des vérifications internes dans leur code (p. ex. des tableaux croisés) pour s'assurer que la syntaxe a eu l'effet souhaité. En outre, toute la syntaxe est examinée par un autre membre de l'équipe ou un spécialiste technique pour en vérifier l'exactitude.

6.0 Nettoyage des données et lignes directrices pour l'analyse et la diffusion

Une fois la collecte des données terminée, un nettoyage des données a été effectué pour garantir des résultats de grande qualité. Le nettoyage des données a exigé la reprogrammation des réponses aux questions Q1 et Q2 qui étaient liées aux indicateurs de sensibilisation.

À la Q1, on a demandé aux répondants s'ils pouvaient nommer l'organisme ou le ministère qui gère les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada officiellement désignés. S'ils répondaient par l'affirmative, il leur était demandé de préciser de quel organisme ou de quel ministère gouvernemental il s'agissait. Notre logiciel d'enquête a pu détecter les cas où le répondant a répondu « Parcs Canada » ou a utilisé une formulation similaire. S'ils donnaient la bonne réponse, on considérait qu'ils connaissaient Parcs Canada sans aide (notoriété spontanée).

S'ils ne donnaient pas la bonne réponse ou affirmaient ne pas savoir quel était l'organisme ou le ministère, ils étaient dirigés vers la Q2 où on leur demandait s'ils avaient déjà entendu parler de Parcs Canada. On a considéré que ceux qui ont répondu par l'affirmative avaient déjà entendu parler de Parcs Canada avec de l'aide (notoriété assistée).

Cependant, certaines réponses en texte à la Q1 ont dû être reprogrammées après la collecte des données, car notre logiciel d'enquête ne pouvait pas tenir compte de toutes les erreurs typographiques possibles dans la réponse. Si une réponse était « Parcs Canada » mais contenait une erreur typographique non détectée par notre logiciel, les réponses Q1 et Q2 devaient être reprogrammées.

Une variable de « notoriété totale » a également été créée à partir des réponses reprogrammées de Q1 et Q2 pour montrer ceux qui connaissaient Parcs Canada (notoriété assistée et spontanée) et ceux qui ne le connaissaient pas.

Une variable « C1_Metro » a également été créée à partir de la variable C1 pour montrer quels répondants provenaient des régions métropolitaines de Toronto, Montréal et Vancouver.

Un jeu de données de SPSS et des bannières ont été fournis pour chaque vague du sondage. Les résultats de chaque ensemble de bannières (quatre vagues) ont été croisés par les variables suivantes :

- Région : Atlantique, Québec, Ontario, Prairies (Saskatchewan/Manitoba), Alberta, Colombie-Britannique
- Âge : Jeunes adultes (18 à 34 ans), adultes (35 et plus)
- Statut d'immigration : Né au Canada; né à l'extérieur du Canada
- Vie de famille : Enfants à la maison, pas d'enfants à la maison
- Région urbaine : Montréal, Toronto, Vancouver, tous les autres registres
- Sensibilisation : Connaît Parcs Canada; ne connaît pas Parcs Canada

Annexes

Annexe A : Pondérations

Tableau 1 : Pondérations, Vague 1

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
(1) C.-B. - Male - 18-34	23	38	1.670363
(2) C.-B. - Male - 35-54	65	46	0.713301
(3) C.-B. - Male - 55+	59	55	0.928062
(4) C.-B. - Female - 18-34	39	38	0.971563
(5) C.-B. - Female - 35-54	75	49	0.659174
(6) C.-B. - Female - 55+	102	61	0.597363
(7) AB - Male - 18-34	52	38	0.739215
(8) AB - Male - 35-54	57	43	0.762767
(9) AB - Male - 55+	48	37	0.762937
(10) AB - Female - 18-34	50	37	0.748401
(11) AB - Female - 35-54	67	43	0.639350
(12) AB - Female - 55+	63	39	0.622860
(13) Prairies - Male - 18-34	23	21	0.905608
(14) Prairies - Male - 35-54	19	23	1.197766
(15) Prairies - Male - 55+	15	24	1.613248
(16) Prairies - Female - 18-34	20	20	1.017093
(17) Prairies - Female - 35-54	30	23	0.768201
(18) Prairies - Female - 55+	21	27	1.293358
(19) Ontario - Male - 18-34	69	112	1.625757
(20) Ontario - Male - 35-54	105	136	1.291873
(21) Ontario - Male - 55+	93	144	1.550396
(22) Ontario - Female - 18-34	68	112	1.643954
(23) Ontario - Female - 35-54	107	145	1.356039
(24) Ontario - Female - 55+	100	165	1.652636
(25) QC - Male - 18-34	63	64	1.015125
(26) QC - Male - 35-54	121	83	0.687139
(27) QC - Male - 55+	87	95	1.096442
(28) QC - Female - 18-34	65	63	0.976382
(29) QC - Female - 35-54	138	83	0.602261
(30) QC - Female - 55+	134	109	0.810463
(31) Atlantique - Male - 18-34	20	17	0.838419
(32) Atlantique - Male - 35-54	35	23	0.664525
(33) Atlantique - Male - 55+	28	30	1.062711
(34) Atlantique - Female - 18-34	23	17	0.733454
(35) Atlantique - Female - 35-54	18	25	1.383806
(36) Atlantique - Female - 55+	19	33	1.760378
(37) Autre - Préfère ne pas répondre	69	0	0.000000

Tableau 2 : Pondérations, Vague 2

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
(1) C.-B. - Male - 18-34	61	43	0.710874
(2) C.-B. - Male - 35-54	64	52	0.817692
(3) C.-B. - Male - 55+	51	62	1.211831
(4) C.-B. - Female - 18-34	56	43	0.763714
(5) C.-B. - Female - 35-54	106	56	0.526428
(6) C.-B. - Female - 55+	63	69	1.091644
(7) AB - Male - 18-34	61	43	0.711259
(8) AB - Male - 35-54	33	49	1.487087
(9) AB - Male - 55+	40	41	1.033364
(10) AB - Female - 18-34	63	42	0.670420
(11) AB - Female - 35-54	27	48	1.790743
(12) AB - Female - 55+	37	44	1.197052
(13) Prairies - Male - 18-34	33	24	0.712422
(14) Prairies - Male - 35-54	17	26	1.510985
(15) Prairies - Male - 55+	18	27	1.517411
(16) Prairies - Female - 18-34	35	23	0.656003
(17) Prairies - Female - 35-54	17	26	1.530138
(18) Prairies - Female - 55+	26	31	1.179094
(19) Ontario - Male - 18-34	183	127	0.691890
(20) Ontario - Male - 35-54	142	153	1.078212
(21) Ontario - Male - 55+	136	163	1.196659
(22) Ontario - Female - 18-34	101	126	1.249283
(23) Ontario - Female - 35-54	163	164	1.004736
(24) Ontario - Female - 55+	134	187	1.392054
(25) QC - Male - 18-34	74	72	0.975465
(26) QC - Male - 35-54	102	94	0.920054
(27) QC - Male - 55+	103	108	1.045324
(28) QC - Female - 18-34	39	72	1.836758
(29) QC - Female - 35-54	146	94	0.642532
(30) QC - Female - 55+	104	123	1.178658
(31) Atlantique - Male - 18-34	18	19	1.051482
(32) Atlantique - Male - 35-54	18	26	1.458447
(33) Atlantique - Male - 55+	32	34	1.049558
(34) Atlantique - Female - 18-34	20	19	0.952038
(35) Atlantique - Female - 35-54	41	28	0.685721
(36) Atlantique - Female - 55+	30	38	1.258409
(37) Autre - Préfère ne pas répondre	105	0	0.000000

Tableau 3 : Pondérations, Vague 3

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
(1) C.-B. - Male - 18-34	33	40	1.208104
(2) C.-B. - Male - 35-54	41	48	1.173497
(3) C.-B. - Male - 55+	63	57	0.901919
(4) C.-B. - Female - 18-34	35	39	1.123432
(5) C.-B. - Female - 35-54	36	51	1.425077
(6) C.-B. - Female - 55+	105	63	0.602183
(7) AB - Male - 18-34	41	40	0.972903
(8) AB - Male - 35-54	40	45	1.127941
(9) AB - Male - 55+	39	38	0.974417
(10) AB - Female - 18-34	45	39	0.862921
(11) AB - Female - 35-54	52	44	0.854850
(12) AB - Female - 55+	34	41	1.197655
(13) Prairies - Male - 18-34	13	22	1.662662
(14) Prairies - Male - 35-54	18	24	1.311996
(15) Prairies - Male - 55+	31	25	0.810047
(16) Prairies - Female - 18-34	29	21	0.727900
(17) Prairies - Female - 35-54	24	24	0.996470
(18) Prairies - Female - 55+	35	28	0.805285
(19) Ontario - Male - 18-34	157	116	0.741454
(20) Ontario - Male - 35-54	155	141	0.908148
(21) Ontario - Male - 55+	99	150	1.511367
(22) Ontario - Female - 18-34	87	116	1.333395
(23) Ontario - Female - 35-54	161	151	0.935211
(24) Ontario - Female - 55+	86	171	1.994152
(25) QC - Male - 18-34	69	66	0.961812
(26) QC - Male - 35-54	113	86	0.763538
(27) QC - Male - 55+	101	99	0.980083
(28) QC - Female - 18-34	64	66	1.029040
(29) QC - Female - 35-54	81	86	1.064776
(30) QC - Female - 55+	152	113	0.741436
(31) Atlantique - Male - 18-34	11	17	1.581895
(32) Atlantique - Male - 35-54	18	24	1.340869
(33) Atlantique - Male - 55+	48	31	0.643296
(34) Atlantique - Female - 18-34	8	18	2.188216
(35) Atlantique - Female - 35-54	23	26	1.123826
(36) Atlantique - Female - 55+	54	35	0.642755
(37) Autre - Préfère ne pas répondre	87	0	0.000000

Tableau 4 : Pondérations, Vague 4

Classe pondérale	N non pondéré	N pondéré	Pondérale
(1) C.-B. - Male - 18-34	35	37	1.051090
(2) C.-B. - Male - 35-54	51	44	0.870534
(3) C.-B. - Male - 55+	59	52	0.888681
(4) C.-B. - Female - 18-34	32	36	1.133848
(5) C.-B. - Female - 35-54	59	47	0.802378
(6) C.-B. - Female - 55+	77	58	0.757734
(7) AB - Male - 18-34	29	37	1.269245
(8) AB - Male - 35-54	63	42	0.660839
(9) AB - Male - 55+	15	35	2.337803
(10) AB - Female - 18-34	46	36	0.778961
(11) AB - Female - 35-54	53	41	0.773940
(12) AB - Female - 55+	18	38	2.087507
(13) Prairies - Male - 18-34	11	20	1.813195
(14) Prairies - Male - 35-54	26	22	0.838150
(15) Prairies - Male - 55+	14	23	1.655136
(16) Prairies - Female - 18-34	12	19	1.623224
(17) Prairies - Female - 35-54	29	22	0.760969
(18) Prairies - Female - 55+	12	26	2.167336
(19) Ontario - Male - 18-34	100	107	1.074172
(20) Ontario - Male - 35-54	64	130	2.029544
(21) Ontario - Male - 55+	109	138	1.266684
(22) Ontario - Female - 18-34	73	107	1.466375
(23) Ontario - Female - 35-54	139	139	0.999563
(24) Ontario - Female - 55+	156	158	1.014430
(25) QC - Male - 18-34	59	61	1.037952
(26) QC - Male - 35-54	85	80	0.936656
(27) QC - Male - 55+	126	91	0.724942
(28) QC - Female - 18-34	75	61	0.810291
(29) QC - Female - 35-54	107	80	0.743788
(30) QC - Female - 55+	153	104	0.679697
(31) Atlantique - Male - 18-34	22	16	0.729857
(32) Atlantique - Male - 35-54	18	22	1.237304
(33) Atlantique - Male - 55+	34	28	0.838037
(34) Atlantique - Female - 18-34	10	16	1.615363
(35) Atlantique - Female - 35-54	23	24	1.037025
(36) Atlantique - Female - 55+	37	32	0.865620
(37) Autre - Préfère ne pas répondre	66	0	0.000000

Parks Canada Tracking 2021

Government of Canada



Login

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

Votre contribution nous est précieuse. L'enquête vous 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.

© 2021 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>)

Q1

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):

Q2 Montrer si Ne connaît pas Parcs Canada

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

Q3

Au cours des trois (3) derniers mois, avez-vous entendu, lu ou vu quelque chose au sujet des parcs nationaux ou des lieux historiques du Canada?

- 1 Oui
- 2 Non
- 3 Je ne sais pas

Q4 Montrer si Q3 Oui

Où vous souvenez-vous précisément d'avoir entendu, lu ou vu quelque chose au sujet des parcs nationaux ou des lieux historiques au cours des trois (3) derniers mois?

Sélectionnez jusqu'à 3 réponses.

- 1 Site Web de Parcs Canada
- 2 Bulletin d'information de Parcs Canada
- 3 Article dans une revue ou un magazine
- 4 Article dans le journal
- 5 Publicité à la télévision
- 6 Émission/documentaire à la télévision
- 7 Des amis ou de la famille/bouche à oreille
- 8 Facebook
- 9 YouTube
- 10 Twitter
- 11 Instagram
- 12 Autre sites Web
- 13 Radio
- 14 Autre

Q5

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.

Veillez indiquer votre niveau d'appui envers ce mandat.

- 5 5 - Appuie totalement
- 4 4
- 3 3 - Ni pour, ni contre
- 2 2
- 1 1 - S'oppose totalement
- 6 Je ne sais pas/pas certain

Q6

Nous aimerions maintenant vous poser quelques questions sur la nature et le plein air.

Pendant la pandémie de COVID-19, avez-vous essayé l'une de ces activités récréatives de plein air pour la première fois?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1 Camping sauvage
- 2 Camping dans une tente (excluant le camping sauvage)
- 3 Canoé/kayak
- 4 Cyclisme
- 5 Ski de fond
- 6 Faire de la pêche
- 7 Randonnée
- 8 Vélo de montagne
- 9 Navigation de plaisance
- 10 Véhicule récréatif
- 11 Faire de la raquette
- 12 Aucune de ces activités (Exclusif)

Q6b Montrer si Q6 Si sélectionné

Quelle est la probabilité que vous continuiez à faire ces activités après la pandémie?

- 1 Camping sauvage (Montrer si Q6 Camping sauvage Sélectionné)
- 2 Camping dans une tente (excluant le camping sauvage) (Montrer si Q6 Camping dans une tente Sélectionné)
- 3 Canoé/kayak (Montrer si Q6 Canoé/kayak Sélectionné)
- 4 Cyclisme (Montrer si Q6 Cyclisme Sélectionné)
- 5 Ski de fond (Montrer si Q6 Ski de fond Sélectionné)
- 6 Faire de la pêche (Montrer si Q6 Faire de la pêche Sélectionné)
- 7 Randonnée (Montrer si Q6 Randonnée Sélectionné)
- 8 Vélo de montagne (Montrer si Q6 Vélo de montagne Sélectionné)
- 9 Navigation de plaisance (Montrer si Q6 Navigation de plaisance Sélectionné)
- 10 Véhicule récréatif (Montrer si Q6 Véhicule récréatif Sélectionné)
- 11 Faire de la raquette (Montrer si Q6 Faire de la raquette Sélectionné)

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

Q7

Si les conditions le permettent, quelle est la probabilité que vous voyagiez au Canada pour des raisons de vacances ou de loisirs au cours des trois (3) prochains mois?

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

Q7a Montrer si Q7 Très ou Assez probable

Quelle région du Canada visiteriez-vous ou dans quelle région du Canada voyageriez-vous le plus probablement au cours des trois (3) prochains mois pour des vacances/loisirs?

- 1 Canada atlantique
- 2 Québec
- 3 Ontario
- 4 Prairies (Manitoba/Saskatchewan)
- 5 Ouest du Canada (sans les montagnes rocheuses)
- 6 Les montagnes rocheuses
- 7 Nord du Canada

Vague 1 – Q8 Montrer si Vague 1

Et enfin, en général, à quelle fréquence utilisez-vous chacune de ces ressources en ligne lorsque vous planifiez un voyage?

- 1 Google (recherche générale)
(par exemple : où puis-je? que puis-je faire dans X)
 - 2 Site Web de la destination
(par exemple : ville, région, lieu que vous souhaitez visiter)
 - 3 Sites Web d'attraction/d'activité
(par exemple : des activités spécifiques que vous souhaitez faire - par exemple, le ski dans les Rocheuses)
 - 4 Sites Web de planification de voyage intégrés
(par exemple : avec des hôtels, des vols, des forfaits)
 - 5 Sites Web d'avis et de conseils touristiques
(par exemple : Trip advisor)
 - 6 Des médias sociaux
(par exemple : Instagram, sites Facebook)
 - 7 Agent de voyage en ligne
 - 8 Applications mobiles de voyage
-
- 1 Toujours
 - 2 Souvent
 - 3 Quelquefois
 - 4 Rarement/jamais

Vague 2 – Q8 Montrer si Vague 2

Parcs Canada est l'organisme fédéral responsable de l'exploitation des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux au Canada. Parcs Canada sensibilise également les Canadiens à la nature, à l'histoire et au travail qu'il accomplit par le biais d'activités de sensibilisation dans les collectivités locales et sur diverses plateformes numériques.

Dans quelle mesure les activités de sensibilisation suivantes vous intéresseraient-elles comme moyen d'en apprendre davantage sur la nature, l'histoire et le travail de Parcs Canada?

- 1 Interagir avec les employés de Parcs Canada dans des endroits publics
(par exemple, festivals et événements, zoos, musées, bibliothèques et autres lieux publics.)
 - 2 Apprendre par le biais de contenu numérique créé par Parcs Canada
(par exemple, présentations virtuelles en direct, vidéos, contenu des médias sociaux, balados)
 - 3 Découvrir le contenu de Parcs Canada par soi-même
(par exemple, en visitant une exposition dans un espace public, en empruntant une trousse d'activités à la bibliothèque ou en téléchargeant des activités autoguidées à faire chez soi)
 - 4 Apprendre à propos de Parcs Canada par l'intermédiaire d'établissements d'enseignement et d'organismes
(par exemple, programmes ou ateliers dans les écoles ou les clubs, conférenciers experts et activités en classe pour les groupes scolaires qui prévoient visiter les parcs nationaux et les lieux historiques)
- 5 Extrêmement intéressant
 - 4 Très intéressant
 - 3 Moyennement intéressant
 - 2 Légèrement intéressant
 - 1 Pas du tout intéressant

Vague 3 et 4 – Q8 Montrer si Vague 3 ou 4

Dans le cadre de son mandat, Parcs Canada protège et commémore l'histoire et le patrimoine culturel canadien.

Dans quelle mesure êtes-vous intéressé par les types d'activités historiques et culturelles suivants?

- 1 Visiter une plaque commémorative sur place ou virtuellement
- 2 Visiter un lieu historique national
- 3 En savoir plus sur l'histoire et le patrimoine culturel canadien grâce au contenu du site Web
- 4 En savoir plus sur l'histoire et le patrimoine culturel canadien grâce au contenu des médias sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, autre)
- 5 En savoir plus sur l'histoire et le patrimoine culturel canadien grâce au contenu vidéo (YouTube, TikTok, autre)
- 6 En savoir plus sur l'histoire et le patrimoine culturel canadien grâce à des balados et d'autres contenus audio

- 5 Extrêmement intéressé
- 4 Très intéressé
- 3 Moyennement intéressé
- 2 Légèrement intéressé
- 1 Pas du tout intéressé

Enfin, nous avons quelques questions à vous poser à des fins statistiques. Vos réponses demeureront complètement confidentielles.

Veuillez appuyer sur la flèche ci-dessous pour continuer.

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

- 1 Colombie-Britannique
- 2 Alberta
- 3 Saskatchewan
- 4 Manitoba
- 5 Ontario
- 6 Québec
- 7 Terre-Neuve-et-Labrador
- 8 Nouvelle-Écosse
- 9 Nouveau Brunswick
- 10 Île-du-Prince-Édouard
- 11 Nunavut
- 12 Territoires du Nord-Ouest
- 13 Yukon
- 14 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Genre masculin
- 2 Genre féminin
- 3 Diverses identités de genre
- 4 Préfère ne pas répondre

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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

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

- 1 Secondaire 2 ou moins/8ième année ou moins
- 2 Quelques années d'étude au secondaire
- 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
- 9 Préfère ne pas répondre

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

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

Laquelle des catégories suivantes vous décrit le mieux?

- 1 Je suis né(e) au Canada
- 2 Je suis né(e) à l'extérieur du Canada
- 3 Préfère ne pas répondre

Dans quelle ville habitez-vous ou de quelle ville êtes-vous le plus proche?

- 0 Autre

Montrer si Autre ville

Quel est le nom de la municipalité dans laquelle vous vivez ou êtes le plus proche?

End

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 Parcs Canada et est enregistré en vertu de la Loi fédérale sur l'accès à l'information. Cette étude est menée par la firme de recherche sociale et marketing: (<https://www.advanis.net/fr>)

en utilisant notre méthode de collecte de données: (<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>).

© 2020 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>)

Parks Canada Tracking 2021

Government of Canada



Login

Thankyou for taking the time to have your say on issues important to all Canadians.

Your input is valuable to us, and the survey will take **less than 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.

Q1

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 (please specify):

Q2 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

Q3

In the last 3 months, have you read, seen or heard something about national parks or national historic sites of Canada?

- 1 Yes
- 2 No
- 3 Do not know

Q4 Show if Q3 Yes

Where specifically do you recall hearing, watching or reading about national parks or national historic sites in the last 3 months?

Select up to 3.

- 1 Parks Canada website
- 2 Parks Canada newsletter
- 3 Magazine
- 4 Newspaper
- 5 TV commercial
- 6 TV program/documentary
- 7 From friends or family/word of mouth
- 8 Facebook
- 9 YouTube
- 10 Twitter
- 11 Instagram
- 12 Other websites
- 13 Radio
- 14 Other

Q5

Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks, historic sites and marine conservation areas, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations.

How much do you support or oppose this mandate?

- 5 5 - Completely support
- 4 4
- 3 3 - Neither oppose nor support
- 2 2
- 1 1 - Completely oppose
- 6 Do not know/not sure

Q6

Now we would like to ask you some questions about nature and the outdoors.

During the COVID-19 pandemic, have you tried any of these outdoor recreational activities for the first time?

Select all that apply.

- 1 Backcountry camping
- 2 Camping in a tent (excludes backcountry camping)
- 3 Canoeing/kayaking
- 4 Cycling
- 5 Cross country skiing
- 6 Fishing
- 7 Hiking
- 8 Mountain biking
- 9 Recreational boating
- 10 RVing
- 11 Snowshoeing
- 12 None of these activities (Exclusive)

Q6b Show if Q6 Any Selected

How likely are you to continue these activities when the pandemic is over?

- 1 Backcountry camping (Show if Q6 Backcountry Camping Selected)
- 2 Camping in a tent (excludes backcountry camping) (Show if Q6 Camping Tent Selected)
- 3 Canoeing/kayaking (Show if Q6 Canoeing Kayaking Selected)
- 4 Cycling (Show if Q6 Cycling Selected)
- 5 Cross country skiing (Show if Q6 Cross Skiing Selected)
- 6 Fishing (Show if Q6 Fishing Selected)
- 7 Hiking (Show if Q6 Hiking Selected)
- 8 Mountain biking (Show if Q6 Mountain Biking Selected)
- 9 Recreational boating (Show if Q6 Boating Selected)
- 10 RVing (Show if Q6 RVing Selected)
- 11 Snowshoeing (Show if Q6 Snowshoeing Selected)

- 1 Very likely to continue
- 2 Somewhat likely to continue
- 3 Not likely to continue

Q7

If conditions permit, how likely are you to travel in Canada for vacation/leisure reasons over the next three (3) months?

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

Q7a Show if Q7 Very or Somewhat likely

What region of Canada would you most likely visit/travel in for vacation/leisure in the next 3 months?

- 1 Atlantic Canada
- 2 Quebec
- 3 Ontario
- 4 Prairies (Manitoba/Saskatchewan)
- 5 Western Canada (excluding the Rocky Mountains)
- 6 Rocky Mountains
- 7 Northern Canada

Wave 1 – Q8

And finally, in general, how often do you use each of these online resources when planning a trip?

- 1 Google (general search)
(e.g., where can I...? what can I do in X)
- 2 Destination website
(e.g., City, region, place you want to visit)
- 3 Attraction/activity websites
(e.g., specific activities you want – e.g., skiing in Rockies site)
- 4 Integrated trip planning websites
(e.g., with hotels, flights, packages)
- 5 Trip review websites
(e.g., Trip advisor)
- 6 Social media
(e.g., Instagram, Facebook sites)
- 7 Online travel agent
- 8 Mobile travel apps

- 1 Always
- 2 Often
- 3 Sometimes
- 4 Rarely/never

Wave 2 – Substitute Q8

Parks Canada is the federal organization responsible for operating national parks and national historic sites in Canada. Parks Canada also engages Canadians about nature, history and the work it does through outreach activities in local communities and on a mix of media platforms.

How appealing would the following outreach activities be to you as a way to learn about nature, history and the work Parks Canada does?

- 1 Interacting with Parks Canada employees at local places
(e.g., festivals and events, zoos, museums, libraries and other public places)
 - 2 Engaging with digital content created by Parks Canada
(e.g., live virtual presentations, videos, social media content, podcasts)
 - 3 Discovering Parks Canada content on your own
(e.g., viewing an exhibit in a public space, borrowing an activity kit from the local library, or downloading self-guided activities to do at home)
 - 4 Engaging with Parks Canada through educational institutions and organizations
(e.g., programs or workshops in schools or clubs, expert speakers, and providing classroom activities to school groups who plan to visit national parks and historic sites)
-
- 5 Extremely appealing
 - 4 Very appealing
 - 3 Moderately appealing
 - 2 Slightly appealing
 - 1 Not at all appealing

Wave 3 and 4 – Substitute Q8

As part of its mandate, Parks Canada protects and commemorates Canadian history and cultural heritage.

How interested are you in the following types of historical and cultural activities?

- 1 Visiting a commemorative plaque on site or virtually
 - 2 Visiting a national historic site
 - 3 Learning more about Canadian history and cultural heritage through website content
 - 4 Learning more about Canadian history and cultural heritage through social media content (Instagram, Facebook, Twitter, other)
 - 5 Learning more about Canadian history and cultural heritage through video content (Youtube, TikTok, other)
 - 6 Learning more about Canadian history and cultural heritage through podcasts and other audio content
-
- 5 Extremely interested
 - 4 Very interested
 - 3 Moderately interested
 - 2 Slightly interested
 - 1 Not at all interested

Finally, we have a few questions for statistical purposes. Your answers will remain completely anonymous.

Please click the arrow below to continue.

In which province or territory do you live?

- 1 British Columbia
- 2 Alberta
- 3 Saskatchewan
- 4 Manitoba
- 5 Ontario
- 6 Quebec
- 7 Newfoundland and Labrador
- 8 Nova Scotia
- 9 New Brunswick
- 10 Prince Edward Island
- 11 Nunavut
- 12 Northwest Territories
- 13 Yukon
- 14 Prefer not to say

With which gender category do you most identify?

- 1 Male gender
- 2 Female gender
- 3 Gender diverse
- 4 Prefer not to say

In which of the following age categories do you belong?

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

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, CÉGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 University certificate/diploma below bachelor's level
- 7 Bachelor's degree
- 8 Post graduate degree above bachelor's level
- 9 Prefer not to say

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

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

Which of the following best describes you?

- 1 I was born in Canada
- 2 I was born outside Canada
- 3 Prefer not to say

What city or town do you live in or are closest to?

- 0 Other

Show if unknown community

What is the name of the community you live in or live closest to?

End

We have asked you all of our questions. We hope you've found this interesting, and we sincerely thank you for your time.

This survey was conducted on behalf of Parks Canada, and is registered under the Federal Access to Information Act. The survey 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>).

© 2021 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge
(<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)