



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Collecte continue de données qualitatives sur les opinions des Canadiens – avril 2020

Rapport final

Rédigé pour le compte du Bureau du Conseil privé

Fournisseur : The Strategic Counsel

Numéro de contrat : 35035-182346/001/CY

Valeur du contrat : 808 684,50 \$

Date d'octroi du contrat : 27 juin 2019

Date de livraison : 21 mai 2020

Numéro d'enregistrement : POR-005-19

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière d'écrire à por-rop@pco-bcp.ca

This report is also available in English.

Canada 

Collecte continue de données qualitatives sur les opinions des Canadiens

Rapport final

Rédigé pour le compte du Bureau du Conseil privé

Fournisseur : The Strategic Counsel
Avril 2020

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une série de groupes de discussion menés par The Strategic Counsel pour le Bureau du Conseil privé. Le septième cycle de l'étude, qui s'est déroulé entre le 1^{er} et le 29 avril 2020, comptait douze groupes de discussion composés d'adultes canadiens (âgés de 18 ans ou plus).

This publication is also available in English under the title: Final Report – Continuous Qualitative Data Collection of Canadians' Views – April 2020.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Toute autre utilisation exige l'autorisation écrite préalable du Bureau du Conseil privé. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, prière d'en faire la demande par courriel à <por-rop@pco-bcp.ca> ou par la poste à l'adresse suivante :

Bureau du Conseil privé
Édifice Blackburn
85, rue Sparks, bureau 228
Ottawa, Ontario K1A 0A3

Numéro de catalogue :

CP22-185/7-2020F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-35214-5

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR-005-19) :


Numéro de catalogue : CP22-185/7-2020E-PDF (rapport final, anglais)

ISBN : 978-0-660-35213-8

Attestation de neutralité politique

À titre de cadre supérieure du cabinet The Strategic Counsel, j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et dans la Directive sur la gestion des communications — Annexe C — Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les documents remis ne contiennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature :  _____

Date : 21 mai 2020

Donna Nixon, associée
The Strategic Counsel

Table des matières

Résumé	Error! Bookmark not defined.
Introduction	1
Méthodologie.....	2
Principales constatations	3
La COVID-19 dans l'actualité (tous les lieux).....	4
Réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19 (tous les lieux)	5
Équipement médical (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural et population générale d'Edmonton et de Montréal)	5
Répercussions sur le plan personnel (tous les lieux).....	6
Isolement et éloignement physique (tous les lieux).....	7
Réouverture (Edmonton, Montréal, Québec rural, Canada atlantique rural).....	9
Évaluation de messages sur la réouverture (Québec rural, Canada atlantique rural)	9
Impacts économiques (tous les lieux)	10
Évaluation de publicités sur la COVID-19 (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal).....	11
Parlement virtuel (Québec rural, Canada atlantique rural).....	14
Autres sujets d'actualité concernant le gouvernement fédéral (Québec rural, Canada atlantique rural).....	14
 Résultats détaillés.....	 16
Chronologie des annonces en avril	16
La COVID-19 dans l'actualité (tous les lieux)	19
Connaissance globale.....	19
Sources d'information.....	20
Réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19 (tous les lieux)	22
Connaissance et impressions	22
Évaluation de la réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19	26
Équipement médical (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural et population générale d'Edmonton et de Montréal).....	29
Équipement prioritaire	30
Pénuries d'équipement médical	30
Masques médicaux.....	31

Répercussions sur le plan personnel (tous les lieux)	33
Questions relatives à la santé	33
Changements de comportement	34
Isolement et éloignement physique (tous les lieux)	37
Fréquence et raisons des sorties	37
Rester à la maison (résidents de petites municipalités du Québec, région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal).....	37
Inconvénients sur le plan personnel (tous les lieux sauf le Sud-Ouest de l'Ontario).....	39
Communications sur l'éloignement physique (résidents de petites municipalités du Québec, région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal).....	40
Données anonymes de localisation des téléphones cellulaires (Sud-Ouest de l'Ontario, basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal).....	41
Réouverture (Edmonton, Montréal, Québec, Canada atlantique rural)	42
Évaluation de messages sur la réouverture (Québec rural, Canada atlantique rural)	43
Constatations générales.....	Error! Bookmark not defined.
Résultats en fonction de l'énoncé et du thème	45
Impacts économiques (tous les lieux)	49
Nouvelles économiques liées à la COVID-19.....	49
Préoccupations relatives à l'économie.....	49
Répercussions sur les finances personnelles.....	50
Initiatives économiques et financières du gouvernement du Canada	51
Évaluation de la réponse économique du gouvernement du Canada.....	54
Autres enjeux économiques (Québec rural, Canada atlantique rural).....	55
Publicités sur la COVID-19 (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal).....	57
Connaissance générale	57
Évaluation publicitaire.....	Error! Bookmark not defined.
Comparaisons de publicités (premier groupe de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, population générale des basses-terres continentales de la C.-B.).....	69
Canada.ca/le-coronavirus (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)	71
Futures publicités (Edmonton, Montréal)	71
Parlement virtuel (Québec rural, Canada atlantique rural).....	72
Autres sujets d'actualité concernant le gouvernement fédéral (Québec rural, Canada atlantique rural).....	72

Annexe A – Questionnaires de recrutement	73
Questionnaire de recrutement, version anglaise	74
Questionnaire de recrutement, version française	83
 Annexe B – Guides de discussion	 90
Guide du modérateur, version anglaise.....	91
Guide du modérateur, version française	Error! Bookmark not defined.
 Annexe C – Concepts publicitaires	 148
Aperçu des concepts	149
Concept A – Célébrités	149
Version 1 : Script.....	149
Concept B – Experts médicaux.....	150
Version 1 : Script.....	150
Version 2 : Script.....	150
Version 3 : Vidéo	151
Version 4 : Vidéo	151
Concept C – Astronaute	151
Version 1 : Script.....	151
Version 2 : Script.....	152
Concept D – Aide financière.....	152
Version 1 : Vidéo	152
Version 2 : Vidéo	152
Concept E – Expérience de la COVID-19	153
Version 1 : Script.....	153

Résumé

Introduction

Le Secrétariat des communications et des consultations du Bureau du Conseil privé (BCP) a confié à The Strategic Counsel (TSC) le mandat de mener des cycles de recherche par groupe de discussion auprès de membres du public un peu partout au pays, portant sur des enjeux, des événements et des initiatives stratégiques de premier plan liés au gouvernement du Canada.

L'objectif général de ce programme de recherche qualitative se décline en trois volets : analyser les dimensions et les facteurs d'influence de l'opinion publique sur les plus importants enjeux auxquels le pays est confronté; évaluer les perceptions et les attentes relatives aux mesures et aux priorités du gouvernement fédéral; orienter l'élaboration des communications du gouvernement du Canada pour qu'elles continuent de s'harmoniser avec les points de vue des Canadiennes et des Canadiens et leurs besoins en matière d'information, tout en demeurant claires et faciles à comprendre.

La recherche vise à aider le Secrétariat des communications et des consultations du BCP à remplir son mandat, qui consiste à soutenir le bureau du premier ministre dans la coordination des communications du gouvernement. Plus particulièrement, la recherche permettra de s'assurer que le BCP reste au fait des tendances émergentes et de l'opinion des Canadiens sur les enjeux de macro-niveau qui intéressent le gouvernement.

Le présent rapport dévoile les conclusions qui ressortent de douze groupes de discussion en ligne organisés entre le 1^{er} et le 29 avril 2020 dans de nombreuses localités du pays, au Canada atlantique, au Québec, en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique. Les détails concernant les lieux, le recrutement et la composition des groupes figurent ci-dessous.

En ce qui concerne les objectifs propres à ce cycle de groupes de discussion, la recherche a porté sur la COVID-19 alors que la pandémie et ses effets prenaient de l'ampleur partout au pays. Elle a permis d'analyser en profondeur une foule de sujets connexes, tels que l'incidence de la pandémie sur la vie personnelle des Canadiens, la façon dont ils composent avec l'isolement et le confinement, leurs perceptions concernant la réponse du gouvernement fédéral à ce jour, leurs points de vue sur les répercussions économiques du virus et la réouverture envisagée des commerces. La plupart des groupes se sont également prêtés à l'évaluation d'une série de concepts ou de messages publicitaires visant à communiquer avec le public au sujet de la COVID-19.

Il convient de souligner que les résultats de la présente étude doivent être interprétés avec prudence, les conclusions d'une recherche qualitative étant de nature directionnelle et ne pouvant être attribuées à l'ensemble de la population à l'étude avec un quelconque degré de certitude.

Méthodologie

Aperçu des groupes

Public cible

- Résidents canadiens de 18 ans et plus.

Approche détaillée

- Douze groupes de discussion dans diverses régions du Canada.
- Emplacement des groupes : petites municipalités du Québec (1^{er} avril); région du Grand Toronto – parents (2 avril); basses-terres continentales, Colombie-Britannique – nouveaux arrivants (7 avril); Montréal – jeunes (8 avril); petites municipalités du Québec (9 avril); Sud-Ouest de l'Ontario – personnes au chômage ou mises à pied à cause de la COVID-19 (14 avril); basses-terres continentales, Colombie-Britannique (15 avril); Québec rural – aînés (16 avril); Edmonton (21 avril); Montréal (23 avril); Québec rural (27 avril); Canada atlantique rural (29 avril).
- Les discussions de groupe du Québec se sont déroulées en français, alors que toutes les autres ont eu lieu en anglais.
- Pour ce cycle, tous les groupes se sont réunis en ligne.
- En tout, huit participants ont été recrutés pour chaque groupe, afin de pouvoir compter sur la présence d'au moins six à huit personnes.
- Chaque participant a perçu des honoraires de 90 \$ pour son temps.
- Dans l'ensemble des lieux, 87 personnes ont participé aux discussions. Les détails sur le nombre de participants par groupe sont donnés ci-dessous.

Emplacement et composition des groupes

LIEU	GROUPE	LANGUE	DATE	HEURE (HNE)	COMPOSITION DU GROUPE	NOMBRE DE PARTICIPANTS
Petites municipalités du Québec	1	Français	1 ^{er} avril	17 h-19 h	Population générale	7
RGT - 905	2	Anglais	2 avril	16 h-18 h	Parents	8
Basses-terres continentales, C.-B.	3	Anglais	7 avril	20 h-22 h	Nouveaux arrivants	6
Montréal, QC	4	Français	8 avril	18 h-20 h	Jeunes	8
Petites municipalités du Québec	5	Français	9 avril	17 h-19 h	Population générale	7
Sud-Ouest de l'Ontario	6	Anglais	14 avril	15 h-17 h	Personnes sans emploi à cause de la COVID-19	6
Basses-terres continentales, C.-B.	7	Anglais	15 avril	20 h-22 h	Population générale	8
Québec rural	8	Français	16 avril	16 h-18 h	Aînés (55 ans +)	6
Edmonton, Alb.	9	Anglais	21 avril	19 h 30-21 h 30	Population générale	8
Montréal, QC	10	Français	23 avril	18 h-20 h	Population générale	7
Québec rural	11	Français	27 avril	17 h-19 h	Population générale	8
Atlantique rural	12	Anglais	29 avril	16 h-18 h	Population générale	8
Nombre total de participants						87

Principales constatations

Les groupes de discussion d'avril 2020 ont eu lieu alors que toutes les régions canadiennes avaient la directive de continuer à appliquer les mesures d'éloignement physique (ou distanciation sociale) et d'auto-isolément. Douze groupes de discussion ont été tenus durant le mois. Organisés chaque semaine à compter du 1^{er} avril et jusqu'au 29 avril, ils étaient composés de groupes démographiques (c.-à-d. de parents, de jeunes, d'immigrants ou de travailleurs au chômage ou mis à pied en raison de la COVID-19, etc.) ou d'un échantillon représentatif de la population générale. Puisque les discussions se déroulaient en ligne plutôt qu'en personne, les participants de certains groupes étaient issus de régions précises ou de différents types de collectivités, notamment de régions rurales, de petites municipalités et de grands centres urbains. Quelques groupes ont été tenus dans des centres

particuliers, comme la région du Grand Toronto (RGT), Edmonton et Montréal et d'autres à une échelle plus régionale (c.-à-d., Sud-Ouest de l'Ontario, Québec rural et Canada atlantique rural, etc.).

La COVID-19 dans l'actualité (tous les lieux)

Dans tous les groupes de discussion, indépendamment du lieu ou de la composition, on a demandé aux participants ce qu'ils avaient entendu récemment à propos de la COVID-19. Les participants étaient nombreux à suivre de près les points de presse quotidiens des chefs politiques de leur province et à l'échelon fédéral et ceux que donnaient les responsables de la santé publique.

Ils se tournaient vers toutes sortes de sources pour s'informer sur la COVID-19, notamment les médias traditionnels, tels que la télévision, la radio, les journaux imprimés ainsi que les médias sociaux, même si bon nombre d'entre eux étaient conscients de la désinformation propre à ce type de médias. La famille, les amis, les collègues, les professionnels de la santé, les publications et revues spécialisées de même que les employeurs figurent parmi les autres sources consultées. Quant aux participants qui ont de la famille à l'étranger, l'information de là-bas constitue une autre source, qui leur donne une perspective internationale de la question et influence particulièrement leur opinion sur la façon dont le Canada s'en tire par rapport aux autres pays.

Les participants ont entendu parler de choses très variées, tournant autour de plusieurs thèmes précis qui reflétaient autant la nature de l'information diffusée que l'évolution des intérêts et du besoin d'information des participants, maintenant qu'ils en savaient davantage sur le virus. Beaucoup de participants s'intéressaient surtout aux statistiques et aux données, dont le nombre de cas dans leur province, au Canada et dans le monde ainsi qu'à l'information sur la propagation du virus et les personnes qui sont les plus ou moins à risque de le contracter. D'autres avaient bien assimilé les messages à propos des symptômes et des moyens de prévenir la propagation du virus, y compris les communications sur l'éloignement physique, l'auto-isolement et le lavage des mains. Dans la seconde moitié du mois, en particulier, les participants ont commencé à dire qu'ils avaient entendu parler de plans de réouverture et d'assouplissement des restrictions dans certaines provinces.

La connaissance de questions précises variait :

- La prévalence du virus dans les centres d'hébergement et de soins de longue durée a été soulevée plus souvent au Québec;
- Dans le Sud-Ouest de l'Ontario, les participants étaient perplexes quant à l'obligation de porter un masque, car les directives à cet égard n'arrêtaient pas de changer et cela était source d'ambiguïté;
- À Montréal, un groupe composé de jeunes a été invité à dire s'ils avaient entendu quelque chose à propos de la COVID-19 qui se rapportait à leur groupe d'âge. Même si plusieurs participants étaient au courant de la fermeture des parcs et d'autres lieux fréquentés régulièrement par les jeunes, ils ont été nombreux à souligner le laxisme des jeunes quant au respect de l'éloignement physique;
- La plupart des participants des groupes de la RGT et de petites municipalités du Québec, les seuls auxquels cette question a été posée, avaient entendu parler de la mesure d'auto-isolement obligatoire pour les personnes qui rentrent au Canada.

Réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19 (tous les lieux)

Beaucoup de participants connaissaient au moins quelques-unes de mesures prises par le gouvernement du Canada en réaction à la COVID-19, mais l'étendue et la profondeur de la connaissance qu'ils avaient des initiatives et des annonces fédérales différaient selon le lieu des discussions et la date de leur tenue. Comme il arrive souvent, bon nombre de participants peinaient à associer des activités ou des mesures précises à un ordre de gouvernement en particulier. Néanmoins, dans beaucoup de groupes, les participants retenir que tous les ordres gouvernementaux, y compris le gouvernement du Canada, jouaient un rôle actif et engagé pour aider les particuliers du pays.

En général, les participants étaient au courant des initiatives annoncées peu de temps avant la tenue de leur groupe de discussion, même s'ils n'avaient qu'une compréhension incomplète des détails. Dans l'ensemble, ils jugeaient que les initiatives annoncées étaient somme toute positives et que le gouvernement du Canada avait bien réagi.

Cela dit, les participants étaient plus au fait des mesures de soutien offertes aux particuliers, notamment la Prestation d'urgence du Canada (PCU), que des initiatives destinées aux employeurs, comme la Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC). Quelques-uns avaient eu vent des annonces relatives à l'augmentation de l'Allocation canadienne pour enfants, le report des paiements hypothécaires ou de l'impôt foncier, la prolongation des dates limites de production des déclarations de revenus et d'autres mesures instaurées pour soutenir des groupes particuliers. De rares participants ont cependant mentionné avoir entendu vaguement parler de pénuries d'équipement médical, notamment d'équipement de protection individuelle (EPI) pour les travailleurs de la santé, et des tentatives répétées du gouvernement canadien pour négocier avec le gouvernement des États-Unis, qui faisait preuve d'intransigeance selon eux. La plupart estimaient que le gouvernement avait adopté la bonne approche, en faisant appel à la notion d'intérêt commun et en rappelant au gouvernement américain à quel point le commerce et les services médicaux entre les deux pays sont intégrés.

De manière générale, les participants trouvaient que le Canada gérait assez bien l'épidémie de COVID-19, surtout par rapport à des pays comme les États-Unis et aux pays plus durement touchés par l'éclosion tels que l'Italie, l'Espagne, la France et le Brésil. Par contre, ils considéraient qu'elle était mieux gérée en Allemagne, en Nouvelle-Zélande, en Corée du Sud, en Suède, en Inde et en Islande. D'après eux, ces pays avaient moins tardé que le Canada à réagir, en imposant pour la plupart un confinement à l'échelle du pays, en interdisant les déplacements interfrontaliers et en implantant des stratégies plus complètes « de dépistage et de recherche de contacts ».

Équipement médical (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec; population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural et population générale d'Edmonton et de Montréal)

D'après la plupart des participants, le Canada aurait pu être mieux préparé en ce qui concerne la constitution de stocks d'équipement de protection individuelle (EPI) pour les travailleurs de la santé ou

la mise en place d'une capacité suffisante de dépistage de la COVID-19. Beaucoup de participants étaient particulièrement préoccupés par le fait que la majeure partie de l'équipement médical était importée. Cela avivait leurs inquiétudes par rapport aux pénuries et à la capacité du Canada à y remédier, qui plus est à se préparer aux prochaines vagues. Des participants de certains lieux (c.-à-d. du Sud-Ouest de l'Ontario) étaient au courant d'efforts d'adaptation mis de l'avant par quelques entreprises canadiennes pour être en mesure de fournir de l'équipement médical fabriqué au Canada.

Invités à se prononcer sur les secteurs les plus prioritaires ou les éléments nécessaires pour mettre la main sur l'équipement médical supplémentaire requis pour lutter contre la COVID-19, les participants ont formulé de rares suggestions. Cependant, tous s'entendaient pour dire que la priorité devait être accordée à la fourniture d'un EPI complet aux travailleurs de la santé et, éventuellement, à tous les Canadiens.

Le port d'un masque par le public a également été abordé. Comme il est souligné à d'autres endroits dans ce rapport, une certaine confusion semblait régner à propos de cette question. Les participants ne savaient pas exactement quelle était la position relative aux masques ni à quel point ils sont efficaces. Dans l'ensemble, quelques participants ont admis porter un masque en public et les avis étaient partagés quant à l'idée de rendre le port du masque obligatoire sur les vols au Canada ou dans les lieux achalandés, comme les épiceries ou les transports en commun. Certains craignaient que les personnes qui portent un masque éprouvent un faux sentiment de sécurité et que cela entraîne un relâchement quant au respect des autres mesures de prévention.

Les participants des groupes de discussion tenus en Colombie-Britannique, en Alberta et au Québec évaluaient plus positivement l'état de préparation à une pandémie de leurs hôpitaux et systèmes de santé, surtout en ce qui a trait à la disponibilité de l'équipement médical. Les participants des autres groupes qui se disaient plus pessimistes avaient souvent été touchés directement par les pénuries ou le rationnement dans le secteur de la santé.

Répercussions sur le plan personnel (tous les lieux)

La pandémie affecte différemment les participants. La mesure dans laquelle ces derniers sont touchés dépend en grande partie de leur situation, y compris leurs conditions de logement, leur âge, leurs réseaux sociaux et familiaux et le type de collectivité dans laquelle ils habitent.

Parmi les groupes tenus en avril, de rares participants avaient ressenti des symptômes ou connaissaient quelqu'un chez qui ils s'étaient manifestés. Qu'importe, beaucoup de participants disaient savoir assez bien quoi faire s'ils en venaient à présenter des symptômes de la COVID-19. La plupart se mettraient en quarantaine volontaire et consulteraient un médecin seulement si leurs symptômes s'aggravaient. De nombreux participants ont appelé les lignes téléphoniques d'information sanitaire, communiqué avec leur médecin ou consulté des ressources en ligne (c.-à-d., des outils d'auto-évaluation). Cela dit, on comptait dans plusieurs groupes quelques participants qui n'étaient pas certains de la marche à suivre en cas d'apparition de symptômes de la COVID-19. Ce n'était pas clair pour eux, car ils avaient l'impression que l'information sur les mesures à prendre avait probablement changé et qu'ils ne connaissaient pas les derniers renseignements.

Pratiquement tous les participants avaient modifié leurs habitudes et comportements à des degrés plus ou moins importants. La plupart des participants pratiquaient l'éloignement physique et l'auto-isolement, désinfectaient les surfaces, nettoyaient les articles (c.-à-d. les fruits et les légumes), se lavaient les mains et faisaient du télétravail (s'ils avaient conservé leur emploi). Ils ne s'aventuraient à l'extérieur que pour faire des commissions, le plus souvent une ou deux fois par semaine. Spontanément, peu d'entre eux ont mentionné porter un masque à l'épicerie ou dans les endroits où ils risquaient de se trouver en contacts étroits avec d'autres personnes. Il en était autrement de l'éloignement physique, qui était respecté à la lettre par la plupart des participants.

Les parents faisaient partie des participants qui en avaient le plus long à dire sur la perturbation de leurs activités quotidiennes et nombre d'entre eux ont exprimé clairement leurs préoccupations concernant le fardeau de l'enseignement à domicile, surtout auprès de jeunes enfants, qui nécessitaient une supervision considérable.

Pour les participants, il était évident que les plus petites collectivités, qui sont moins densément peuplées et ont accès à plus d'espaces extérieurs, parviendraient plus facilement à maintenir une distance physique, tout en continuant de pratiquer certaines de leurs activités courantes. Toutefois, d'autres ont ajouté que les collectivités rurales et de petite taille risquaient plus d'être touchées par des perturbations de la chaîne d'approvisionnement et d'être aux prises avec une pénurie d'aliments ou d'avoir un accès plus limité à d'autres ressources qu'on trouve facilement dans les grands centres.

Isolement et éloignement physique (tous les lieux)

En avril, beaucoup de participants respectaient rigoureusement les mesures d'éloignement physique et s'efforçaient de rester à la maison autant que possible. S'ils sortaient, c'était surtout pour des déplacements essentiels, notamment pour se rendre à l'épicerie, aller chercher des médicaments ou se présenter à un rendez-vous médical. De plus, ils étaient nombreux à aller dehors pour faire de l'exercice ou divertir leurs enfants. Seuls les travailleurs essentiels qui se rendaient tous les jours au travail faisaient figure d'exceptions.

Invités à dire pendant combien de temps la population canadienne devrait continuer de pratiquer l'éloignement physique, les participants des groupes avaient des attentes variées. Même si quelques participants prévoyaient une levée des mesures à court terme (en mai), beaucoup pensaient que la population canadienne aurait à continuer d'appliquer les mesures actuelles pendant encore deux ou trois mois (de juin à août). D'autres trouvaient qu'une période plus longue, comme un an, serait plus appropriée et acceptable, car, selon eux, les directives ne seraient pas levées tant qu'un vaccin n'a pas été développé.

En raison de la normalisation des comportements d'isolement et d'éloignement physique au cours des derniers mois, la plupart des participants ont affirmé être prêts à continuer d'adhérer à ces mesures pendant quelques mois encore et s'être fait à l'idée que c'était la nouvelle réalité. Par contre, cela poserait des défis pour plusieurs, notamment sur les plans financier et émotionnel. Particulièrement pour les participants mis à pied à cause de la pandémie qui, confrontés à une baisse de revenus, ont dit qu'ils auraient de la difficulté à payer leurs factures, malgré la PCU qu'ils reçoivent. D'autres ont

abordé les conséquences sur la santé mentale. Les parents de jeunes enfants en particulier, qui trouvaient de plus en plus difficile de s'en occuper à temps plein à la maison, notamment de trouver des activités pour les divertir et de les aider à faire leurs devoirs. La difficulté à faire la transition à un enseignement en ligne pour les étudiants de niveau postsecondaire et le peu de possibilités d'emploi figuraient au centre des préoccupations des jeunes.

Par ailleurs, les participants ont indiqué que beaucoup des défis susmentionnés étaient une source de « désagréments » dans leur vie quotidienne. Outre les facteurs soulignés précédemment, le principal inconvénient relevé dans tous les groupes était l'impossibilité de rendre visite à sa famille, à des proches (comme un petit ami ou une petite amie), à ses enfants (dans le cas de parents séparés), à des amis et à d'autres personnes chères. Il était clair que les participants trouvaient difficile d'entretenir ces relations personnelles, même s'ils multipliaient les efforts pour rester en contact à l'aide d'outils en ligne. Parmi d'autres inconvénients mentionnés moins fréquemment, notons l'adaptation à une nouvelle routine et l'impossibilité de se rendre dans certains endroits, par exemple au salon de coiffure ou au restaurant ou encore chez un chiropraticien ou un physiothérapeute pour faire soigner une blessure.

Les impressions relatives aux conseils et aux renseignements émanant du gouvernement du Canada concernant les mesures d'éloignement physique ont changé au cours du mois. Au début d'avril, les avis des participants étaient partagés et ceux qui avaient des opinions négatives trouvaient que les directives étaient « trop générales » et « pas assez strictes ». Par contre, vers la fin du mois, une forte majorité de participants formulaient des commentaires positifs et trouvaient que le gouvernement fédéral fournissait tous les renseignements et conseils dont ils avaient besoin au sujet de l'éloignement physique. La plupart préféraient obtenir de l'information des médias habituels, comme la télévision et la radio et quelques participants de l'Ontario ont mentionné qu'ils aimaient que les messages provinciaux soient diffusés au moyen du système d'alerte d'urgence. Les médias sociaux ont été cités le plus souvent comme meilleur moyen de joindre les jeunes et les jeunes adultes.

Enfin, en lien avec les directives de confinement, on a demandé aux participants s'ils avaient entendu parler de l'utilisation par le gouvernement fédéral des données anonymes de localisation des téléphones cellulaires pour surveiller les gens et contrôler l'éloignement physique, puis de dire ce qu'ils en pensaient. Une plus grande proportion de participants était au courant de cette initiative au milieu du mois, quand le sujet occupait une place importante dans les médias, que vers la fin avril, alors que seuls quelques participants dans chaque groupe en avaient eu vent. Les participants étaient divisés en deux camps au sujet de l'utilisation de cette initiative. Près de la moitié étaient favorables à l'idée, car les données étaient déjà recueillies de toute façon et que cela permettrait de les utiliser pour le bien du pays. L'autre camp, qui était réfractaire à l'initiative, craignait qu'on crée ainsi un précédent, et que l'utilisation de l'initiative se poursuive une fois la pandémie freinée, ce qui soulevait des questions au sujet du respect de la vie privée et des droits et libertés de chacun. Quelques participants estimaient simplement que cette mesure n'était pas nécessaire pour le moment.

Réouverture (Edmonton, Montréal, Québec rural, Canada atlantique rural)

Très peu de gens croyaient que la COVID-19 était maîtrisée au Canada ou ailleurs dans le monde. Par conséquent, la perspective d'une réouverture imminente de l'économie et d'un relâchement des mesures d'éloignement physique suscitait de vives inquiétudes. Les participants des régions rurales du Québec étaient les mieux disposés à une reprise des activités, tandis que de nombreux autres estimaient qu'il faudrait des semaines, voire des mois, avant que cela ne soit sécuritaire. Dans les groupes d'Edmonton et du Canada atlantique rural, en particulier, les gens avaient des réserves même dans l'éventualité où les experts se feraient rassurants. Beaucoup étaient d'accord à l'idée de maintenir des mesures strictes d'éloignement physique jusqu'à la disparition des cas au Canada ou la mise au point d'un vaccin si cela permettait d'enrayer durablement le virus. Cela dit, nombre d'entre eux appréhendaient un arrêt prolongé des activités et ses répercussions sur l'économie et la vie des gens.

Au-delà des différences d'opinion quant au bien-fondé de la réouverture ou à ses délais, les participants de tous les groupes préconisaient une approche prudente, graduelle, qui conserverait certaines consignes d'éloignement physique ou comporterait de nouvelles précautions, comme le port obligatoire du masque dans les magasins et les entreprises, afin de réduire les risques.

De l'avis de la majorité, les provinces étaient les mieux placées pour déterminer le moment et les modalités de la reprise dans leur région, mais un plan national et des directives fédérales devraient également être mis en place. Les priorités des participants pour la réouverture comprenaient l'accès aux soins de santé non urgents, l'assouplissement des règles d'éloignement physique pour les membres de la famille élargie et la réouverture des aires extérieures comme les parcs et les sentiers, pour faciliter l'activité physique et les moments en plein air au retour des beaux jours.

Évaluation de messages sur la réouverture (Québec rural, Canada atlantique rural)

Les réactions aux messages du gouvernement fédéral sur la reprise des activités sociales et économiques ont quelque peu divergé entre ces deux groupes, en partie en raison de leur différence d'attitude face au relâchement des restrictions liées à la pandémie.

Dans le groupe du Québec rural, les participants étaient favorables à une réouverture prochaine. Ils avaient tendance à bien accueillir les messages axés sur un déconfinement lent et prudent, sur la levée des restrictions d'accès aux soins pour les personnes ayant des problèmes de santé non liés à la COVID-19 et sur le maintien des précautions en place afin de protéger les populations vulnérables.

Dans le groupe du Canada atlantique rural, où l'idée d'un assouplissement des restrictions dans un avenir proche inquiétait davantage, les participants s'entendaient sur le fait que l'information la plus importante avait trait au maintien des mesures de précaution, à la nécessité de continuer à respecter les restrictions, aux mises en garde contre la transmission asymptomatique, et aux consignes claires enjoignant les personnes qui présentent des symptômes à prendre contact avec un bureau de santé publique ou à passer un test de dépistage. Les participants de ce groupe ont également aimé le message de reconnaissance de la part du gouvernement qui saluait les efforts déployés par les Canadiens pour freiner la propagation.

Impacts économiques (tous les lieux)

Nouvelles économiques liées à la COVID-19

Les participants étaient fort bien renseignés sur les répercussions économiques de la COVID-19. En règle générale, ils suivaient de près les nouvelles concernant les pertes d'emplois, les difficultés des entreprises et de l'industrie ainsi que les initiatives économiques et financières mises en œuvre par le gouvernement canadien.

Préoccupations économiques

La plupart des gens redoutaient les impacts de la COVID-19 sur l'économie étant donné leur ampleur actuelle et la probabilité qu'ils perdurent. Beaucoup s'inquiétaient pour la survie des entreprises, surtout les petits commerces et les restaurants de quartier, ainsi que pour la santé de secteurs clés comme le voyage et le tourisme et son impact sur les emplois. Ils craignaient également une hausse des prix à la consommation, le risque de perturbation des chaînes d'approvisionnement et la perte de valeur de leur portefeuille personnel. Bien que moins courant, un autre motif de préoccupation spontanément cité avait trait aux effets des perturbations économiques et des dépenses gouvernementales sur le déficit. Lorsqu'on leur a posé la question directement, toutefois, les participants ont généralement indiqué que l'aide gouvernementale primait pour le moment.

Répercussions sur les finances personnelles

Les participants faisaient face à des situations variées en termes d'emploi et de sécurité financière, mais la plupart ont dit avoir été touchés financièrement, d'une façon ou d'une autre, par l'arrêt de l'économie. Ceux dont les revenus n'avaient pas changé trouvaient l'impact plutôt positif, car ils avaient moins dépensé.

Toutefois, un grand nombre de participants avaient vu le revenu de leur ménage diminuer (et touchaient soit l'assurance-emploi, soit la Prestation canadienne d'urgence). Peu se sentaient prêts à composer avec un arrêt ou un recul prolongé de l'économie. Certains puisaient dans leur maigre épargne ou parvenaient tout juste à joindre les deux bouts, tandis que d'autres, en particulier les ménages ayant un seul revenu, s'endettaient ou avaient des difficultés à payer leur loyer et à subvenir à leurs besoins de base. Même chez les participants qui jouissaient d'une plus grande sécurité financière, beaucoup étaient anxieux face à l'avenir, celui de l'économie et le leur.

Réponse du gouvernement du Canada

Connaissance

Les mesures d'urgence adoptées par le gouvernement du Canada pour venir en aide à l'économie, aux entreprises et aux ménages étaient généralement connues. Les participants savaient que le gouvernement fédéral coordonnait un effort totalisant des milliards de dollars et qu'il annonçait régulièrement de nouveaux programmes. Parmi les initiatives particulières, ils avaient entendu parler du montant mensuel de 2 000 \$ offert dans le cadre de la Prestation canadienne d'urgence (PCU) et de la subvention salariale pour les petites entreprises. Beaucoup étaient aussi au courant du versement

supplémentaire de l'allocation pour enfants et d'initiatives telles que le report des versements de taxes et des paiements hypothécaires. Au chapitre des manques d'information, plusieurs participants ont dit ne pas être sûrs de leur admissibilité à certains programmes, notamment la PCU et l'allocation pour enfants, alors que les jeunes de Montréal n'avaient pas entendu parler du programme Emplois d'été Canada. Près de la moitié des participants d'Edmonton étaient au courant de l'annonce de financement récente visant les puits orphelins.

Perceptions

Dans l'ensemble, les participants voyaient d'un bon œil l'intervention économique du gouvernement du Canada jusqu'à présent et trouvaient qu'il s'acquittait bien de la tâche d'apporter une aide rapide aux personnes qui en avaient besoin, surtout au moyen de la PCU. En contrepoint à cette opinion plutôt favorable, les participants des groupes de l'Ouest (population générale) se sont montrés plus critiques, signalant certaines lacunes dans le soutien offert. À Edmonton, en particulier, les gens estimaient que le gouvernement devrait concevoir un plan d'action plus vaste pour l'Alberta, vu les difficultés auxquelles la province est déjà confrontée dans le secteur pétrolier et gazier. Peu croyaient que l'initiative des puits orphelins changerait grand-chose.

Au sujet des autres mesures économiques et financières attendues du gouvernement fédéral, les participants ont fait diverses suggestions, mais sans parvenir à un consensus sur le moyen de combler des lacunes particulières. Figuraient parmi les recommandations la mise en place d'une planification et de programmes à plus long terme, la correction des lacunes dans les programmes actuels, et l'apport d'éclaircissements sur l'admissibilité à la PCU, en particulier, afin d'éviter toute confusion ou mauvaise surprise au moment des impôts. Il a également été question de l'importance de mieux soutenir les étudiants, y compris les récents diplômés en quête de travail, de reporter la tarification du carbone et d'accentuer l'aide dans les secteurs clés du voyage, du tourisme et de la restauration.

Évaluation de publicités sur la COVID-19 (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Ce volet de l'étude comportait l'évaluation de cinq concepts publicitaires présentés sous la forme de scripts et de vidéos, en anglais et en français. La plupart étaient destinés à la télévision et deux à la radio. Quatre des concepts visaient à communiquer au public l'importance des directives de confinement, en faisant passer le message au moyen d'approches et de porte-parole distincts. L'une des annonces portait sur l'aide financière fédérale mise à la disposition des entreprises et des particuliers.

Constatations générales

Les participants ont généralement bien accueilli ces publicités. Ils trouvaient qu'elles étaient pertinentes, venant du gouvernement fédéral, et qu'elles communiquaient au public des

renseignements importants. Ils ont également manifesté leur compréhension immédiate des principaux messages véhiculés et indiqué que les annonces étaient claires et faciles à suivre.

La plupart des participants étaient déjà familiers des publicités du gouvernement fédéral sur la COVID-19 et les mesures visant à réduire la propagation du virus. La notoriété des publicités fédérales était la plus faible dans les groupes du Québec et parmi les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique. Même là, cependant, les participants étaient habitués aux directives de santé publique émanant de tous les ordres de gouvernement.

Sur le plan de la compréhension des messages, cette familiarité constituait un atout au moment d'examiner les publicités. Non seulement les participants connaissaient-ils les directives de confinement visant à prévenir la transmission du virus, mais ils les approuvaient et avaient modifié leur quotidien pour s'y conformer. En termes d'impact, cependant, cette familiarité était vue comme un obstacle à l'efficacité publicitaire. Les participants avaient souvent l'impression d'avoir déjà vu et entendu ces messages, de sorte que l'attention qu'ils accorderaient à des annonces sur les mesures de confinement ou leur motivation à agir serait quelque peu émoussée. Plusieurs croyaient que ces messages ne s'adressaient pas à eux, et de rares personnes pensaient consulter le site Web du gouvernement du Canada sur la COVID-19 pour obtenir plus d'informations.

De l'avis général, cela dit, l'approche créative des annonces parvenait à présenter sous un jour nouveau des messages connus. Le recours à des célébrités, à des experts médicaux, à des astronautes ou à des gens ordinaires à titre de porte-parole paraissait une technique efficace pour rehausser l'impact publicitaire. De même, le choix d'enregistrer les messages à domicile dans la plupart des annonces a été vu comme un élément inhabituel et donc distinctif. De nombreux participants ont dit avoir été interpellés par les messages secondaires, greffés à l'objectif perçu des annonces, sur les valeurs communes, la résilience des Canadiens et les sacrifices collectifs pour le bien des êtres chers et de la société. Les formulations décrivant explicitement la COVID-19 comme un problème grave, mettant des vies en danger, ont également capté l'attention des participants (qui généralement les croyaient exactes et opportunes), tout comme l'information sur la transmission asymptomatique.

Comme on le verra dans ce qui suit, certaines publicités ont connu un succès variable en fonction du groupe.

Concept A : Célébrités

Script pour la télévision

La plupart des participants ont aimé cette annonce pour sa simplicité, la clarté de son message et son choix de personnalités canadiennes comme porte-parole. Cette stratégie permettait à l'annonce de se démarquer, selon eux, et de joindre un large éventail de la population. Ils y voyaient également un message appelant les Canadiens de tous les horizons à unir leurs efforts pour enrayer la propagation du virus. Le recours aux célébrités n'a cependant pas convaincu tout le monde. Certains trouvaient que cela manquait de sérieux. D'autres au contraire — surtout dans les groupes du Québec, où le taux de rappel des publicités fédérales était faible — appréciaient cette approche inusitée pour une annonce

gouvernementale. Plusieurs participants ont suggéré à titre d'amélioration d'inclure au moins une vedette connue des jeunes.

Concept B : Experts médicaux

Script et vidéo pour la télévision

Ce concept publicitaire a paru à beaucoup de gens plus crédible et plus sérieux que le précédent, et donc plus efficace. Les participants trouvaient aussi l'annonce plus instructive de par l'attention qu'elle porte à la transmission asymptomatique et à la gravité de la COVID-19, présentée comme une affaire de vie ou de mort. Les participants du Québec, toutefois, qui devaient comparer cette publicité à celle mettant en scène des personnalités canadiennes, l'ont trouvée typique des messages gouvernementaux sur la COVID-19 par son recours à des experts pour conseiller le public, et moins frappante pour cette raison. Dans les groupes où l'annonce a été comparée au concept C, décrit ci-dessous, la plupart des participants ont affirmé qu'elle saurait mieux convaincre les gens de rester chez eux. Ils ont cité à l'appui la diversité de ses porte-parole, susceptibles de plaire à un grand nombre de personnes, et leur expertise médicale.

Concept C : Astronaute

Script pour la télévision et la radio

Cette narration à la première personne par un astronaute qui fait un parallèle entre l'isolement social vécu durant la pandémie et son expérience dans l'espace a généralement plu aux participants. Ils trouvaient le message humain et authentique, et ceux qui connaissaient Chris Hadfield ou David Saint-Jacques ont dit ressentir un lien personnel plus fort avec eux. La teneur du message, l'accent qu'il met sur les personnes chères et sur l'endurance, tout comme le choix de le présenter à partir du domicile, contribuaient au caractère intime et réconfortant de la publicité et ont trouvé des échos chez les participants. Les jeunes de Montréal ont particulièrement aimé ce concept et ont eu tendance à dire qu'il leur parlait davantage que l'annonce mettant en scène les experts médicaux.

Concept D : Aide financière

Vidéo pour la télévision

La plupart ont aimé cette publicité et son message sur l'aide financière fédérale mise à la disposition des particuliers et des entreprises. Bien que déjà au courant de ces mesures, les participants trouvaient que la publicité transmettait des renseignements importants au public ainsi qu'un message encourageant sur l'intervention du gouvernement pour aider le pays à traverser la crise économique actuelle. Ils étaient généralement sensibles au charme des dessins animés et de la saynète communautaire, qui fait entrer chez les gens et montre la reprise des activités sur une rue commerçante. Dans le groupe de Montréal — l'un des deux groupes ayant examiné la version la plus achevée de la publicité — les participants ont tout spécialement aimé la diversité des personnes

représentées et le nom familier de l'une des enseignes commerciales (Tremblay). À Edmonton, en revanche — l'autre groupe ayant vu la même version — les gens y étaient moins réceptifs et ne partageaient pas son optimisme. Ils avaient le sentiment que le gouvernement fédéral n'en faisait pas assez pour atténuer les effets des fermetures liées à la pandémie. Les participants de ce groupe étaient également moins séduits par l'animation et la représentation de la communauté, qu'ils trouvaient impersonnelle ou générique. Le fait que la version anglaise de la publicité ne nomme pas les commerces représentés a pu contribuer à ce point de vue.

Concept E : Expérience de la COVID-19

Script pour la radio

Cette publicité, qui raconte une expérience vécue et les conséquences de la maladie, a eu un fort impact émotionnel. Lors de l'évaluation d'annonces précédentes, plusieurs participants avaient spontanément noté qu'une personne ordinaire atteinte de la COVID-19 ferait une bonne porte-parole pour les messages de confinement, car le public s'y identifierait plus facilement qu'à des célébrités ou des médecins. À cet égard, l'annonce a été une réussite. Dans la généralité des cas, les gens l'ont trouvée authentique et efficace. Ils ont très souvent supposé qu'elle avait pour public cible les jeunes et qu'elle leur adressait un message nécessaire sur leur vulnérabilité personnelle, afin qu'ils prennent plus au sérieux le virus ou les directives en matière de distanciation sociale.

Parlement virtuel (Québec rural, Canada atlantique rural)

Après avoir informé les participants que les restrictions liées à la pandémie empêchaient le Parlement du Canada de se réunir régulièrement, on leur a demandé quelle solution de rechange leur paraissait préférable dans les circonstances : des sessions auxquelles une fraction seulement des députés participeraient en personne ou des sessions tenues virtuellement par webcam.

Les avis étaient partagés. Certains participants du Québec rural et la majorité du groupe de l'Atlantique rural penchaient pour les sessions virtuelles, pourvu qu'elles puissent avoir lieu de façon sécuritaire. Toutefois, un nombre assez élevé de participants du Québec rural avaient des préoccupations relatives à la cybersécurité et à un possible piratage des sessions virtuelles et des plateformes vidéo les accueillant. Certains présumaient que des informations confidentielles ou secrètes seraient abordées lors de ces réunions. Certains pensaient également qu'en règle générale, les rencontres en personne étaient un moyen plus efficace de débattre des enjeux qui intéressent le Parlement et de régler les divergences d'opinion.

Autres sujets d'actualité concernant le gouvernement fédéral (Québec rural, Canada atlantique rural)

Invités à dire s'ils avaient récemment entendu parler de dossiers gouvernementaux non liés à la pandémie, une poignée de participants des deux groupes ont fait allusion aux oléoducs en général, ou

aux manifestations et aux barrages des Wet'suwet'en en particulier. D'autres ont indiqué ne pas avoir entendu parler d'autres enjeux.

De l'avis de la plupart des gens, la priorité que le gouvernement donnait à la COVID-19 était pour l'instant pleinement justifiée vu l'impact de la pandémie au Canada et son envergure mondiale. Les participants du Québec rural s'entendaient sur le fait que cette attention soutenue rassemblait le pays et avait des effets salutaires sur la teneur des affaires publiques. Certains participants du Canada atlantique rural ont toutefois dit souhaiter qu'on élargisse la portée des discussions sur la COVID-19 et ses répercussions pour aborder un ensemble plus vaste de questions touchant par exemple au système de justice pénale, à la santé mentale et à la violence conjugale. Le seul participant, dans le groupe du Québec rural, qui trouvait excessive l'attention accordée à la COVID-19 à l'heure actuelle en imputait la faute aux médias plutôt qu'au gouvernement.

COMPLÉMENT D'INFORMATION

The Strategic Counsel
Numéro de contrat : 35035-182346/001/CY
Date d'octroi du contrat : 27 juin 2019
Valeur du contrat : 808 684,50 \$

Résultats détaillés

Chronologie des annonces en avril

Pour permettre de mieux comprendre le contexte entourant la tenue des groupes de discussion durant la pandémie de COVID-19, voici un bref rappel des événements au Canada en avril.

- À la fin mars :
 - Le gouvernement annonce des mesures de soutien destinées aux particuliers [Prestation d'urgence du Canada (PCU)] et aux entreprises [Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) et Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes (CUEC)].
 - Toutes les mesures de restriction aux frontières sont en place au Canada, y compris l'auto-isolement obligatoire pour les personnes qui rentrent au Canada.
- Du 1^{er} au 10 avril
 - Tenue de groupes de discussion auprès de petites municipalités du Québec (1^{er} avril) et de parents de la RGT (2 avril).
 - Le 3 avril : Le gouvernement du Canada annonce un investissement de 100 millions de dollars afin d'améliorer l'accès aux aliments pour les Canadiens qui font face aux impacts de la pandémie de COVID-19 sur la santé, ainsi qu'à ses répercussions sociales et économiques. Le président des États-Unis demande à l'entreprise 3M d'arrêter d'exporter des masques N-95 au Canada.
 - Tenue d'un groupe de discussion auprès des nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique (7 avril).
 - Le 8 avril : Le gouvernement du Canada annonce des changements temporaires au programme Emplois d'été Canada qui aideront les employeurs à embaucher du personnel pour l'été et permettront aux jeunes Canadiens d'obtenir des emplois.
 - Tenue d'un groupe de discussion auprès de jeunes de Montréal (8 avril).
 - Le 9 avril : L'administratrice en chef de la santé publique du Canada publie les données de modélisation sur l'épidémie de COVID-19 du gouvernement du Canada. Les projections comprennent différents scénarios et des prévisions à long terme, y compris un bilan de 11 000 à 22 000 décès des suites de la pandémie.
 - Tenue d'un groupe de discussion auprès de petites municipalités du Québec (9 avril).

- Du 11 au 17 avril
 - Le 14 avril : Le gouvernement du Canada annonce des mesures d'aide supplémentaires suivantes pour répondre aux besoins immédiats des habitants du Nord dans les secteurs de la santé, de l'économie et du transport.
 - [Tenue d'un groupe de discussion auprès de travailleurs au chômage ou mis à pied en raison de la COVID-19 du Sud-Ouest de l'Ontario \(14 avril\).](#)
 - Le 15 avril : Le gouvernement du Canada annonce que les travailleurs pourront avoir un revenu pouvant atteindre 1 000 \$ par mois tout en recevant la PCU et qu'il élargit l'admissibilité à la PCU aux travailleurs qui ont récemment épuisé leurs prestations régulières d'assurance-emploi, y compris les travailleurs saisonniers. De plus, le gouvernement fédéral annonce qu'il travaillera avec les provinces et les territoires pour offrir un complément salarial temporairement aux travailleurs qui sont jugés essentiels à la lutte contre la COVID-19 et qui gagnent moins de 2 500 \$.
 - [Tenue d'un groupe de discussion dans les basses-terres continentales de la Colombie-Britannique \(15 avril\).](#)
 - Le 16 avril : Le gouvernement du Canada annonce de nouvelles mesures pour soutenir les petites entreprises, notamment qu'il va rendre accessible le CUEC aux entreprises qui ont cumulé entre 20 000 \$ et 1,5 million de dollars en masse salariale en 2019. Il annonce aussi son intention de mettre en place l'Aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial (AUCLC) destinée aux petites entreprises.
 - [Tenue d'un groupe de discussion auprès d'ainés du Québec rural \(16 avril\).](#)
 - Le 17 avril : Le gouvernement du Canada annonce qu'il consacrera plus de 1,7 milliard de dollars à des mesures ciblées pour protéger les emplois des Canadiens et offrir un plus grand soutien aux entreprises et aux organisations qui font face aux impacts économiques de la COVID-19. Il annonce aussi un investissement de 1,72 milliard de dollars, pour le nettoyage des puits abandonnés de l'Alberta, de la Saskatchewan et de la Colombie-Britannique, dans le but de soutenir les Canadiens qui travaillent dans le secteur énergétique pendant la pandémie de COVID-19.
 - Le 18 avril : Le gouvernement du Canada annonce que la fermeture de la frontière canado-américaine aux déplacements non essentiels est prolongée. Il annonce également un financement pouvant atteindre 306,8 millions de dollars pour aider les entreprises autochtones.

- Du 18 au 24 avril
 - Le 21 avril : Le gouvernement du Canada annonce un investissement de 350 millions de dollars pour soutenir les Canadiens vulnérables grâce aux organismes de

bienfaisance et aux organisations à but non lucratif qui fournissent des services essentiels aux gens dans le besoin.

- Tenue d'un groupe de discussion à Edmonton (21 avril)
 - Le 22 avril : Le gouvernement du Canada annonce des mesures de soutien globales de presque 9 milliards de dollars destinées aux étudiants de niveau postsecondaire et aux nouveaux diplômés, dont la Prestation canadienne d'urgence pour les étudiants et la Bourse canadienne pour le bénévolat étudiant.
 - Le 23 avril : Le gouvernement du Canada annonce un investissement de plus de 1 milliard de dollars pour appuyer une stratégie nationale de recherche médicale pour lutter contre la COVID-19. Cette stratégie vise notamment l'élaboration d'un vaccin et de médicaments, ainsi que le suivi du virus.
 - Tenue d'un groupe de discussion à Montréal (23 avril)
 - Le 24 avril : Le gouvernement a conclu une entente de principe avec toutes les provinces et tous les territoires pour mettre en œuvre l'Aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial (AUCLC) destinée aux petites entreprises. Ce programme réduira de 75 % les loyers des petites entreprises touchées par la COVID-19.
- Du 25 au 30 avril
 - Tenue d'un groupe de discussion dans le Québec rural (27 avril)
 - Le 28 avril : Le premier ministre présente la déclaration commune des premiers ministres sur la relance de l'économie.
 - Tenue d'un groupe de discussion au Canada atlantique rural (29 avril)

La COVID-19 dans l'actualité (tous les lieux)

Connaissance globale

Beaucoup de participants suivaient avec intérêt les nouvelles et les informations au sujet de la COVID-19 et la plupart d'entre eux étaient assez bien au fait de questions précises. Invités à dire ce qu'ils avaient entendu récemment ou au cours des quelques derniers jours à cet égard, les participants ont eu tendance à souligner :

- Ce qui se passait dans leur province, au Canada et dans le monde, notamment le nombre de cas et les graves conséquences de cet enjeu. Certains participants ont commenté la situation en Italie, où le nombre de décès était particulièrement élevé, et celle aux États-Unis, qui sont devenus l'épicentre de la pandémie de COVID-19 pendant la période durant laquelle les groupes de discussion ont eu lieu. D'autres ont mentionné que certains pays européens commençaient à parler de la possibilité d'assouplir progressivement les restrictions;
- Des renseignements précis sur le virus, par exemple, comment il se transmet, quel est rôle des enfants dans la propagation du virus (même en l'absence de symptômes) et combien de temps le virus survit sur les surfaces;
- Les symptômes associés au virus et l'incidence sur le plan médical — les participants de différents groupes ont soulevé des problèmes et des questions à propos des symptômes de la COVID-19 (c.-à-d., aux orteils et aux pieds, lésions aux doigts) et la manière dont le virus s'attaque aux poumons, au cerveau et au cœur et y cause des lésions. D'autres avaient entendu dire que le virus est particulièrement virulent chez les personnes âgées, mais qu'il est plus inoffensif chez les gens plus jeunes qui sont généralement en bonne santé;
- Les mesures actuelles en place pour prévenir la propagation, y compris l'éloignement physique, l'auto-isolément et la désinfection ou le nettoyage des surfaces et des vêtements, etc. La question visant à savoir s'il fallait porter ou non un masque a notamment été abordée dans certains groupes par quelques participants qui se sont dits perplexes par rapport aux conseils donnés en la matière;
- L'assouplissement des restrictions et la réouverture. À cet effet, les participants du Québec rural ont discuté de la réouverture des écoles. D'autres ont mentionné que pour aller de l'avant avec le plan de « déconfinement », le nombre de cas devra rester peu élevé, car une hausse du taux d'infection forcerait les autorités à resserrer de nouveau les restrictions. Au sein du groupe représentatif de la population générale du Canada atlantique, les participants ont également mentionné que même si des pays européens avaient commencé à assouplir les restrictions, les responsables du gouvernement du Canada avaient affirmé que le pays n'était pas rendu à cette étape. Parmi d'autres groupes, les participants s'attendaient plutôt à ce que la période d'isolement soit prolongée.

La situation dans les centres d'hébergement et de soins de longue durée a été relevée en particulier dans le groupe d'aînés du Québec rural, y compris le manque de personnel et les nombreux décès qui s'y sont produits. La concentration des cas dans ces types de lieux a également été soulevée à

Edmonton, les participants indiquant que la majorité des cas semble être survenue dans des foyers de soins.

Même si les participants prêtaient manifestement attention à des nouvelles portant sur un vaste éventail de sujets, tant à l'échelle nationale qu'internationale, quelques-uns se sentaient submergés par le volume d'informations, de sorte qu'ils en ignoraient certaines, car ils estimaient savoir ce qu'il fallait faire. En ce qui concerne leurs niveaux de connaissance, les participants laissaient entendre qu'ils savaient quels comportements adopter : rester à la maison, faire du télétravail, si possible, ne sortir qu'en cas de nécessité et communiquer avec un service de télésanté en cas de symptômes.

Par ailleurs, d'autres trouvaient que l'information avait évolué au fil des semaines et que cela engendrait de la confusion au lieu de rendre les choses plus claires. La question du port du masque a été donnée en exemple. Selon certains participants du groupe de discussion tenu dans le Sud-Ouest de l'Ontario, même si les informations communiquées au départ étaient assez cohérentes, le débat sur le port d'un masque artisanal était désormais déroutant et contradictoire. De plus, d'après un participant, il y a beaucoup de désinformation dans le domaine public, tout dépendant de la source.

À Montréal, les participants d'un groupe de jeunes ont été invités à dire s'ils avaient entendu quelque chose à propos de la COVID-19 qui se rapportait à leur groupe d'âge. Les réponses étaient assez diversifiées, allant des mesures prises pour fermer les parcs et limiter l'accès aux endroits où les jeunes se réunissent habituellement, à l'imposition d'amendes considérables pouvant atteindre 1 000 \$ à 6 000 \$ aux personnes qui ne respectent pas les sanctions ou restrictions en vigueur. D'autres ont fait état de l'attitude laxiste des jeunes, découlant le plus souvent de l'impression que les membres de leur groupe démographique sont moins susceptibles d'être infectés par le virus, ou que s'ils le contractent, ils risquent peu de présenter des symptômes ou d'être très malades. Par conséquent, ils ont dit que les jeunes étaient plus enclins à se rassembler et à fréquenter des lieux publics. Même si les participants comprenaient, en général, qu'ils pouvaient être porteurs du virus et le transmettre à des personnes âgées, certains trouvaient en revanche que les aînés étaient beaucoup moins susceptibles de respecter les mesures préventives ou de prendre des précautions.

Au sein des groupes tenus dans la RGT et auprès de résidents de petites municipalités du Québec, on a demandé aux participants s'ils avaient entendu parler de la nouvelle mesure d'auto-isolement obligatoire pour les personnes qui rentrent au Canada. La plupart avaient entendu parler de la mise en quarantaine volontaire de 14 jours, et au Québec en particulier, des lourdes sanctions (c.-à-d. des amendes) imposées aux contrevenants. Moins de participants de la RGT connaissaient cet aspect des mesures d'auto-isolement volontaire. De rares participants croyaient que cette exigence ne devait pas s'appliquer à certains groupes de travailleurs, dont les camionneurs et les travailleurs étrangers temporaires.

Sources d'information

Les participants utilisaient un vaste éventail de sources pour se renseigner sur la COVID-19, notamment les médias traditionnels, les nouveaux médias et le bouche-à-oreille.

Beaucoup ont affirmé suivre les points de presse quotidiens du gouvernement fédéral et des provinces, y compris ceux des dirigeants gouvernementaux et des responsables de la santé publique. Ils les écoutent en direct à la télévision ou pendant leur diffusion en ligne ou sur Facebook. Les participants du Québec avaient tendance à se fier davantage aux informations véhiculées par le cabinet du premier ministre de la province qu'à celles émanant du gouvernement du Canada.

Les médias TVA, La Presse, Le Devoir, Le Journal de Montréal et Radio-Canada ont été mentionnés comme sources d'information traditionnelles au Québec. Dans les autres lieux, la CBC a été citée, ainsi que CP24 (en Ontario) de même que d'autres médias, y compris des applications et des agrégateurs de nouvelles.

Les participants étaient nombreux à se tourner vers les médias sociaux pour obtenir de l'information sur la COVID-19, à commencer par Facebook et dans une moindre mesure YouTube et Twitter, mais ont mentionné la crédibilité douteuse des renseignements publiés sur ces sources. À cet effet, un participant du Québec consultait le site Web des « Décrypteurs » pour vérifier des informations ou appelait un ami qui travaille à l'urgence. Malgré tout, les participants suivaient activement les liens des publications Facebook.

Les professionnels de la santé et les revues scientifiques ont été mentionnés comme sources par quelques participants, en particulier ceux ayant un ami ou un proche qui travaille dans le secteur de la santé. Souvent, ces participants « vérifiaient les faits » auprès de ces personnes pour s'assurer de la véracité des informations obtenues d'autres sources.

Les commentaires des participants ont révélé qu'ils font appel à leurs réseaux familiaux et à leur cercle d'amis, avec qui ils échangent régulièrement de l'information. Les parents, en particulier, ont une influence sur ce que leurs enfants entendent et connaissent à propos de la COVID-19, y compris les enfants plus âgés (c.-à-d., les jeunes adultes). Une autre source d'information est la famille à l'étranger, surtout chez les nouveaux arrivants ou les immigrants au Canada. Ces derniers peuvent ainsi observer des tendances sous un angle plus international. Après tout, les nouvelles « se propagent plus vite » dans certains pays, aux dires de quelques participants, en donnant comme exemple l'Asie du Sud-Est. Plusieurs participants qui sont originaires de cette région et communiquent encore avec la famille et les amis qui s'y trouvent ont affirmé avoir entendu parler du virus dès le début janvier.

Enfin, les employeurs constituent également une source d'information au sujet de la COVID-19. Quelques participants ont indiqué recevoir régulièrement des bulletins ou des mises à jour des entreprises pour lesquelles ils travaillent. Celles-ci étaient toutes deux du secteur de la santé : une pharmacie et une entreprise de gestion de cliniques.

Réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19 (tous les lieux)

Connaissance et impressions

Vue d'ensemble

Au cours du mois d'avril, les participants de tous les groupes connaissaient bien la réponse du gouvernement fédéral à la pandémie de COVID-19. Selon une perspective de macro-niveau, la plupart des participants estimaient que le gouvernement du Canada continuait de jouer un rôle très actif dans la gestion de la pandémie et qu'il fournissait aux Canadiens l'aide dont ils avaient besoin pour surmonter cette période difficile.

Un grand éventail d'initiatives ont été mises en œuvre tout au long du mois d'avril et les commentaires des participants portaient sur trois thèmes précis : les initiatives financières, les fournitures médicales et la réponse du gouvernement fédéral par rapport à celle des provinces.

Initiatives financières

Une majorité de participants était au courant du soutien financier fourni par le gouvernement du Canada dans le cadre de diverses initiatives à l'intention des particuliers et des entreprises. Les participants étaient en général bien au fait des dernières annonces et conscients des nombreuses initiatives mises en place par le gouvernement fédéral pour offrir une aide aux Canadiens durant la pandémie.

Parmi les mesures de soutien, ce sont celles offertes aux particuliers qui ont été citées le plus souvent et les discussions tournaient surtout autour de la Prestation d'urgence du Canada (PCU). Beaucoup de participants ont pu fournir des détails sur le programme, notamment qu'il s'agit d'une prestation de 2 000 \$ toutes les quatre semaines, d'une durée maximale de quatre mois, pour les travailleurs admissibles qui ont perdu leur revenu. Dans les basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, le groupe des nouveaux arrivants a souligné que le gouvernement fédéral entendait offrir de l'aide aux gens dans le cadre de cette initiative « d'ici un mois ». Le groupe représentatif de la population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique s'est dit fier de ce que le gouvernement du Canada avait accompli, en particulier de la mise en œuvre rapide de la PCU. Au sein du deuxième groupe du Québec composé de résidents de petites municipalités, certains étaient au courant d'autres mesures mises en place pour aider les travailleurs autonomes ou salariés qui ne seraient autrement pas admissibles à l'assurance-emploi.

Quelques participants avaient entendu parler de l'augmentation de l'Allocation canadienne pour enfants (surtout dans le premier groupe de résidents de petites municipalités du Québec) et un certain nombre de jeunes du groupe de Montréal connaissaient la Prestation canadienne d'urgence pour les

étudiants (PCUE). Le report des paiements hypothécaires ou de l'impôt foncier et la prolongation des dates limites de production des déclarations de revenus figurent également parmi les mesures de soutien citées. Par ailleurs, les groupes de la Colombie-Britannique ont aussi mentionné les subventions de BC Hydro, un supplément temporaire au loyer versé aux propriétaires et des politiques interdisant l'expulsion de locataires.

Les mesures de soutien pour les entreprises ont aussi été abordées, mais moins fréquemment, et avec moins de précision par rapport aux initiatives offertes aux particuliers. La Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) était présente à l'esprit de la plupart des gens et elle a été citée spontanément dans certains des groupes du Québec et de l'Ontario. Même si peu de participants connaissaient le nom du programme, certains ont pu en fournir une description, qui a permis à d'autres participants de reconnaître la mesure. Les participants capables d'expliquer le programme savaient que les employeurs admissibles avaient droit à une subvention correspondant à 75 % des salaires de leurs employés. Pour ce qui est des critères d'admissibilité au programme, de rares participants croyaient que les entreprises admissibles devaient avoir subi une baisse de revenus de 30 % (l'idée initiale, à savoir une baisse de 10 % des revenus, n'avait pas été accueillie favorablement). Les participants du groupe tenu dans le Sud-Ouest de l'Ontario étaient également au fait d'un financement offert par le gouvernement fédéral sous forme de prêt aux petites entreprises admissibles qui pouvait atteindre 40 000 \$.

Fournitures médicales

Même si de nombreux participants pensaient que le Canada faisait face à une pénurie d'équipement de protection individuelle (EPI) en avril (voir la section sur l'équipement médical), la plupart d'entre eux étaient au courant des mesures prises par le gouvernement du Canada pour remédier à la situation. Beaucoup de participants ont mentionné que le gouvernement fédéral travaillait avec des entreprises canadiennes afin d'augmenter la production intérieure d'EPI dont on a grand besoin, comme les masques et les ventilateurs. Plus tard durant le mois, les participants ont formulé des commentaires élogieux sur la coordination de l'approvisionnement en fournitures médicales entre le gouvernement fédéral et les provinces.

De plus, certains participants ont dit avoir eu vent de négociations entre le Canada et divers pays. Ils ont donné en exemple les pourparlers du gouvernement canadien avec le gouvernement américain pour que les masques N95 exportés des États-Unis soient expédiés au Canada, conformément à l'entente initiale. À Edmonton, certains se sont dits particulièrement préoccupés par la réception de masques N95 de mauvaise qualité de la Chine.

Réponse du gouvernement fédéral par rapport à celle des provinces

Dans le cadre d'une discussion générale sur le niveau de connaissance, certains participants du Québec ont abordé les réponses respectives des gouvernements canadien et québécois. Bien que le premier ait semblé avoir pris du temps à réagir comparativement au gouvernement du Québec, les participants trouvaient que ça allait de soi, car le gouvernement du Canada devait gérer la crise sur plusieurs plans.

Dans le groupe représentatif de la population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, quelques participants ont dit qu'ils suivaient les conseils en matière de santé de la province plutôt que ceux du gouvernement fédéral, qu'ils jugeaient moins pertinents, étant donné que la santé est avant tout un domaine de compétence provinciale.

Dans tous les groupes, beaucoup de participants ont eu de la difficulté à établir une distinction nette entre les activités, en fonction de l'ordre de gouvernement ou de l'établissement public dont elles relèvent.

Autres éléments cités

À part les trois thèmes ci-dessus, d'autres points ont été soulevés lors de la discussion portant sur la connaissance qu'avaient les participants de la réponse du gouvernement du Canada à la pandémie de COVID-19. Il a été question du premier ministre (p. ex. de ses points de presse quotidiens, de son auto-isolement), de la collaboration des différents partis politiques, de la transition de Service Canada à un accès uniquement en ligne ou de l'impression qu'il aurait dû recommander plus tôt de porter un masque. Par ailleurs, certains participants du groupe de jeunes de Montréal pensaient que le gouvernement fédéral avait décrété l'état d'urgence (mais pas le gouvernement provincial).

Aînés (Québec rural)

Les aînés du Québec rural étaient au courant des informations sur la pandémie destinées à leur groupe d'âge. Les participants ont discuté du fait que les aînés, en particulier ceux qui ont des conditions préexistantes, sont beaucoup plus à risque de contracter le virus et que les personnes plus âgées devraient respecter à la lettre les directives de confinement du gouvernement et éviter de visiter d'autres personnes. De plus, ils pensaient que les aînés des centres d'hébergement et de soins de longue durée étaient exposés à des risques supplémentaires.

Aucun aîné n'a mentionné spontanément avoir entendu quelque chose au sujet d'une augmentation du financement par le gouvernement fédéral pour les aînés touchés par la pandémie de COVID-19. Après avoir appris de l'animateur que le gouvernement fédéral avait annoncé qu'il verserait 9 millions de dollars, par l'intermédiaire de Centraide Canada, aux organismes locaux qui soutiennent la prestation de services aux aînés canadiens, les participants ont réagi de manière assez favorable, dans l'ensemble, mais ont émis quelques réserves importantes. Il fallait selon eux s'assurer de remettre l'aide aux organismes appropriés. Certains croyaient que de tels programmes et services étaient déjà en place à l'échelle locale et que l'aide devait plutôt être réservée aux secteurs où les besoins sont les plus importants, comme les centres d'hébergement et de soins de longue durée vulnérables. Personne dans ce groupe ne connaissait quelqu'un qui pourrait tirer parti de ce programme en particulier.

Modèle de prévision du gouvernement du Canada (Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural, Edmonton)

En général, les participants des groupes tenus en avril n'ont pas cité spontanément le modèle de prévision du gouvernement du Canada (qui comprend des projections sur le nombre de décès et la durée de la pandémie). Cependant, lorsqu'on les a interrogés explicitement sur cette question, les participants (des quatre groupes ci-dessus) en avaient une connaissance variée.

Dans les groupes du Sud-Ouest de l'Ontario et des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, tenus au milieu du mois, peu après la publication du modèle, de rares participants en avaient eu connaissance. En ce qui concerne le nombre de décès, les participants se rappelaient que le scénario pessimiste faisait état de 3 000 décès possibles au Canada et le scénario optimiste de 15 000. Le nombre considérable de décès en a surpris quelques-uns, et une discussion a suivi sur l'éloignement physique, qui est plus important que jamais, et qu'on devra respecter pendant un bon moment encore. Pour ce qui est de la durée, les participants trouvaient en général qu'elle était plus longue que ce à quoi ils s'attendaient et ne saisissaient pas très bien l'idée de confirmer un sommet à plusieurs vagues. Les participants ont également soulevé des questions sur la qualité des données présentées, compte tenu du faible nombre de tests réalisés et de la difficulté à faire des estimations exactes à l'échelle nationale. Selon eux, un portrait plus précis pouvait être dégagé des données régionales, étant donné que le nombre de cas et de décès variait d'un coin à l'autre du pays.

Plus tard au cours du mois, les participants du groupe d'Edmonton et du groupe d'aînés du Québec rural n'étaient guère au courant et ne semblaient pas se souvenir du modèle de prévision publié plus tôt dans le mois. Un participant d'Edmonton a mentionné avoir entendu quelque chose lors d'un bulletin d'information national qui dressait « un portrait assez sombre » et que « son opinion a changé à partir de ce moment-là ».

Prolongation de la fermeture de la frontière canado-américaine (Edmonton, Montréal, Québec rural et Canada atlantique rural)

Connaissance

Les participants étaient en général au courant que le gouvernement canadien et le gouvernement américain tentaient d'en arriver à un accord visant à prolonger d'un mois la fermeture de la frontière canado-américaine. Une plus grande proportion de participants d'Edmonton et de Montréal connaissait cet enjeu, car il avait été annoncé peu de temps avant leurs discussions. Ces groupes étaient favorables à l'idée, en raison des taux d'infection élevés aux États-Unis. Plus tard dans le mois, la majorité des participants des groupes du Québec rural et du Canada atlantique rural en avaient entendu de parler et en connaissaient vaguement les détails, mais après avoir discuté de ce point, ils appuyaient tous la décision.

Moment de la réouverture de la frontière canado-américaine et conditions nécessaires

Les participants des quatre groupes avaient différentes opinions au sujet du moment de la réouverture. Certains s'attendaient à une réouverture d'ici quelques mois (par exemple en juillet ou en

août) et d'autres, dans six mois (en octobre). Les participants du groupe du Canada atlantique rural ne voyaient pas d'un très bon œil la réouverture de la frontière canado-américaine dans un avenir rapproché, car ils considéraient la stratégie de lutte contre la pandémie des États-Unis comme une menace éventuelle pour le Canada.

Voici les conditions essentielles à remplir avant de rouvrir la frontière selon les participants : l'assurance que l'augmentation du nombre de cas et la propagation du virus sont maîtrisées dans les deux pays, la réalisation de tests à grande échelle et, d'après certains, l'accès à un vaccin.

Les participants étaient favorables à une réouverture très graduelle des activités économiques et souhaitaient d'abord constater des progrès concrets en matière de sécurité. Ceux des groupes de Montréal et du Québec rural pensaient que peu importe le moment de la reprise de l'économie, il faudra réévaluer et examiner périodiquement la situation en fonction du nombre de cas.

Opinions sur les voyages aux États-Unis

Dans l'ensemble des groupes, presque personne n'envisagerait alors de voyager aux États-Unis si la frontière était ouverte. Après une discussion plus approfondie, certains ont dit qu'ils se rendraient peut-être aux États-Unis au cours des mois à venir (dans les deux à huit prochains mois), mais seulement une fois que le nombre de cas aurait suffisamment baissé pour qu'ils se sentent en sécurité. Une personne a dit qu'elle ne s'y rendrait qu'après avoir contracté le virus et acquis une immunité.

Évaluation de la réponse du gouvernement du Canada à la COVID-19

Évaluation globale

Invités à évaluer si le gouvernement du Canada avait réagi de manière appropriée à la crise de la COVID-19, une forte majorité de participants ont répondu par l'affirmative. Cette opinion très positive a été exprimée tout le mois durant, dans tous les groupes.

Les participants parlaient en termes élogieux de l'approche globale employée par le gouvernement fédéral pour s'occuper de tous les Canadiens et du leadership dont il a fait preuve dans le contexte d'incertitude qui caractérise cette crise mondiale sans précédent. La plupart étaient d'avis que le Canada s'en tirait bien par rapport à d'autres pays, surtout en ce qui concerne les mesures de soutien financier.

Toutefois, la réponse du gouvernement a fait l'objet de quelques vives critiques, communes à tous les groupes tout au long du mois. C'est surtout la lenteur de la réponse du gouvernement du Canada au début de la pandémie que les participants ont jugé préoccupante. Selon beaucoup d'entre eux, le gouvernement fédéral aurait dû fermer plus rapidement les frontières et les aéroports. Quelques participants trouvaient que les vols internationaux ont pu continuer d'atterrir au Canada pendant trop longtemps. D'autres ont dit que la mise en œuvre des mesures de confinement, notamment l'éloignement physique, aurait dû débiter avant, en employant une approche plus directe et stricte. Vers le milieu du mois, les participants ont commencé à formuler des commentaires sur les effets à long terme de l'intervention du gouvernement et à se dire préoccupés quant à l'avenir des finances

publiques. Enfin, les participants d'Edmonton avaient l'impression que le gouvernement du Canada ne soutenait pas les petites entreprises.

Priorités en ce qui concerne les prochaines étapes

Invités à préciser ce que le gouvernement du Canada pourrait faire pour soutenir les Canadiennes et les Canadiens pendant cette crise, les participants ont formulé toutes sortes de recommandations. Aucune idée n'a fait l'unanimité, mais les participants étaient favorables à diverses mesures, qui ont évolué durant le mois d'avril.

Au sein des groupes tenus au début d'avril, les participants estimaient qu'une application plus stricte des pratiques d'isolement et d'éloignement physique et des mesures sanitaires était importante. À la mi-avril, la priorité selon les participants consistait à poursuivre les efforts déployés par le gouvernement pour obtenir et distribuer l'équipement médical nécessaire à la protection des professionnels de la santé et des travailleurs essentiels. Vers la fin de mois, les participants estimaient qu'il fallait avoir en place de meilleures normes de dépistage et faire davantage de recherches sur la détection des anticorps, afin de faciliter la réintégration dans la société.

Voici d'autres priorités plus générales qui ont été citées moins souvent :

- Remettre des « trousse de bienvenue » aux voyageurs à l'aéroport qui comprennent des directives sur l'auto-isolement obligatoire;
- Fermer les frontières entre les provinces;
- Déployer une réponse plus uniforme à l'échelle des provinces;
- Assouplir les restrictions pour les travailleurs de la santé qui ont immigré au Canada, afin de leur permettre d'exercer plus facilement au Canada durant la pandémie;
- Promouvoir l'utilisation généralisée d'un équipement de protection (comme les masques et les gants) et mettre en place une campagne d'information pour montrer au public comment les porter;
- Tenir compte des préoccupations concernant la sécurité financière;
- Abaisser les taux d'intérêt des cartes de crédit;
- Travailler avec les banques à simplifier le processus de négociation du report de paiements hypothécaires;
- Accorder des crédits d'impôt aux petites entreprises, pour leur permettre d'améliorer leurs flux de trésorerie lorsqu'elles produiront leur déclaration de revenus l'an prochain;
- Assurer une distribution plus « générale » de la PCU, car certaines personnes qui en auraient besoin « sont laissées pour compte »;
- Améliorer les soins dans les centres d'hébergement et de soins de longue durée.

Évaluation de la réponse des autres pays (Edmonton, Montréal, Québec rural, Canada atlantique rural)

Meilleure gestion

Lorsqu'on leur a demandé de fournir des exemples de pays qui ont mieux géré leurs épidémies de COVID-19 que le Canada, les participants des quatre lieux où cette question a été posée ont formulé

des réponses similaires. En ordre décroissant, l'Allemagne, la Nouvelle-Zélande, la Corée du Sud, la Suède, l'Inde et l'Islande ont été les pays les plus couramment cités.

Invités à préciser ce que ces pays ont fait ou n'ont pas fait qui les ont rendus plus efficaces, les participants s'entendaient pour dire qu'ils avaient procédé très rapidement à la mise en œuvre de plans et de mesures et adopté une stratégie de dépistage à plus grande échelle. Les perceptions sur les bons coups de chacun de ces pays sont indiquées ci-dessous.

- Allemagne : elle a pris rapidement des mesures, y compris la réalisation de tests, elle était bien préparée et elle peut maintenant assouplir les restrictions;
- Nouvelle-Zélande : elle n'a pas tardé à prendre des mesures et elle avait un plan à plusieurs phases clair et ciblé, qu'elle a bien communiqué;
- Corée du Sud : elle a utilisé efficacement la technologie, y compris pour mettre en œuvre une stratégie de dépistage, de sorte qu'elle pouvait imposer des confinements ciblés;
- Suède : elle s'est empressée de fermer la frontière et a décidé de traiter les cas au fur et à mesure;
- Inde : elle avait le plus petit nombre de cas (au moment de la tenue des groupes de discussion) et elle a imposé rapidement le confinement.

Moins bonne gestion

Dans les quatre groupes, presque tous s'accordaient à dire que les États-Unis étaient de loin le pays qui avait moins bien géré ses épidémies de COVID-19 que le Canada. Les participants attribuaient cette mauvaise gestion à un manque de leadership fédéral, un public mal informé et les erreurs commises par différents politiciens. Selon les participants, les États-Unis n'ont pas pris la question assez au sérieux et ils ont tardé à imposer des restrictions, en particulier des mesures de confinement et d'isolement, de sorte que l'éclosion a été plus importante.

Voici les autres pays cités avec les États-Unis :

- Italie : certains ont émis l'hypothèse que les difficultés étaient attribuables au tourisme et à une population plus âgée comparativement à celle des autres pays;
- France : elle a tardé à imposer des mesures d'éloignement physique et a offert peu d'aide financière;
- Espagne;
- Brésil : les participants ont cité l'inaction perçue du gouvernement fédéral;
- Divers pays et régions en développement, dont le **Mexique**, **l'Afrique** et **le Moyen-Orient**, où la situation semblait pire à cause des problèmes engendrés par la pauvreté, la forte densité de population ou les camps de réfugiés.

Équipement médical (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, population générale des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural et population générale d'Edmonton et de Montréal)

En ce qui concerne l'équipement médical, les participants ont été invités à évaluer si le Canada était prêt à faire face à une augmentation du nombre de personnes qui tombent malades en raison de la COVID-19. Ils ont formulé des opinions variées à cet égard.

Dans l'ensemble, ils convenaient toutefois que le Canada n'était pas bien préparé. Parmi les principales raisons mentionnées d'emblée par les participants, citons celles dont ils avaient entendu parler, à savoir les pénuries d'équipement de protection individuelle (EPI) et de travailleurs de la santé et la disponibilité des tests. De plus, certains ont souligné les inquiétudes concernant la disponibilité des lits d'hôpital, des professionnels de la santé et des médicaments.

En général, l'opinion des participants de l'Ouest canadien et du groupe d'aînés du Québec rural était la plus positive. En Colombie-Britannique, ils étaient nombreux à estimer que le réseau hospitalier provincial était assez bien préparé, même si certains jugeaient qu'une proportion de cette capacité n'était peut-être pas en place dans la partie pertinente de la province. Les participants du groupe d'Edmonton étaient d'avis que, dans l'ensemble, l'Alberta avait suffisamment d'équipement. Les aînés du Québec rural ont formulé les commentaires les plus positifs et trouvaient que le Québec disposait d'assez de fournitures et de lits d'hôpital.

Du côté des participants plus pessimistes, les raisons évoquées étaient liées à leurs expériences, notamment le temps que cela prenait pour obtenir des soins médicaux avant la pandémie, qui laissait supposer que ces lacunes du système de santé ne feraient que s'amplifier devant les demandes découlant de la pandémie. Selon les participants, la situation liée à la COVID-19 comportait de nombreuses inconnues, notamment quant à son ampleur et aux types de traitement nécessaires, ce qui complexifiait d'autant plus l'évaluation de la capacité et ajoutait à l'incertitude. En outre, les participants étaient nombreux à croire que la majeure partie des médicaments et de l'équipement médical nécessaires (y compris les EPI) étaient importés et que la capacité manufacturière au Canada était nettement insuffisante.

Beaucoup de participants du Sud-Ouest de l'Ontario ont toutefois affirmé qu'ils avaient eu connaissance d'efforts d'adaptation déployés par l'industrie pour être en mesure de produire les fournitures médicales et l'équipement requis.

Équipement prioritaire

Les participants de tous les groupes avaient une vision claire et commune des types d'équipement nécessaires selon eux pour gérer la pandémie. Tout d'abord, des stocks d'EPI assez importants pour couvrir les besoins des hôpitaux et des travailleurs de la santé de première ligne, sans avoir à les réutiliser. Certains pensaient que les réserves devaient être suffisantes pour répondre également à la demande parmi la population (pour des masques, en particulier). La liste d'EPI dressée par les participants comprenait des masques, notamment de type N95, des écrans faciaux, des lunettes, des gants et des blouses. Les participants ont aussi désigné les ventilateurs comme de l'équipement essentiel et certains ont inclus sur la liste les médicaments et les désinfectants, y compris ceux pour les mains. Plusieurs participants estimaient que ces articles devraient être fabriqués au Canada.

Pénuries d'équipement médical

Perceptions relatives aux pénuries

On a demandé aux participants s'ils pensaient qu'il existait des pénuries relatives aux types d'équipement prioritaire qu'ils avaient mentionnés. Les réponses à cette question étaient très variées. Dans le deuxième groupe tenu à Québec auprès de résidents de petites municipalités, personne n'avait l'impression qu'il manquait d'équipement, alors que dans les autres groupes, les participants ont cité les masques (N95 et autres types), les gants et les ventilateurs, le plus souvent, ainsi que le désinfectant pour les mains, les écouvillons et certains médicaments (p. ex., des sédatifs). Dans le groupe du Sud-Ouest de l'Ontario, les participants avaient eu connaissance de renseignements contradictoires de la part des différents ordres de gouvernement et n'étaient pas certains s'il y avait pénurie ou non.

Réponse du gouvernement du Canada

Au moins quelques participants dans chaque groupe avaient entendu parler des efforts déployés par le gouvernement du Canada pour remédier aux pénuries d'équipement médical. Parmi les activités les plus souvent citées, mentionnons l'achat de masques et d'autres types d'équipement de la Chine ainsi que les efforts pour s'assurer qu'ils soient livrés, certains participants ayant entendu dire que des pays s'adonnaient à la surenchère et faisaient détourner les commandes destinées au Canada avant leur expédition. De plus, certains ont parlé des efforts menés par le gouvernement fédéral pour accélérer le processus d'approbation des nouvelles installations de fabrication canadiennes. Interrogés plus longuement sur la question, les participants étaient manifestement au courant que le gouvernement fédéral travaillait avec les entreprises du pays à développer rapidement la capacité intérieure. L'autre enjeu abordé à maintes reprises est la décision des États-Unis d'interdire à 3M d'exporter des masques N95 au Canada. De l'avis général, la réponse du gouvernement fédéral à cet égard a été efficace (selon des participants du groupe de la Colombie-Britannique, le fait que la pâte à papier employée dans certains types de masques est fabriquée au Canada présentait un avantage supplémentaire pour le gouvernement fédéral).

Dans l'ensemble, les participants estimaient que le gouvernement du Canada faisait du bon travail pour pallier les pénuries d'équipement médical (malgré quelques opinions divergentes et l'impression chez certains que le gouvernement pourrait en faire plus). De l'avis général, le gouvernement du Canada faisait face à un problème dont il n'aurait pu prévoir l'ampleur et mettait tout en œuvre pour combler les pénuries, en prenant notamment des mesures pour s'approvisionner et en invitant des entreprises canadiennes à augmenter leur capacité manufacturière.

Connaissance de la décision des États-Unis de bloquer l'envoi de masques médicaux au Canada

Parmi les groupes qui ont été invités à se prononcer directement sur cette situation, la plupart des participants en avaient entendu parler et appuyaient la réponse du gouvernement canadien. D'après ce qu'ils avaient compris, le gouvernement américain avait interdit à 3M d'exporter des masques N95 au Canada afin de les conserver pour les besoins intérieurs des États-Unis. Aux dires des participants, le Canada avait réagi efficacement en rappelant qu'il était dans leur intérêt commun de permettre l'exécution de cette commande, en émettant une mise en garde sur la réciprocité de nouveaux obstacles au commerce et en soulignant à quel point les échanges médicaux entre les deux pays sont intégrés. Après tout, de nombreux professionnels de la santé canadiens se rendent chaque jour aux États-Unis pour répondre aux besoins de leur système de santé. Cette discussion n'a pas été veine selon les participants, car les États-Unis sont revenus sur leur décision et ont autorisé les exportations de 3M, conformément à ce qui était prévu au départ.

Masques médicaux

Ce sujet a été abordé dans les groupes d'Edmonton et de Montréal. À la question générale visant à savoir si le port généralisé du masque pouvait aider à freiner la propagation du virus, certains ont répondu par l'affirmative, mais ils étaient nombreux à se demander si l'efficacité des masques avait été clairement démontrée. Dans la même veine, les participants ne savaient pas trop pourquoi ou comment les masques étaient utiles. Certains avaient compris que les masques servent à protéger les autres, tandis qu'un participant pensait qu'ils protègent aussi ceux qui les portent. De rares participants de ces groupes ont affirmé qu'ils portaient un masque en public.

Invités à dire s'il fallait rendre le port du masque obligatoire sur les vols au Canada, les participants avaient des opinions partagées. Même si certains se sont dits d'accord d'emblée avec cette mesure, d'autres ont mentionné qu'ils y seraient favorables dès qu'on en aurait prouvé l'efficacité. Des participants jugeaient que cette mesure n'était pas nécessaire en plus d'être inefficace et qu'elle causerait des inconvénients et de l'inconfort aux voyageurs.

On a également demandé aux participants s'ils pensaient que le port du masque devait être obligatoire dans les lieux publics bondés, y compris dans les épiceries et les transports en commun. Les réponses à cette question variaient selon le lieu. Les participants du groupe d'Edmonton n'étaient pas favorables à cette mesure, contrairement à ceux de Montréal. Les participants ont invoqué des raisons similaires à celles citées ci-dessus et ne s'entendaient pas sur l'efficacité relative du masque et les inconvénients pour ceux qui le portent.

Les réponses divergeaient aussi à la question sur le port du masque dans les magasins de détail. Invités à dire s'il fallait obliger les consommateurs à porter le masque dans ces lieux, suivant la réouverture des activités économiques et de l'assouplissement des restrictions liées à la pandémie, les participants d'Edmonton s'interrogeaient encore sur l'efficacité des masques, mais avaient tendance à appuyer cette mesure si elle permettait aux gens de retourner travailler. À Montréal, les participants étaient moins favorables au port obligatoire du masque dans les magasins de détail dès leur réouverture. Ils craignaient que les travailleurs du commerce de détail n'aient pas la formation requise pour bien porter le masque et qu'ils se sentent faussement en sécurité avec un masque et finissent par s'approcher davantage des autres ou adopter d'autres comportements à risque.

Répercussions sur le plan personnel (tous les lieux)

On a posé dans l'ensemble des groupes un éventail de questions aux participants pour connaître leurs réflexions et opinions sur les répercussions que la pandémie de COVID-19 avait sur eux.

Questions relatives à la santé

Perception quant au risque (jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, aînés du Québec rural)

La jeunesse et la santé ainsi que les mesures d'éloignement physique qui avaient permis à de nombreux participants de limiter les contacts avec d'autres personnes et la possibilité d'être infectés ont été citées comme facteurs faisant en sorte qu'ils avaient moins l'impression d'être personnellement à risque.

Personne dans le groupe des jeunes ne se sentait à risque et bien que l'âge et la santé y étaient pour beaucoup, de nombreux participants ont mentionné que l'isolement social avait favorisé ce sentiment de sécurité. Par ailleurs, très peu de participants du groupe d'aînés du Québec rural se sentaient particulièrement vulnérables, en raison des mesures de sécurité qu'ils prenaient pour se protéger. Ces derniers ont ajouté qu'il leur était possible de rester à la maison en ayant très peu de contacts physiques avec les autres, contrairement aux personnes qui passaient plus de temps dans la collectivité et à leur lieu de travail, par exemple. Les participants de ce groupe se sentaient notamment en sécurité en raison des fermetures massives dans leurs collectivités et parce que les autres pratiquaient l'éloignement physique.

En revanche, les participants du groupe de résidents de petites municipalités du Québec se sentaient plus exposés personnellement à un risque, car nombre d'entre eux ou des membres de leur ménage continuaient de travailler à l'extérieur de la maison. En outre, plusieurs participants de ce groupe comptaient dans leur foyer des personnes qui travaillaient dans les domaines de la santé ou de l'hébergement et des soins de longue durée. Ils avaient donc le sentiment d'être plus à risque, malgré les grandes précautions qu'ils prenaient pour se protéger.

Symptômes de la COVID-19

Seuls quelques participants parmi ces groupes connaissaient quelqu'un qui avait présenté des symptômes de la COVID-19. Dans la plupart des cas, ces personnes venaient tout juste de passer un test ou de recevoir un diagnostic, à la connaissance des participants. La seule exception a été relatée par un participant du Sud-Ouest de l'Ontario, qui a dit que son ami n'avait pas été en mesure de se faire tester et qu'il était très contrarié de n'avoir pu recevoir un diagnostic en bonne et due forme.

Les autres exemples fournis portaient sur des personnes ayant obtenu un résultat positif et qui étaient rétablies ou combattaient encore le virus. Le plus souvent, les connaissances des participants qui avaient été infectées se sont mises en quarantaine à la maison ou ont pris leur maladie en charge avec

l'aide du personnel de leur centre d'hébergement et de soins de longue durée. Un seul participant, du Québec, avait ressenti des symptômes en revenant d'une croisière, mais il a été déclaré négatif.

Que faire en cas de symptômes

La plupart des participants connaissaient la marche à suivre s'ils présentaient des symptômes de la COVID-19. À commencer par ceux des groupes du Québec et du Canada atlantique, au sein desquels une quasi-majorité de participants ont affirmé avoir une bonne idée de ce qu'ils doivent faire. La plupart ont dit qu'ils se mettraient d'abord en auto-isolement chez eux. Certains surveilleraient leurs symptômes pour commencer, notamment la façon dont ils évoluent, mais presque tous les participants ont indiqué qu'ils demanderaient des conseils, par exemple en appelant leur médecin de famille, le 811, Télésanté Ontario ou un service équivalent. Quelques-uns ont mentionné qu'un outil d'auto-évaluation était accessible en ligne, sans toutefois en préciser la source.

Quelques participants de l'Ontario et d'Edmonton et du groupe de jeunes de Montréal ont cependant dit qu'ils ne savaient pas exactement quoi faire. Règle générale, la majorité allait se mettre en quarantaine à la maison, mais beaucoup hésitaient quant aux moyens d'obtenir d'autres directives ou un diagnostic. Certains se rendraient en personne dans une clinique sans rendez-vous ou à l'urgence, appelleraient le 911 ou se mettraient simplement en quarantaine et surveilleraient l'évolution de leurs symptômes. De rares participants pensaient qu'il y avait sûrement une marche à suivre établie et des ressources disponibles, mais ils ne savaient pas précisément en quoi elles consistaient ni si elles avaient changé avec le temps.

Changements de comportement

Tous les participants ont déclaré avoir modifié leurs comportements et avoir opéré des changements en profondeur dans leur vie quotidienne en raison des fermetures massives, de l'éloignement physique et de l'isolement à la maison.

Isolement à domicile et éloignement physique

Tous les participants restaient à la maison autant que possible et ne sortaient qu'en cas de nécessité. Certains se rendaient au travail; la plupart allaient à l'épicerie ou allaient acheter d'autres articles essentiels et faisaient de l'exercice ou des promenades à pied ou en voiture. Personne n'a mentionné rendre visite à des amis ou membres de la famille ne faisant pas partie de leur ménage dans un contexte impliquant des contacts physiques étroits, mais certains les visitaient en personne à l'extérieur en maintenant une distance ou en les saluant à travers la fenêtre. Plusieurs participants allaient porter de la nourriture ou d'autres provisions à leurs parents âgés et à d'autres membres vulnérables de leur famille. Quelques-uns n'avaient pas quitté la maison depuis des semaines, mais la plupart sortaient assez régulièrement, mais de façon limitée, en appliquant les mesures d'hygiène préventives et d'éloignement physique pour rester en sécurité.

Travail

Certains participants se rendaient toujours au travail ou des membres de leur famille allaient travailler, beaucoup faisaient du télétravail, travaillaient moins ou avaient complètement arrêté de travailler. Ceux qui allaient travailler ont décrit un éventail de comportements préventifs : maintenir une distance physique avec les collègues et les clients, utiliser fréquemment du désinfectant pour les mains, éviter de se toucher le visage et désinfecter régulièrement les surfaces. Quelques participants portaient un masque et des gants et restaient derrière un panneau de plastique acrylique au travail. Les participants ont mentionné à plusieurs reprises qu'ils évitaient de prendre le transport en commun, si possible. Certains se faisaient conduire au travail par un membre de la famille ou allaient conduire des membres de leur foyer au travail.

Mesures d'hygiène préventives

Peu importe les circonstances, les participants avaient largement adopté les mesures d'hygiène de base, comme se laver souvent les mains, éviter de toucher son visage, éternuer ou tousser dans son coude, utiliser un désinfectant pour les mains et désinfecter régulièrement les surfaces. Après être allés à l'extérieur, beaucoup d'entre eux faisaient preuve d'une prudence extrême lorsqu'ils revenaient à la maison, certains allant même jusqu'à se changer à la porte, puis à prendre une douche. De plus, quand ils étaient à l'extérieur, ils faisaient très attention de maintenir une distance physique avec les autres, de ne pas toucher de surfaces et d'utiliser du désinfectant pour les mains, si des contacts étaient inévitables. Seuls quelques participants portaient un masque à l'extérieur ou, dans une moindre mesure, des gants.

Achats et sécurité des aliments

Aller à l'épicerie et faire d'autres achats essentiels pour eux-mêmes ou des membres âgés ou malades de leur famille figurait parmi les principales activités pour lesquelles les participants sortaient de la maison. Plusieurs d'entre eux commandaient en ligne, puis faisaient livrer les articles ou allaient les ramasser, tandis que beaucoup de participants faisaient des réserves supplémentaires de nourriture et de provisions, ce qui leur permettait d'aller moins souvent faire les courses.

Bien que la sécurité des aliments ait été citée spontanément comme préoccupation à quelques reprises, on a demandé explicitement aux participants des groupes de Montréal et d'Edmonton de se prononcer sur la question. La plupart d'entre eux ont exprimé des craintes au sujet de la sécurité des aliments et prenaient différentes précautions : ils vaporisaient les sacs et les colis ou les nettoyaient avec une lingette et lavaient les fruits et les légumes. Certains allaient plus loin et plaçaient les nouveaux articles qui rentraient dans la maison dans un coin prévu à cette fin et les laissaient à cet endroit pendant quelques jours pour prévenir toute contamination croisée. De plus, beaucoup de participants ont exprimé des préoccupations à propos des plats préparés et ne passaient plus de commandes pour emporter ou pour la livraison ou bien en faisaient moins souvent qu'auparavant.

Enfants et jeunes

Les parents ont amplement commenté les changements de comportement et de mode de vie sur le plan familial. En plus de faire l'enseignement à domicile, les participants organisaient toutes sortes

d'activités pour aider leurs enfants à s'adapter à l'isolement social et à conserver de saines habitudes et une certaine normalité.

Dans le groupe de jeunes de Montréal, tous les participants avaient opéré les mêmes types de changements de comportement généraux que ceux décrits ci-dessus, des mesures d'hygiène à l'éloignement physique. De plus, les conditions de vie de la plupart d'entre eux avaient changé, de sorte qu'ils étaient retournés vivre chez leurs parents. Enfin, ils terminaient leur année scolaire en suivant des cours à distance.

Changements dans la collectivité (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, Québec rural, Canada atlantique rural)

Dans les deux groupes de régions rurales, on a demandé aux participants s'ils pensaient que l'impact de la COVID-19 sur le quotidien avait été différent là où ils vivent que dans les grandes métropoles comme Montréal et Toronto. Oui, selon la plupart, et de façon très positive. Le fait de vivre dans des régions moins denses et faiblement peuplées faisait que la majorité d'entre eux se sentaient plus en sécurité. Cela leur permettait de maintenir plus facilement une distance physique avec les autres et de rester en sécurité. Par ailleurs, plusieurs participants ont parlé avec enthousiasme du fait qu'ils pouvaient sortir et profiter de la nature. En revanche, quelques-uns craignaient que les régions rurales soient plus vulnérables à d'éventuelles perturbations de la chaîne d'approvisionnement et aux pénuries qui peuvent s'ensuivre. De même, certains se sont dits préoccupés par l'accès limité aux types de services offerts aux résidents des grandes villes pour les aider à s'adapter à l'isolement social et à respecter les directives de confinement.

On a demandé aux participants du groupe de nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique s'ils avaient constaté des changements dans leur collectivité locale, notamment dans leurs interactions sociales. Plusieurs ont mentionné avoir entendu parler d'une montée du racisme, particulièrement envers les Asiatiques. Un seul participant avait été victime de racisme, mais les autres étaient nombreux à avoir entendu des récits ou été témoins de comportements racistes à l'endroit de leurs voisins, collègues ou clients à cause de leur origine asiatique.

Isolement et éloignement physique (tous les lieux)

Fréquence et raisons des sorties

Dans la foulée des changements de comportement que de nombreux participants ont effectués en mars, presque tous ont affirmé rester à la maison le plus possible. Ils ne sortaient qu'en cas de nécessité, par exemple pour faire des achats essentiels à l'épicerie, aller chercher des médicaments ou se présenter à rendez-vous médical.

Les participants se rendaient à l'épicerie à une fréquence variée. Beaucoup n'y allaient qu'une fois par semaine, tandis que d'autres préféraient y aller plus souvent (quelques fois par semaine) ou moins fréquemment (toutes les deux semaines). Certains faisaient aussi l'épicerie pour d'autres personnes, notamment leurs parents ou grands-parents.

En avril, les participants étaient de plus en plus nombreux à dire qu'ils sortaient tous les jours pour pratiquer une activité physique, par exemple pour courir, promener leur chien ou faire du vélo. Les parents, en particulier, ont mentionné qu'ils allaient jouer dehors avec leurs enfants. Certains allaient se promener en voiture ou rendre visite à des membres de la famille ou des amis, en restant à l'extérieur.

Quelques participants, qui étaient considérés comme des travailleurs essentiels (c.-à-d. les employés d'épicerie, de pharmacies, de banques, de centres d'hébergement et de soins de longue durée ou du secteur de la construction) se rendaient toujours au travail. Parmi ces derniers, les personnes qui travaillaient dans un bureau ont dit que le nombre d'employés présents en même temps au bureau était réduit et qu'ils n'y travaillaient désormais que quelques fois par semaine.

Parmi les principaux sous-groupes, les résultats étaient sensiblement les mêmes. Lors des discussions avec les jeunes, ces derniers affirmaient pratiquer l'éloignement physique et comprendre à quel point il est important que tout le monde y mette du sien. Les aînés ont dit qu'ils ne pensaient pas agir différemment des autres groupes. Ils reconnaissaient tous que les contacts avec des membres de leur famille pouvaient présenter un risque pour leur santé et par conséquent ils ne rendaient visite à personne et ne recevaient pas de parenté.

Rester à la maison (résidents de petites municipalités du Québec, région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal)

Attentes et durée

Les attentes des participants sur le temps que durerait la directive de rester à la maison étaient variées. Presque personne ne s'attendait à ce que les mesures de confinement soient levées dans le prochain mois. Ils étaient nombreux à croire qu'elles resteraient en place pendant deux ou trois mois encore (de juin à août). Quelques participants ont laissé entendre qu'elles pourraient durer six mois, voire un an.

D'après eux, les mesures ne prendraient fin qu'une fois que le nombre de cas aurait commencé à diminuer ou pas avant le développement d'un vaccin ou d'un traitement.

Aplatir la courbe (deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec)

On a demandé aux participants du deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec (tenu le 9 avril) où ils croyaient que leur province en était pour ce qui est « d'aplatir la courbe ». La plupart avaient l'impression que le Québec n'avait pas encore atteint le sommet, mais selon eux, tout le monde semblait respecter les consignes qui permettent d'aplatir la courbe. De plus, certains pensaient que le Québec était au même point que le reste du pays; en revanche, beaucoup étaient d'avis que la province s'approchait davantage de l'aplatissement de la courbe que la moyenne canadienne.

Préparation

Comme mentionné précédemment, la majorité des participants restaient à la maison depuis la mi-mars et ce comportement semblait désormais être la norme. Aussi, beaucoup ont dit être prêts à rester à la maison pendant au moins quelques mois de plus et s'être résignés à cette nouvelle réalité. De plus, avec l'arrivée des saisons plus clémentes, ils pourraient pratiquer plus d'activités extérieures et mieux tolérer le confinement. Malgré tout, les participants pensaient qu'il serait difficile de rester confiné plus que quelques mois.

Défis

Trois thèmes sont ressortis des discussions sur les défis du confinement : les défis sur le plan émotionnel, les défis financiers et les préoccupations sur la disponibilité des aliments et des médicaments, y compris l'accès à des produits.

Défis sur le plan émotionnel : Les participants trouvaient difficile de ne pas pouvoir voir leurs proches et une personne aux prises avec le stress additionnel lié à la gestion de sa santé mentale en contexte d'isolement social a eu de la difficulté à répondre à certaines questions du groupe. Même si certains se servaient de divers outils en ligne, comme FaceTime, Skype et le courriel pour rester en contact, beaucoup ont dit que la présence physique de la famille ou des amis leur manquait énormément.

Défis financiers : Les participants qui avaient été mis à pied craignaient que si les directives de confinement restaient en vigueur, ils feraient face à un problème de taille et à un important facteur de stress parce qu'ils n'avaient plus d'emploi et que leurs revenus avaient baissé. Beaucoup de participants étaient préoccupés par l'incapacité de payer leurs factures et l'obligation de s'endetter davantage. Ceux qui vivaient dans un ménage à deux revenus et dont un membre travaillait encore ressentaient moins de stress financier que les participants de ménages comptant sur un seul revenu.

Nourriture et provisions : Même si de nombreux participants ne s'en inquiétaient pas outre mesure, la disponibilité des aliments et l'accès aux médicaments demeuraient une source importante d'inquiétudes pour certains. Ces craintes ont été soulevées dans les groupes tenus au début du mois et les collectivités rurales et de petite taille, en particulier au Canada atlantique.

Quelques sous-groupes de la population, dont les jeunes et les parents, semblaient confrontés à un ensemble de défis uniques liés au confinement.

Parents : Les parents, surtout ceux qui ont de jeunes enfants, trouvaient très difficile de s'en occuper à temps plein à la maison. Interrogés sur ce qui leur semblait le plus ardu, ils ont cité le besoin de divertir les enfants et de leur trouver des activités à faire, car ces derniers n'avaient personne avec qui interagir, et de rester à jour dans les devoirs et les leçons. Des parents ont mentionné que leurs enfants ressentaient aussi les impacts émotionnels du confinement. Ils ne pouvaient plus s'adonner à leurs activités sociales habituelles, comme pratiquer un sport d'équipe et s'amuser avec les amis de l'école.

Invités à se prononcer sur la question, tous les parents de la RGT ont affirmé avoir interdit à leurs enfants de rendre visite à leurs amis et souligné que ces derniers étaient très conscients de toutes les mesures d'éloignement physique. En plus des discussions que leurs parents avaient avec eux à propos des mesures de prévention et d'éloignement physique, les enfants obtenaient de l'information sur les médias sociaux, écoutaient les nouvelles (avec leurs parents) et s'abonnaient à des alertes qu'ils recevaient sur leur cellulaire.

Jeunes : Les défis des jeunes de Montréal s'articulaient autour des études et des perspectives d'emploi. Les étudiants de niveau postsecondaire faisaient face au défi de terminer leur session en ligne. L'impossibilité d'interagir avec leurs professeurs, la difficulté à suivre des cours enseignés en direct et préenregistrés et la charge de travail par cours ont été citées parmi les difficultés. Les jeunes fraîchement diplômés étaient en recherche d'emploi et trouvaient que ce n'était pas évident, car les emplois sont rares en ce moment.

Aide

Invités à dire quel genre d'aide pourrait leur être utile, les participants ont été peu volubiles et ont eu, en général, de la difficulté à répondre à cette question. Parfois, cela était dû au fait qu'ils trouvaient que le gouvernement du Canada faisait déjà du bon travail en matière d'aide financière et ne pouvait pas faire grand-chose de plus. Un seul participant pensait que la PCU n'est pas suffisante et que d'autres mesures d'aide financière sont nécessaires. De rares personnes étaient d'avis que le gouvernement fédéral devait contribuer à la création d'emplois, en particulier dans les secteurs qui se prêtent au télétravail.

Les participants du groupe d'ânés ont quant à eux précisé ne pas avoir nécessairement besoin d'autres mesures de soutien. Ils estimaient cependant que la santé mentale est un enjeu particulier pour les ânés et que davantage de personnel devrait être en place pour offrir du soutien aux personnes qui vivent dans un foyer de soins de longue durée.

Inconvénients sur le plan personnel (tous les lieux sauf le Sud-Ouest de l'Ontario)

Bon nombre des facteurs jugés « éprouvants » par les participants parce qu'ils devaient rester à la maison étaient aussi ceux qui les embêtaient le plus. Le principal inconvénient cité par tous les participants était l'impossibilité de rendre visite à leurs amis et à leur famille. Cela l'était d'autant plus

pour ceux qui s'inquiétaient à propos d'un proche malade ou âgé. D'autres trouvaient difficile de ne pas avoir d'interactions sociales avec les amis.

Quant aux jeunes de Montréal, ce qui les dérangeait était l'impossibilité de voir leur petit ami ou petite amie. Chez les autres jeunes, l'obligation de terminer leur session du printemps en ligne (s'ils fréquentaient un établissement postsecondaire) ou la difficulté à trouver un emploi ont été mentionnées souvent.

Parmi ceux qui avaient été mis à pied, bon nombre étaient les premiers à s'exprimer pour dire que la perte de leur emploi et la baisse subséquente de leurs revenus étaient les principaux inconvénients auxquels ils faisaient face pendant la pandémie.

Pour leur part, les parents qui faisaient du télétravail ou étaient aux études trouvaient pénible d'avoir à s'occuper des enfants et à leur enseigner à la maison.

Dans une moindre mesure, les participants trouvaient ennuyeux de ne pouvoir obtenir de services non essentiels, par exemple se faire couper les cheveux, aller aux restaurants ou se rendre dans une clinique de chiropractie ou physiothérapie.

Communications sur l'éloignement physique (résidents de petites municipalités du Québec, région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal)

Impressions relatives aux conseils et aux renseignements émanant du gouvernement du Canada

Les impressions à l'égard des conseils du gouvernement du Canada concernant les mesures d'éloignement physique ont évolué au cours du mois d'avril. Dans les groupes tenus au début d'avril, notamment le premier groupe de résidents de petites municipalités du Québec (1^{er} avril) et celui qui a eu lieu dans la RGT (2 avril), les impressions des participants étaient partagées. Ceux dont les impressions étaient moins favorables trouvaient que les directives du gouvernement du Canada sur l'éloignement physique étaient trop générales et pas assez strictes ou contraignantes et que c'est pour cette raison qu'il y avait encore autant de Canadiens qui ne s'y conformaient pas.

Les groupes tenus plus tard durant le mois semblaient avoir une position différente. Tous s'entendaient pour dire que le gouvernement du Canada avait mis à leur disposition tous les renseignements et conseils dont ils avaient besoin au sujet de l'éloignement physique.

Meilleure façon de communiquer des informations et des conseils

Les modes de diffusion de l'information sur l'éloignement physique variaient parmi les sous-groupes. La plupart des participants tenaient principalement à ce que l'information continue d'être diffusée à la télévision, à la radio et au moyen d'alertes sur leur téléphone. Un participant du groupe des résidents de petites municipalités du Québec a proposé de communiquer ce type d'informations par courriel à la population canadienne et une bonne partie du groupe était d'accord avec l'idée.

Les médias sociaux étaient sans contredit la méthode la plus populaire pour transmettre de l'information aux jeunes. Ces derniers ont précisé YouTube et Facebook comme moyens de communication et indiqué qu'ils préféreraient consulter les publicités sous forme de courtes vidéos.

Données anonymes de localisation des téléphones cellulaires (Sud-Ouest de l'Ontario, basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Le niveau de connaissance des participants en ce qui concerne les chercheurs qui suivent les données anonymes de localisation des téléphones cellulaires des Canadiennes et des Canadiens pour déterminer s'ils restent à la maison pendant la pandémie a évolué au cours du mois. Les participants des groupes tenus plus tôt dans le mois, comme ceux du Sud-Ouest de l'Ontario (14 avril), des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique (15 avril) et des aînés du Québec rural (16 avril) étaient très au courant de cette initiative. Cependant, vers la fin du mois, seuls un ou deux participants des groupes d'Edmonton et de Montréal en avaient entendu parler.

Invités à dire s'ils croyaient que le gouvernement du Canada devrait collaborer avec les chercheurs afin de pouvoir surveiller les régions où les gens ne restent pas à la maison, les participants étaient divisés en deux camps. Dans le camp favorable à l'initiative, les participants ont dit que les données étaient recueillies de toute façon et qu'on pouvait ainsi les utiliser à bon escient pour aider à freiner la transmission du virus. Dans l'autre camp, la principale crainte des participants réfractaires à l'initiative était la création d'un précédent en vertu duquel des données similaires pourraient être utilisées à d'autres fins dans l'avenir, ce qui présentait selon eux un « risque de dérives ». Certains se sont dits préoccupés par le respect de la vie privée et ont exprimé une méfiance générale à l'égard du gouvernement. Par ailleurs, d'autres pensaient seulement que cette mesure n'était pas nécessaire pour le moment, mais qu'elle pourrait être utile si la pandémie s'aggravait.

Dans les deux derniers groupes du mois tenus à Edmonton et à Montréal, on a demandé aux participants s'ils étaient favorables ou non à l'idée que le gouvernement du Canada fasse équipe avec les compagnies de téléphonie mobile en vue de créer une application de recherche de contacts. De plus, on leur a précisé que l'application serait utilisée sur une base volontaire par les Canadiens et que si une personne venait à être infectée de la COVID-19, l'application avertirait tous ceux ayant été récemment en contact avec elle. À l'instar des réponses précédentes, près de la moitié des participants ont formulé des inquiétudes au sujet de l'application. Le respect de la vie privée, les conséquences sur les droits et libertés de chacun et l'efficacité de l'application figuraient au nombre de leurs préoccupations. Ceux qui n'avaient pas de crainte particulière ont fait remarquer que l'inscription était volontaire et que les gens étaient libres de télécharger ou non l'application. La moitié des participants de ces deux derniers groupes, environ, jugeaient que l'application serait efficace.

Réouverture (Edmonton, Montréal, Québec rural, Canada atlantique rural)

Si bon nombre de participants estimaient que le Canada faisait le nécessaire pour maîtriser la COVID-19, peu croyaient que le virus était contenu. D'emblée, certains ont évoqué avec inquiétude la hausse du nombre de cas et de décès, en particulier au Québec et dans les établissements de soins de longue durée. D'autres se demandaient si l'on parviendrait à reprendre la situation en main avant qu'un pic de cas ne soit atteint ou qu'un vaccin ou un traitement ne soit mis au point. Tous les participants jugeaient la situation très préoccupante à l'étranger et notamment aux États-Unis, sachant que la pandémie n'y était pas jugulée. À cet égard, beaucoup redoutaient les conséquences pour le Canada d'un assouplissement des restrictions à la frontière.

Lorsqu'on a demandé aux participants si le Canada était prêt à planifier la réouverture de son économie et à amorcer le déconfinement, les avis ont été partagés. À Edmonton et dans le groupe du Canada atlantique rural, les gens hésitaient. La plupart s'inquiétaient à la perspective d'un allègement prochain des restrictions, mais certains souhaitaient qu'un plan soit établi pour y procéder avec prudence. À la question de savoir dans combien de temps le Canada pourrait être prêt, les participants de ces groupes ont suggéré diverses réponses allant de quelques semaines à plusieurs mois, et certains ont indiqué que ce n'était pas tant une question de temps que de circonstances.

Parmi les participants de l'Atlantique, beaucoup s'alarmaient du nombre de cas recensés au Québec, en particulier, et du risque d'importation du virus par des voyageurs de cette province advenant une levée partielle des restrictions. Dans le groupe de Montréal, les opinions divergeaient. Certains participants croyaient que le Canada était prêt, tandis que d'autres considéraient qu'une réouverture serait trop risquée, car le nombre de cas et de décès n'avait pas encore atteint son sommet. Dans le groupe du Québec rural, par contre, la plupart des participants appuyaient et attendaient avec optimisme des mesures rapides d'allègement des restrictions.

On a ensuite demandé aux participants s'ils seraient en faveur d'un allègement des restrictions dans l'hypothèse où, de l'avis des experts médicaux, cela n'entraînerait sans doute qu'une faible hausse du nombre de cas au stade où était arrivé le Canada. Les participants qui avaient exprimé des réticences à l'égard de la réouverture n'ont généralement pas changé d'avis. Ils restaient prudents, d'autant plus à l'idée d'un scénario imminent. Certains ont fait valoir que ce virus étant nouveau, même les experts médicaux en comprenaient mal les risques et les effets négatifs possibles pour la santé. Par conséquent, beaucoup ont réitéré leur désir qu'une approche prudente et conservatrice soit adoptée.

D'ailleurs, exception faite des participants du Québec rural, la plupart des gens étaient favorables au maintien de mesures de distanciation sociale rigoureuses jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de cas au Canada ou qu'un vaccin soit découvert, si les experts médicaux le conseillaient. Toutefois, quand on leur a demandé s'ils défendraient la même approche sachant que le processus risquait de prendre un an ou plus, les participants étaient plus ambivalents. La perspective d'une fermeture aussi longue, ses répercussions sur l'économie et sur la vie des gens, leurs finances et leur santé mentale, suscitaient bien des inquiétudes.

Les participants étaient également ambivalents quant au meilleur moyen de coordonner la réouverture à l'échelle du pays. Reconnaisant que la situation variait d'une province à l'autre, beaucoup pensaient que les gouvernements provinciaux étaient mieux placés pour déterminer l'approche la plus efficace dans leur région. En parallèle cependant — même dans le Québec rural — la plupart des gens attendaient un plan national et appuyaient a priori l'idée que des lignes directrices fédérales encadrent la réouverture des lieux de travail, des magasins, des restaurants et d'autres services offerts au pays.

Au sujet des priorités pour la levée des restrictions, la plupart des participants ont répété qu'ils souhaitaient un déconfinement lent et progressif, qui maintienne en place des mesures telles que l'éloignement physique. Certains ont suggéré des précautions supplémentaires, comme le port obligatoire du masque. L'accès aux soins pour les personnes ayant des problèmes de santé non liés à la COVID-19, notamment les patients atteints de cancer, faisait figure de grande priorité pour la réouverture. Ce point tenait particulièrement à cœur aux participants du Québec rural. D'autres suggestions avaient trait au fait d'autoriser les petits rassemblements et les contacts sociaux avec les membres de la famille élargie, ainsi que la réouverture des parcs, des sentiers et d'autres aires de plein air propices à l'activité physique.

Évaluation de messages sur la réouverture (Québec rural, Canada atlantique rural)

Afin d'orienter les communications futures du gouvernement fédéral, douze énoncés (annotés plus loin) ont été évalués dans les groupes. Il s'agissait d'exemples du type d'informations que le gouvernement du Canada pourrait transmettre au public une fois que les provinces amorceraient l'allègement des restrictions liées à la pandémie. Ces énoncés entraient généralement dans les quatre thèmes suivants :

- La reprise des activités sociales et économiques
- La réduction de la propagation et la protection des populations vulnérables
- Les mesures à prendre en cas de symptômes
- Les risques permanents et la gestion des risques

L'exercice d'évaluation s'est déroulé différemment selon le groupe. Dans le groupe du Québec rural, après avoir invité les participants à lire les douze énoncés, on leur a demandé ce qu'ils pensaient des informations transmises et quel effet leur faisaient les messages. On leur a ensuite distribué un sondage visant à cerner les énoncés qu'ils préféraient, ceux qu'ils aimaient le moins et ceux qu'ils trouvaient confus ou peu clairs.

Dans le groupe du Canada atlantique rural, les messages ont été regroupés par thèmes. Les participants ont répondu à un sondage leur demandant d'identifier, pour chaque thème, l'énoncé qui leur semblait le plus clair et celui qui communiquait les informations les plus utiles.

Tant dans les groupes du Québec que ceux de l'Atlantique, une discussion a eu lieu à la suite du sondage. Les participants ont pu expliquer leurs choix et décrire les aspects qui leur avaient plu ou déplu dans chacun des énoncés. Les résultats combinés des sondages et des discussions figurent ci-dessous.

Constatations générales

De manière générale, les participants du Québec ont bien réagi aux messages. Ils trouvaient que l'information, prise dans son ensemble, était utile et conforme à ce qu'ils entendaient régulièrement depuis quelque temps. Personne n'a trouvé l'information présentée surprenante ou alarmante. Certains ont qualifié les messages de rassurants, tandis que d'autres étaient plus neutres. Aucun aspect de la série d'énoncés n'a paru manquer de clarté ou porter à confusion, d'après l'évaluation initiale des participants. Quelques personnes ont cependant dit avoir des questions sur les détails de la réouverture, par exemple ses délais et ses différentes étapes.

En ce qui concerne les énoncés individuels, les participants du groupe du Québec avaient tendance à privilégier les messages axés sur une réouverture lente et prudente, la suppression des restrictions d'accès aux soins pour les personnes ayant des problèmes de santé non liés à la COVID-19, et le maintien de mesures de précaution afin de protéger les populations vulnérables.

Dans le groupe de l'Atlantique, où l'allègement des restrictions soulevait plus de craintes, les participants s'entendaient pour dire que l'information la plus importante avait trait au maintien des mesures de précaution, à la nécessité de continuer à respecter les restrictions, aux avertissements concernant la transmission asymptomatique, et aux directives enjoignant toute personne qui présente des symptômes à communiquer avec un bureau de santé publique pour passer un test de dépistage. Les participants de ce groupe ont également apprécié le message de remerciement dans lequel le gouvernement reconnaît les efforts individuels et collectifs consentis par les Canadiens pour freiner la propagation du virus et se protéger les uns les autres.

Les participants du groupe de l'Atlantique étaient plus sensibles aux messages « négatifs » que ceux du Québec. Les références à la transmission continue du virus, à la maladie et aux décès avaient tendance à leur déplaire. Ils préféraient les messages inclusifs et applicables à tout le monde, en particulier ceux qui portaient sur le maintien des règles et des restrictions en vigueur.

Tant au Québec que dans la région de l'Atlantique, les messages qui minimisaient l'impact de la COVID-19 sur la population en général ont fait réagir les participants. Ce fut le cas notamment pour l'énoncé qui évoque la légèreté des symptômes de la COVID-19 chez la plupart des gens. Les participants avaient aussi des questions sur le dépistage et se demandaient si les personnes présentant des symptômes y avaient facilement accès.

Bon nombre des commentaires recueillis dans le groupe de l'Atlantique portaient sur la clarté des messages. Les participants n'aimaient pas les énoncés compliqués et trouvaient que certaines formulations mériteraient d'être améliorées. De toute évidence, ils préféraient les énoncés simples et

les phrases courtes et bien ficelées. Les énoncés présentant des faits et des conseils clairs ont souvent été jugés les plus instructifs.

Résultats en fonction de l'énoncé et du thème

Reprise des activités sociales et économiques

1. *« Nous reconnaissons que la COVID-19 continuera de se transmettre dans la collectivité à mesure que les établissements rouvrent. C'est pourquoi nous devons agir lentement et avec précaution, au cours des prochaines phases de cette pandémie, jusqu'à ce que nous ayons un vaccin. »*

Dans le groupe du Québec, cet énoncé est celui qui a trouvé le plus de résonance chez les participants, lesquels appuyaient en grand nombre cette manière lente et prudente d'aborder la réouverture. De l'avis de la plupart, ce message de la part du gouvernement était rassurant, et sa formulation était claire et directe.

Dans le groupe de l'Atlantique, où la réouverture inquiétait davantage, plusieurs participants ont été rebutés par l'énoncé. Les allusions à la transmission qui se poursuit, à la nécessité d'agir avec précaution et aux prochaines phases de la pandémie leur ont paru négatives ou alarmantes. Certaines personnes ont cependant aimé que l'énoncé fasse explicitement référence à la COVID-19.

2. *« Merci d'avoir suivi les conseils des experts vous demandant de rester à la maison pendant cette période difficile. Grâce à vos actions, nous sommes maintenant en mesure de commencer à rouvrir progressivement les choses dans nos collectivités. Veuillez suivre attentivement les règles les plus récentes en matière de distanciation sociale afin que nous puissions bientôt revenir à la normale. »*

Cet énoncé au sujet de la réouverture est celui qui a connu le plus de succès dans le groupe de l'Atlantique. Les participants considéraient que c'était le plus clair de la série et qu'il communiquait les informations les plus importantes. Ils aimaient aussi le ton de l'énoncé et le fait qu'il commence par souligner les efforts menés pour s'entraider et lutter contre le virus. L'approche graduelle mise de l'avant leur plaisait également, tout comme l'appel général à continuer d'observer les règles de distanciation sociale, c'est-à-dire de maintenir les mesures de précaution en vigueur. Cette position cadrait avec le sentiment exprimé dans ce groupe, voulant que le pays ne soit pas encore prêt à revenir à la normale. Un participant a fait remarquer que la normalisation prochaine évoquée dans l'énoncé manquait peut-être de réalisme et qu'il faudrait plutôt parler de « nouvelle normalité ». D'autres ont abondé dans son sens.

Dans le groupe du Québec, cet énoncé a moins interpellé que le précédent. Les aspects qui plaisaient dans le groupe de l'Atlantique — le ton, l'expression de reconnaissance et l'invitation à continuer de suivre les règles — n'ont pas autant (ou pas du tout) convaincu les participants du Québec, qui

trouvaient que le message frisait la condescendance.

3. *« En rouvrant les services de santé pour traiter tout problème et en permettant certaines activités sociales et économiques, nous envisageons de réduire le fardeau global de maladies dans la collectivité, qu'elles soient liées à la COVID-19 ou non. »*

Lors d'une discussion précédente sur l'allègement des restrictions dues à la pandémie, les participants du Québec avaient désigné le rétablissement de l'accès aux soins de santé non liés à la COVID-19 comme une priorité. C'est ce qui explique que beaucoup de gens dans ce groupe aient aimé le message et compris sa visée. D'autres au contraire (pratiquement tous dans le groupe de l'Atlantique) trouvaient l'énoncé confus. Son manque de clarté perçue et sa syntaxe boiteuse ont polarisé les commentaires des participants de l'Atlantique, selon qui la phrase était trop longue et contenait trop d'idées. Beaucoup de gens dans ce groupe ont également critiqué l'expression anglaise « COVID and non-COVID related », la jugeant maladroite et peu claire. Enfin, certains reprochaient à l'énoncé son caractère globalement négatif et effrayant, car il mettait l'accent sur la maladie.

Réduction de la propagation et protection des populations vulnérables

1. *« N'oublions pas que chacun d'entre nous peut encore infecter les autres, même sans présenter de symptômes. Il sera essentiel de continuer d'appliquer les mesures fondamentales de prévention des infections, mais aussi de veiller à ce que toute personne qui a des symptômes se présente immédiatement dans un centre de dépistage. »*

Les participants considéraient généralement que cet énoncé communiquait des informations importantes. Dans le groupe de l'Atlantique, il s'est classé au premier rang à cet égard parmi les quatre énoncés de la série, en raison de ses références précises à la transmission asymptomatique et à l'importance du dépistage. Les participants aimaient également le fait qu'il s'adresse à tout le monde et insiste sur la protection d'autrui. Le plus souvent, ils trouvaient l'énoncé clair et facile à comprendre, encore que certains auraient aimé que l'on reformule l'expression « mesures fondamentales de prévention des infections » en la simplifiant.

2. *« Les personnes qui ont une maladie chronique, les personnes de plus de 60 ans et toutes les personnes à plus haut risque doivent faire preuve d'une grande vigilance. Nous devons soutenir ces membres les plus vulnérables de nos communautés afin qu'ils restent à la maison autant que possible et qu'ils évitent les contacts avec des personnes de l'extérieur de leur propre foyer ainsi que les situations qui rendent impossible un éloignement physique adéquat. »*

Au Québec, où l'amorce d'un assouplissement des restrictions liées à la pandémie recevait l'appui de la majorité, les participants avaient tendance à penser que la protection des populations vulnérables demeurait essentielle pour contenir le taux de mortalité. Dans le groupe de l'Atlantique, les gens semblaient pencher pour le maintien de mesures de précaution plus universelles. Dans les deux

groupes, cependant, nombre de participants trouvaient que la formulation de l'énoncé était un peu trop compliquée, ou vague, et qu'elle aurait besoin d'être retravaillée.

3. *« Continuons de maintenir les mesures essentielles pour limiter la transmission : l'éloignement physique, le lavage fréquent des mains et l'obligation de rester chez soi lorsqu'on est malade. »*

Les participants du groupe de l'Atlantique estimaient que cet énoncé était le plus clair des quatre dans cette catégorie. Ils aimaient sa concision, son côté direct et ses instructions simples. La plupart s'entendaient pour dire que le message était déjà connu et ne présentait pas d'information spécialement importante pour cette raison. Certains ont indiqué qu'il rappelait utilement au public de continuer de suivre ces mesures dans l'éventualité d'une réouverture et ils aimaient qu'il s'applique à tout le monde.

4. *« La plupart des personnes infectées par la COVID-19 présentent des symptômes légers. Lors de la phase de réouverture, nous ferons de notre mieux pour protéger les personnes les plus à risque de contracter une maladie grave en raison du virus. Nous visons à minimiser le nombre de cas de maladie et de décès liés à la COVID-19 ou de maladies non liées à la COVID-19. Il y a des mesures essentielles que tous les Canadiens peuvent prendre à cet égard. »*

Cet énoncé n'a soulevé l'enthousiasme dans aucun des groupes, au premier chef parce qu'il minimisait l'impact de la COVID-19 en affirmant que les symptômes étaient légers dans la plupart des cas. Certains participants trouvaient en outre que le message était nébuleux ou incomplet, car il ne précisait pas ce qui était fait pour protéger les personnes les plus à risque ni les mesures essentielles que pouvaient prendre les Canadiens. Quelques participants du groupe de l'Atlantique ont signalé que les mentions des maladies et des décès donnaient un tour négatif au message.

Mesures à prendre en cas de symptômes

1. *« Si vous pensez être malade en raison de la COVID-19, allez passer un test de dépistage. Cela permettra de découvrir toute éclosion dans la collectivité et de mettre en place des mesures pour prévenir sa propagation. »*

Les participants ont eu tendance à aimer cet énoncé à plusieurs titres. Dans le groupe de l'Atlantique, ils ont apprécié qu'il soit simple, clair et aille droit au but. De l'avis général, des deux énoncés évalués dans cette catégorie, c'était le plus clair et aussi le plus important. Dans les deux groupes, d'ailleurs, la plupart des gens trouvaient rassurant de lire une directive gouvernementale expressément en faveur du dépistage et que c'était un moyen sensé de réduire la transmission. En parallèle, cependant, les participants s'interrogeaient sur la disponibilité des services de dépistage et sur la crédibilité et l'exactitude du message.

2. *« Si vous présentez des symptômes, même légers, restez à la maison et n'allez pas au travail ou ailleurs dans la communauté jusqu'à ce que vous soyez rétabli. Les employeurs et les employés doivent se soutenir à cet égard, afin que nous puissions suivre le taux de transmission et le contenir. Souvenez-vous que les données scientifiques montrent qu'on peut transmettre le virus avant et pendant la période des symptômes, et même en l'absence de tout symptôme. »*

Cet énoncé a soulevé plus de questions qu'il n'a apporté de réponses. De l'avis de certains participants, la référence aux symptômes était trop vague et gagnerait à être plus explicite pour éviter toute confusion. D'autres ne saisissaient pas le lien inféré entre les employés qui doivent rester à la maison et la capacité pour le gouvernement de suivre le taux de transmission, n'ayant pas envisagé que les employeurs déclareraient à la santé publique les cas présumés au sein de leur personnel. Certains participants trouvaient également que la référence aux « données scientifiques » était vague. Tout considéré, l'énoncé semblait contenir trop d'informations, ce qui nuisait à la clarté du message recommandant de rester chez soi en cas d'apparition de symptômes liés à la COVID-19.

Risques permanents et gestion des risques

1. *« La COVID-19 représente toujours une grave menace pour la santé. Bien que certaines restrictions commencent à être allégées, il est important de reconnaître que les choses peuvent encore s'aggraver si nous ne respectons pas toutes les restrictions en place actuellement. Tenez-vous au courant des dernières règles et restrictions en vigueur dans votre région et suivez-les en consultant régulièrement le Canada.ca/lecoronavirus. »*

Dans le groupe de l'Atlantique, tous les participants ou presque considéraient que cet énoncé était non seulement le plus important, mais aussi le plus clair des trois messages évalués pour ce thème. Ils aimaient le ton grave de sa mise en garde, l'affirmation implicite que les restrictions seraient maintenues, et la consigne invitant tout le monde à respecter les règles et à se tenir informé. L'inclusion de l'adresse du site Web a également été vue comme une bonne chose. Dans le groupe du Québec, cet énoncé n'a guère produit d'effet et a suscité relativement peu de commentaires.

2. *« Nous savons qu'un grand nombre de Canadiens souhaitent célébrer des cérémonies importantes, des funérailles et d'autres rites ou rituels importants. Il sera important de suivre les directives de vos autorités locales relativement au nombre de participants, aux mesures de prévention des infections et aux événements associés. »*

Cet énoncé a semblé clair à certains, mais vague et confus à d'autres, ce qui fait que le contenu du message a fait l'objet de peu de commentaires. Certains participants se demandaient en quoi consistaient les « événements associés » et pourquoi l'énoncé ne comptait pas de référence explicite à

la COVID-19.

3. « *Les Canadiennes et Canadiens, de tout âge, ont souffert en raison de la COVID-19. Bien que certaines choses commencent à rouvrir, nous devons nous rappeler que tout un chacun est susceptible de contracter la maladie et risque de la transmettre à ses proches. Donc, suivez attentivement les consignes de votre région et veillez à vous protéger les uns les autres.* »

Cet énoncé a engendré peu de réactions et de commentaires, positifs comme négatifs, dans les deux groupes. Quelques participants du Québec aimaient l'énoncé, sans toutefois pouvoir expliquer pourquoi. Quelques-uns du groupe de l'Atlantique appréciaient son caractère inclusif et sa portée universelle.

Impacts économiques (tous les lieux)

Nouvelles économiques liées à la COVID-19

Les participants étaient fort bien informés sur les impacts économiques de la COVID-19. La plupart ont dit qu'ils prêtaient attention à une foule de questions, surtout les pertes d'emplois, l'explosion des demandes d'assurance-emploi et les difficultés des entreprises et de l'industrie aux prises avec des faillites et des licenciements massifs. Les pertes d'emplois permanentes et les fermetures dans le secteur de la restauration ont été mentionnées, de même que les nouveaux déboires de l'industrie pétrolière et gazière albertaine.

Plusieurs participants suivaient également la situation économique aux États-Unis, l'état des marchés boursiers et le cours du dollar canadien à titre d'indicateurs plus généraux de la santé économique du pays. Certains avaient entendu dire que les perspectives d'un redressement à court ou à moyen terme étaient peu reluisantes. D'autres avaient l'impression que les prévisions économiques à long terme faisaient défaut pour le Canada, comparativement aux analyses réalisées pour l'économie américaine. La plupart s'intéressaient aussi aux initiatives économiques et financières du gouvernement canadien et avaient conscience de l'ampleur de l'intervention en train d'être mise sur pied. La Prestation canadienne d'urgence et les subventions salariales destinées aux petites entreprises ont le plus couramment été citées à cet égard.

Préoccupations relatives à l'économie

La plupart des gens se disaient inquiets des répercussions déjà considérables de la COVID-19 sur l'économie, qu'ils croyaient susceptibles de s'amplifier et de perdurer. Beaucoup s'interrogeaient sur le sort des entreprises à plus long terme et sur les conséquences qui en résulteraient pour les emplois et les revenus. La hausse des prix à la consommation, la rupture possible des chaînes d'approvisionnement et la dégringolade des investissements étaient d'autres motifs de préoccupation.

Moins souvent, il a aussi été question de l'impact des perturbations économiques et de l'aide d'urgence du gouvernement sur les recettes, les déficits et la situation financière publique en général.

Invités à dire quels secteurs et quels types de travailleurs étaient déjà touchés par la crise, les participants ont mentionné les petites entreprises, surtout les boutiques et les restaurants locaux, ainsi que les industries clés qui sous-tendent les économies nationale et provinciales, par exemple le voyage et le tourisme. Parmi les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique, certains se souciaient de l'impact des perturbations économiques sur les étudiants, les récents diplômés et les travailleurs à temps partiel. Dans tous les groupes, il semblait aux participants que certains secteurs, comme la santé, l'éducation, les métiers et la fonction publique, étaient pour l'instant relativement épargnés.

À la question de savoir quels autres secteurs ou catégories de travailleurs risquaient d'être touchés si le virus continuait à se propager, la plupart des participants ont répondu que les secteurs déjà en difficulté continueraient de subir les effets de la crise. Ils ont également mentionné la vente au détail en général, les croisiéristes et les services de covoiturage, ainsi que certains commerces comme les boulangeries et les fleuristes. Dans l'ensemble, toutefois, beaucoup s'attendaient à ce que l'impact soit considérable et à ce qu'il ait des contrecoups sur tous les travailleurs, les entreprises et les secteurs.

Répercussions sur les finances personnelles

D'un groupe à l'autre et au sein de chaque groupe, les participants traversaient des circonstances diverses sur le plan de l'emploi et de la sécurité financière, mais la plupart ont dit avoir été affectés financièrement, d'une manière ou d'une autre, par l'arrêt des activités économiques et les directives en matière d'éloignement physique qui obligeaient les gens à rester chez eux.

Un nombre important de participants avaient accusé une baisse de revenus au sein du ménage, du fait de leur propre situation ou de celle d'un conjoint ou d'enfants plus âgés. Certains avaient perdu leur emploi ou des revenus d'entreprise à cause des fermetures; d'autres travaillaient moins d'heures ou gagnaient des commissions réduites sous l'effet de la chute des dépenses des consommateurs. Peu d'entre eux croyaient pouvoir affronter un arrêt ou un ralentissement prolongé de l'économie. Certains puisaient dans leur maigre épargne ou parvenaient tout juste à joindre les deux bouts, tandis que d'autres — en particulier les ménages disposant d'un seul revenu, ayant des enfants d'âge scolaire ou d'autres personnes à charge — s'endettaient ou avaient des difficultés à payer leur loyer et à subvenir à leurs besoins immédiats. Quelques-uns avaient l'impression que le coût des produits de base, comme l'épicerie, Internet ou les services de téléphonie mobile, grimpaient.

Cela dit, la plupart continuaient de toucher des revenus, ne serait-ce que l'assurance-emploi ou la Prestation canadienne d'urgence (que certains avaient demandée et recevaient désormais). Plusieurs participants, en particulier dans la région du Grand Toronto, s'estimaient chanceux de travailler à temps plein ou d'avoir un conjoint qui travaille. Dans bien des cas, ils avaient un emploi dans des secteurs comme la santé ou l'éducation et se sentaient relativement à l'abri. Certains ont même reconnu que les circonstances actuelles leur faisaient faire des économies, en leur évitant certaines dépenses associées au travail, par exemple les déplacements, et parce que peu d'établissements qu'ils fréquentaient habituellement (magasins, restaurants, etc.) étaient ouverts.

Même parmi les participants qui jouissaient d'une plus grande sécurité financière, toutefois, beaucoup étaient anxieux face à l'avenir de l'économie et à leur propre avenir. Certains s'inquiétaient pour des membres de leur famille en butte à des difficultés financières et qui avaient besoin d'aide ou pourraient avoir besoin de leur aide à plus long terme.

Lorsqu'on leur a demandé de quels types de soutien ou d'aide ils avaient besoin, le cas échéant, les participants ont mentionné l'allègement des loyers, de nouvelles prestations et mesures de soutien du revenu, ainsi que des prêts personnels et des marges de crédit.

Initiatives économiques et financières du gouvernement du Canada

Les participants étaient généralement au courant des mesures adoptées par le gouvernement du Canada pour apporter un soutien d'urgence à l'économie, aux entreprises et aux ménages. La plupart savaient que le gouvernement fédéral déployait un effort colossal de plusieurs milliards de dollars et annonçait régulièrement de nouveaux programmes. Parmi les initiatives précises, les plus couramment citées étaient la Prestation canadienne d'urgence (PCU) au montant mensuel de 2000 \$, le supplément à l'Allocation canadienne pour enfants et la Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC). Certains participants avaient également entendu parler de prêts bancaires offerts aux entreprises avec la collaboration du gouvernement fédéral et du report des paiements d'impôts pour les particuliers. Il a parfois aussi été question de l'ouverture partielle de la frontière pour maintenir certaines activités commerciales et permettre le transport de marchandises et de fournitures.

Prestation canadienne d'urgence

La majorité des participants avaient entendu parler de cette prestation. Mentionnée spontanément dans tous les groupes, c'était l'initiative la plus connue. Quelques personnes l'ont désignée par son nom, mais la plupart savaient simplement qu'un montant de 2000 \$ par mois était offert. Pour ce qui est des autres détails, le niveau de connaissance variait. De nombreux participants ont indiqué qu'ils n'en savaient pas plus que cela. Certains avaient des questions sur leur admissibilité actuelle ou future à la PCU advenant un changement dans leur situation d'emploi, sur le processus de demande et sur le caractère imposable ou non de ces sommes. D'autres étaient mieux renseignés et ont pu préciser, par exemple, que la prestation s'appliquerait pendant quatre mois, qu'il était facile de faire une demande en ligne ou au téléphone et qu'elle serait automatiquement approuvée, quitte à ce que les montants soient réclamés au moment des impôts auprès de ceux qui n'y avaient pas droit. Plusieurs participants ont également mentionné la rapidité du paiement — une affaire de quelques jours — et son dépôt direct dans le compte bancaire des demandeurs. Il était généralement entendu que la prestation s'adressait aux personnes touchées par la COVID-19, qui avaient perdu leur emploi ou une partie de leurs revenus et qui n'étaient pas couvertes par l'assurance-emploi (AE). Quelques participants ont ajouté qu'il fallait avoir gagné un revenu d'emploi d'au moins 5000 \$ durant l'année précédente pour être admissible. Tout bien considéré, la plupart des gens voyaient la PCU comme une initiative essentielle dans le cadre de l'effort fédéral pour assurer un soutien du revenu aux Canadiens qui en avaient besoin.

Dans la plupart des groupes, au moins quelques participants étaient extrêmement bien renseignés sur la prestation, l'ayant étudiée de près pour eux-mêmes ou des membres de leur famille. Certains pensaient ne pas y être admissibles et n'avaient donc pas fait de demande. Dans la plupart des groupes, cependant, au moins un participant avait fait une demande et percevait la prestation. Plusieurs participants des régions rurales du Québec et de l'Atlantique étaient dans ce cas. Aux dires de la plupart, le processus était simple et rapide. Certains avaient été aiguillés vers la PCU, ou automatiquement inscrits, après avoir fait une demande d'AE. Quelques autres avaient toutefois subi des retards, à cause d'une certaine confusion entourant leur admissibilité soit à la PCU ou à l'AE, ou parce qu'ils avaient tenté de vérifier leur admissibilité à la PCU. Une personne avait vu sa demande retardée en raison d'un changement d'adresse.

Invités à dire si le gouvernement fédéral avait agi assez rapidement en déployant cette prestation pour les Canadiens, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative. Certains ont signalé qu'après une réaction initiale un peu lente et un manque de clarté quant aux personnes admissibles, le gouvernement avait rapidement corrigé le tir en optant pour l'approbation automatique de la prestation. Plusieurs participants trouvaient que le gouvernement faisait du bon travail pour ce qui est d'octroyer les fonds rapidement, d'après leur propre expérience ou ce qu'ils avaient entendu dire par d'autres.

Subvention salariale d'urgence du Canada

Cette prestation destinée aux petites entreprises était largement connue. Tous les groupes comptaient des participants qui en avaient entendu parler, et dans de nombreux groupes une majorité savait que le gouvernement fédéral offrait une subvention salariale aux petites entreprises, soit pour maintenir des emplois, soit pour réembaucher des employés mis à pied en raison de la COVID-19. Beaucoup avaient entendu dire que ce programme couvrait 75 % des salaires, mais outre cela n'en connaissaient guère les détails. Les participants les mieux informés avaient souvent pris l'initiative de faire des recherches pour déterminer si leur propre entreprise, ou celle pour laquelle ils travaillaient, serait admissible au programme. Ces participants ont expliqué que la subvention servait à couvrir une partie des coûts salariaux des petites entreprises, jusqu'à concurrence d'un certain montant. Deux participants ont précisé que la couverture de 75 % était plafonnée sur la base d'un salaire annuel de 55 000 \$.

Lorsqu'on leur a demandé si le programme pourrait les aider personnellement, seuls quelques participants estimaient que oui, sans en être très sûrs. Un seul participant (du Canada atlantique rural) a indiqué que l'entreprise où il travaillait faisait appel au programme. Les gens avaient des questions. Ils se demandaient si la subvention s'adressait aussi aux entreprises non réputées fournir des services essentiels et quels étaient les critères d'admissibilité, les délais d'approbation de la demande et les délais de versement des fonds. Quelques personnes ont signalé que l'information au sujet de ce programme n'était pas à claire pour eux, et peut-être pas non plus pour leur employeur.

Allocation canadienne pour enfants

Bien que la bonification temporaire de cette prestation ait fait l'objet de mentions spontanées dans plusieurs groupes, seul le groupe de parents de la région du Grand Toronto a été directement

interrogé sur le sujet. Certains participants avaient entendu parler du supplément et d'autres non. Les premiers savaient qu'un montant supplémentaire était offert aux ménages dans le cadre de l'allocation pour enfants, mais étaient rarement en mesure de donner des détails. Un parent, mis au courant par l'école de son enfant, savait qu'un montant de 300 \$ par enfant serait offert à compter du mois de mai et pensait que cette somme serait versée aux ménages dont les revenus ne dépassaient pas un certain seuil et dont les enfants avaient moins d'un certain âge. Toutefois, de nombreux participants ignoraient si la prestation s'appliquait ou non dans leur cas.

Par souci de clarté, on a expliqué aux participants que le gouvernement du Canada avait annoncé une hausse de l'Allocation canadienne pour enfants de l'ordre de 300 \$ par enfant. À la question de savoir si ce montant était suffisant, la plupart ont répondu que tout montant était le bienvenu et aiderait de nombreux parents touchés par les pertes d'emplois. Lorsqu'on leur a demandé ce qu'ils feraient de cette somme, s'ils y avaient droit, ils ont dit qu'il la mettrait de côté. Fait intéressant, les participants de ce groupe n'avaient pas vu leurs revenus familiaux diminuer en raison de la COVID-19 et n'étaient donc pas en difficulté financière dans l'immédiat. Beaucoup étaient cependant inquiets pour l'avenir et disaient surveiller leurs dépenses.

Programme Emplois d'été Canada

Quoique ce programme ait été moins connu que les autres, certains participants avaient spontanément mentionné avoir entendu une annonce récente au sujet de cette initiative visant à mieux soutenir les étudiants. Toutefois, seuls deux groupes ont eu à répondre à des questions portant directement sur ce programme, soit le groupe de jeunes de Montréal et le groupe de participants venant de régions rurales du Québec (population générale). Personne dans ces deux groupes n'était au courant de l'annonce, et seul un participant de Montréal connaissait le programme Emplois d'été Canada dans sa mouture actuelle.

Par souci de clarté, on a fourni la description suivante au groupe de jeunes de Montréal, avant de poser quelques questions de suivi :

« Des modifications temporaires au programme ont été annoncées. Elles aideront les employeurs à embaucher du personnel d'été et permettront aux jeunes Canadiennes et Canadiens d'accéder à des emplois au sein d'organismes sans but lucratif, de petites entreprises et du secteur public. Le programme permettra de créer jusqu'à 70 000 emplois pour les jeunes de 15 à 30 ans. »

La plupart des participants ont bien accueilli cette annonce, disant qu'elle pourrait être avantageuse pour eux, sans en être entièrement sûrs vu leur manque de connaissances au sujet du programme. Certains se demandaient si la création de 70 000 emplois améliorerait réellement la situation des jeunes, mais la plupart avaient tendance à penser que c'était un bon début.

Investissement dans le nettoyage de puits abandonnés

Dans le groupe d'Edmonton, on a demandé aux participants s'ils avaient entendu quoi que ce soit au sujet d'un investissement fédéral de 1,7 milliard de dollars pour nettoyer des puits abandonnés dans l'Ouest du Canada. Près de la moitié des participants ont répondu que oui. Toutefois, le consensus dans ce groupe était que le gouvernement fédéral n'aidait pas suffisamment l'Alberta sur le plan

économique, de manière générale, et que cette récente initiative ne ferait guère de différence, vu l'étendue des défis auxquels faisaient face l'économie de la province et son secteur pétrolier et gazier. Ces difficultés, qui précédaient la COVID-19, se trouvaient exacerbées, selon eux, par les effets de la pandémie mondiale.

Évaluation de la réponse économique du gouvernement du Canada

La plupart des participants avaient une opinion assez positive de l'intervention économique du gouvernement du Canada face à la pandémie de COVID-19 jusqu'à présent. À la question de savoir si la réponse était suffisante, beaucoup ont répondu par l'affirmative. Ils estimaient que le gouvernement faisait de son mieux pour apporter rapidement l'aide nécessaire à ceux qui en avaient besoin. Certains ont manifesté plus d'enthousiasme à l'égard de cet effort, le qualifiant d'« extrêmement équitable », de « bon » ou d'« excellent », surtout par rapport à ce qui se passait ailleurs. Cela dit, un certain nombre de participants trouvaient qu'il y avait encore à faire.

De l'avis de quelques-uns, les prestations devraient être élargies de façon à couvrir les Canadiens qui avaient besoin d'aide et n'y étaient pas admissibles en vertu des règles actuelles, par exemple les gens dont le travail les exposait à des risques inacceptables pour leur santé, ou les petites entreprises ne comptant pas d'employés. Certains pensaient qu'il serait sans doute nécessaire de maintenir les prestations à plus long terme. Ces commentaires, quoique épars, ont suscité des hochements d'assentiment dans les groupes où ils ont été formulés. Dans le groupe d'âinés du Québec, la plupart s'entendaient sur le fait que le gouvernement fédéral avait peu agi pour les retraités, mais convenaient qu'ils avaient moins besoin d'aide financière que les travailleurs canadiens, car la pandémie n'avait pas grugé leurs revenus dans la même mesure.

Les participants des groupes de l'Ouest (population générale) ont fait figure d'exceptions pour ce qui est des évaluations largement favorables décrites ci-dessus. Dans le groupe d'Edmonton, les gens avaient le sentiment que le gouvernement n'en avait pas fait assez pour les Albertains, et en particulier pour les travailleurs du pétrole et du gaz. Il s'agissait autant d'un sentiment général que d'un sentiment concernant la pandémie de COVID-19. Beaucoup réclamaient du gouvernement une action plus ciblée et plus généreuse pour leur province, vu les difficultés déjà causées par la santé chancelante de son industrie pétrolière et gazière. Dans le groupe de la Colombie-Britannique composé de membres du grand public, le nombre de participants qui se montraient critiques de l'intervention du gouvernement fédéral était également plus élevé que dans d'autres groupes. Tout en reconnaissant la rapidité d'action du gouvernement, certains ont pointé du doigt des lacunes perçues liées aux loyers, notamment, tandis que d'autres estimaient nécessaire de mieux communiquer les critères d'admissibilité de la PCU pour éviter des réclamations inopinées au moment des impôts.

Approche en matière de soutien du revenu

On a demandé aux participants si le gouvernement devrait tout simplement donner 2000 \$ par mois à tous les Canadiens, puis récupérer cet argent auprès de ceux qui n'en avaient pas besoin lorsqu'ils produiraient leurs déclarations de revenus, au lieu de recourir à l'approche plus ciblée de la Prestation canadienne d'urgence. Peu de gens étaient favorables à cette autre façon de procéder ou

comprenaient son intérêt. La plupart croyaient qu'elle entraînerait des problèmes, dont une hausse des dépenses publiques, des coûts supplémentaires pour les contribuables dans l'avenir, et de l'incertitude et des difficultés financières pour les personnes tenues de rembourser la prestation. Beaucoup étaient réticents à l'idée que les gens reçoivent des fonds, même pendant une courte période, sans que cela ne soit justifié. Seule une poignée de participants trouvaient l'approche intéressante, au motif qu'elle assurerait des revenus immédiats à tous ceux qui en avaient besoin et qu'elle éliminerait les retards et les questionnements relatifs à l'admissibilité lorsqu'une aide financière urgente était de mise.

Autres mesures requises

Invités à suggérer d'autres mesures que le gouvernement fédéral devrait envisager pour gérer les impacts économiques de la COVID-19, les participants ont donné des réponses variées qui n'ont pas permis de mettre en évidence des lacunes couramment perçues dans l'approche actuelle. Beaucoup estimaient que le gouvernement faisait du bon travail et était sur la bonne voie. Pour autant, certains s'inquiétaient de ce que les critères d'admissibilité continuent de laisser pour compte certaines personnes touchées par la COVID-19, et d'autres ont plus précisément fait référence aux auto-entrepreneurs et aux employés courant des risques indus pour leur santé, deux catégories de personnes méritant un soutien et pour l'instant non admissibles à quelque programme que ce soit.

Parmi les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique, plusieurs ont recommandé que le gouvernement s'attelle à une planification économique de plus longue haleine et envisage de prolonger les prestations d'urgence, notamment la PCU, au-delà de la période initiale de quatre mois, ce que d'autres semblaient approuver. Chez les jeunes participants de Montréal, il a été suggéré d'aider les étudiants à trouver des occasions de télétravail ou de formation en ligne et d'offrir une aide financière aux nouveaux diplômés qui ne parviennent pas à décrocher d'emploi en raison de la pandémie.

Dans le groupe de la Colombie-Britannique composé de membres du grand public, l'opinion générale voulait que le gouvernement envisage un allègement fiscal, y compris un report de la tarification du carbone. Quelques participants trouvaient également que le Parlement fédéral aurait dû voter l'annulation de l'augmentation automatique des salaires des députés, au vu de la crise actuelle.

Chez les aînés du Québec, les suggestions concernaient la réouverture prudente de l'économie — que tous jugeaient nécessaire — et le maintien des aides offertes aux entreprises régionales et locales, au besoin, afin de garder les gens au travail et les entreprises à flot.

Autres enjeux économiques (Québec rural, Canada atlantique rural)

Soutien ciblé de secteurs clés

On a demandé aux participants de ces deux groupes si le gouvernement du Canada devait intervenir pour aider davantage les secteurs heurtés de plein fouet par la crise, comme le tourisme, le pétrole et le gaz, le transport aérien et la restauration. La plupart opinait, avec certaines nuances selon la région.

Dans le groupe du Québec rural, les participants s'inquiétaient particulièrement pour les restaurants, qu'ils croyaient au bord de la faillite et qui leur paraissaient extrêmement importants non seulement pour l'emploi, mais pour la vitalité de leurs communautés. Certains estimaient également que le secteur des arts et de la culture aurait besoin d'un coup de main, tout comme le secteur agricole, déjà aux prises avec un manque de main-d'œuvre. Une majorité de participants s'entendaient sur le fait que les petites et moyennes entreprises devaient passer en priorité. Personne n'était très ouvert à l'idée que le gouvernement finance les grandes sociétés, par exemple les compagnies aériennes, ou les compagnies pétrolières et gazières, jugées être en assez bonne posture pour affronter le ralentissement économique sans aide publique.

Dans le groupe du Canada atlantique rural, le sort des entreprises locales dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie était un motif de préoccupation important étant donné leur contribution à l'économie régionale et à l'emploi. Beaucoup pensaient qu'il faudrait des programmes ciblés pour assurer la survie de ces entreprises, sachant que la pandémie et les fermetures coïncidaient avec le début de la haute saison pour ce pan de l'économie.

Incidence financière des dépenses d'urgence

Interrogés sur l'impact négatif que les dépenses d'urgence du gouvernement fédéral étaient susceptibles d'avoir sur le déficit du pays, de nombreux participants se sont dits inquiets à ce sujet, surtout dans le groupe du Québec, mais la plupart jugeaient que le niveau de dépenses actuel était nécessaire. Il semblait à peu de gens que le gouvernement dépensait trop dans les circonstances, vu les risques de fermetures et de chômage durable, et beaucoup estimaient au contraire qu'il fallait faire plus. Un nombre important de participants, à nouveau surtout au Québec, se demandaient aussi quelle serait l'incidence de ces décaissements à long terme sur les déficits et la situation financière générale. Ils s'accordaient à penser qu'il faudrait planifier la gestion des dépenses futures. Pour l'heure cependant, la survie des entreprises et le maintien des emplois durant la pandémie leur paraissaient être l'enjeu le plus pressant.

Publicités sur la COVID-19 (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Connaissance générale

En guise de prélude à l'évaluation des publicités, on a demandé aux participants s'ils avaient vu ou entendu des messages récents du gouvernement du Canada sur la COVID-19. Les réponses ont varié. La plupart des participants de la région du Grand Toronto, du Sud-Ouest de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et d'Edmonton, ont dit avoir été exposés à un certain nombre ou à un grand nombre de publicités fédérales sur la pandémie. En revanche, dans les groupes du Québec et parmi les nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, très peu de participants se rappelaient avoir vu ce type d'annonces du gouvernement fédéral.

La majorité des gens qui se souvenaient de ces publicités ont dit qu'elles portaient sur les mesures de prévention, par exemple le lavage des mains et la distanciation sociale, et soulignaient l'importance de respecter les consignes afin de réduire la transmission du virus. Beaucoup ont indiqué que l'administratrice en chef de la santé publique du Canada était la principale porte-parole dans les annonces qu'ils avaient vues, et la plupart avaient vu les annonces du gouvernement fédéral sur divers supports médiatiques, dont la télévision, les médias sociaux (Facebook et YouTube), la radio et Internet.

Évaluation publicitaire

On a testé dans ces groupes une série de concepts publicitaires destinés à la télévision ou à la radio, présentés sous diverses formes allant du simple script à une production plus achevée. L'exercice comportait cinq concepts, dont différentes versions ont été évaluées dans différents groupes, en français comme en anglais.

Concept A : Célébrités (premier groupe de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto)

Télévision — Script

Ce concept publicitaire destiné à la télévision a été évalué dans deux groupes, sous la forme d'un script. On a expliqué aux participants que la publicité comprendrait une série d'égoportraits vidéo de

personnalités canadiennes et qu'elle se terminerait par un message de l'administratrice en chef de la santé publique du Canada. Dans les deux groupes, le modérateur a lu à voix haute le script qui suit, puis a demandé aux participants quelles étaient leurs réactions :

Astronaute : Les astronautes, on reste chez soi pour sauver des vies.

Joueur(-euse) de hockey : Les athlètes, on reste chez soi pour sauver des vies.

Chanteur(-euse) : Les artistes, on reste chez soi pour sauver des vies.

Chef(fe) d'entreprise : Les entrepreneur(e)s, on reste chez soi pour sauver des vies.

Administratrice en chef de la santé publique : Il est temps de rester chez soi pour réduire la propagation de la COVID-19.

Ensemble : Restez chez vous. Sauvez des vies.

Réaction générale : La plupart des participants ont bien réagi à cette publicité et à son exhortation à rester chez soi pour sauver des vies. Le message leur paraissait clair, facile à comprendre et expliquait clairement ce qu'il faut faire pour enrayer la propagation du virus. En général, les gens aimaient que des personnalités publiques y prêtent leur voix. Ils pensaient qu'en plus d'aider la publicité à percer, cela montrerait que tout le monde a un rôle à jouer et doit faire sa part en restant à la maison. Selon certains, l'annonce éveillait un sentiment d'appartenance commune en montrant des personnalités d'horizons divers qui vivent la même expérience que tout le monde.

Public cible : De l'avis de la plupart, la publicité s'adressait à un large public, mais certains trouvaient qu'en mettant l'accent sur les professions, elle visait plus précisément la population active. Dans les deux groupes, les participants pensaient généralement que pour joindre les jeunes et les jeunes adultes, il faudrait inclure des porte-parole qui interpellent ces groupes d'âge.

Autres personnalités possibles : Le groupe de parents de Toronto croyait que Craig Keilburger (le cofondateur du mouvement Unis) serait un porte-parole inspirant pour les jeunes. Dans le groupe du Québec, diverses suggestions ont été faites : les vedettes de Passe-Partout, l'homme d'affaires Pierre-Karl Péladeau, l'auteur-compositeur-interprète Jean-Pierre Ferland, le musicien Fred Pellerin, la journaliste Janette Bertrand, et le premier ministre.

Aspects qui ont déçu/points faibles : Bien que la plupart aient aimé que la publicité fasse appel à des personnalités connues — c'était l'une de ses forces —, certains ont dit ne pas se sentir d'affinité avec les vedettes. Il semblait à ces participants que des gens ordinaires, comme des mères de famille ou des enseignants, seraient des porte-parole plus accessibles, ou encore, que des professionnels de la santé et d'autres travailleurs de première ligne seraient des messagers plus crédibles et plus efficaces.

Impact : La plupart des gens ont dit qu'ils remarqueraient probablement l'annonce en raison de son recours à des personnalités connues. Peu croyaient qu'elle les inciterait à consulter le site Web du

gouvernement du Canada, cependant, surtout parce que le message leur paraissait être complet et ne pas exiger davantage de recherches de leur part.

Suggestions d'améliorations : Invités à dire comme l'on pourrait améliorer la publicité, les participants des deux groupes ont le plus souvent suggéré de diversifier l'éventail des vedettes choisies à titre de porte-parole afin de toucher un public plus large et plus particulièrement les jeunes, dont beaucoup de gens pensaient qu'ils vivent difficilement l'isolement social.

Concept B : Experts médicaux (groupes de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, Sud-Ouest de l'Ontario)

Télévision — Script et vidéo

Six groupes ont évalué ce concept publicitaire qui a progressé du script jusqu'à la vidéo. Le concept se déclinait en quatre versions : deux pour le script et deux pour la vidéo, dont une en anglais et une en français dans chaque cas. Le concept de base et le message étaient grosso modo identiques, hormis quelques changements mineurs apportés au texte lors du passage du script à la vidéo pour tenir compte des commentaires émis dans les premiers groupes.

Les porte-parole ont été choisis sur mesure pour les versions anglaise et française. La publicité anglaise met en vedette l'astronaute Chris Hadfield, la hockeyeuse olympique et étudiante en médecine Hayley Wickenheiser, et l'administratrice en chef de la santé publique du Canada, Theresa Tam. Les porte-parole de la version française sont l'astronaute David Saint-Jacques, le gardien de la National Football League et diplômé de médecine Laurent Duvernay-Tardif, ainsi que la conseillère scientifique en chef du premier ministre et la ministre des Sciences et du Cabinet, Mona Nemer.

Voici la version finale de la vidéo :

Figure 1



PHAC_TV_FR_opt1_COLO_Wsuper_Wmix_11h compressed.mp4

L'annonce télévisée de la figure 1 présente des experts médicaux et scientifiques canadiens de renom qui s'expriment depuis leur domicile. La vidéo comprend une trame musicale et a fait l'objet d'un mixage final. Chris Hadfield/David Saint-Jacques dit ceci : « La COVID-19 est une grave menace pour la santé. Mais, nous les Canadiens, on a toujours relevé les défis en veillant sur les autres et en faisant notre part ». Hayley Wickenheiser/Laurent Duvernay-Tardif poursuit : « Même si vous n'avez pas de symptômes, vous pouvez propager la COVID-19 et mettre des vies en danger. Restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort ». Theresa Tam/Mona Nemer enchaîne avec ces mots : « Consultez régulièrement les avis médicaux sur Canada.ca/lecoronavirus et suivez les directives ». Les trois porte-parole apparaissent ensuite à l'écran et disent d'une seule voix : « Restez à la maison. Sauvez des vies ». Puis, une voix de femme dit : « Un message du gouvernement du Canada » et le mot-symbole Canada apparaît à l'écran.

Réaction générale : Cette publicité a suscité des réactions plutôt favorables, notamment dans les groupes anglophones et chez les jeunes de Montréal. Les participants avaient tendance à aimer le

message et l'approche adoptée, en particulier le choix d'experts médicaux crédibles pour servir de porte-parole et la gravité du ton, qui semblait tout à fait indiquée. La plupart trouvaient le message d'ensemble à la fois pertinent et important pour les Canadiens en général, et beaucoup ont aimé le caractère « positif et encourageant » du message sur la résilience des Canadiens et les valeurs communes axées sur le bien de la société. Tout en considérant que les directives en matière de distanciation sociale et de confinement étaient déjà largement connues et suivies, nombre de participants jugeaient que la diffusion d'un rappel provenant de personnalités et d'experts éminents était une bonne chose et permettait d'enfoncer le clou.

Dans les groupes du Québec rural, par contre, plusieurs participants se sont dits moins interpellés par l'annonce ou moins convaincus qu'elle sortirait du lot. Certains la trouvaient impersonnelle ou dénuée d'émotion. Selon eux, le message invitant à rester chez soi devrait être plus appuyé pour capter l'attention des gens qui prennent à la légère les mesures d'éloignement social et de confinement.

Message principal : La plupart des participants trouvaient la publicité claire et simple. Ils ont indiqué que le message « Restez à la maison. Sauvez des vies » en constituait l'idée maîtresse, tout comme l'appel à épauler les autres et à « faire sa part ». Beaucoup pensaient qu'elle cherchait à insuffler espoir et encouragement au public. D'après certains, son message central avait trait au fait que les Canadiens doivent relever ensemble le défi de la COVID-19. De nombreux participants ont également dit que la transmission asymptomatique était un élément d'information clé qui les avait frappés.

Notoriété des porte-parole et perceptions : Tant pour la version anglaise que française, les porte-parole de la publicité étaient généralement familiers aux participants, sauf à Montréal, où deux ou trois jeunes seulement connaissaient certains des locuteurs, et dans le groupe des nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique, où la plupart connaissaient uniquement l'administratrice en chef de la santé publique. Il n'empêche, la plupart des participants trouvaient que les porte-parole choisis étaient dignes de confiance et crédibles, à en juger par les renseignements fournis à leur sujet dans la publicité.

Ce qui a plu/points forts : Une série de points forts ont été relevés. Le choix des porte-parole était souvent perçu comme un élément essentiel. Les gens aimaient le fait que ces personnes aient toutes une formation scientifique ou médicale qui leur permettait de parler du sujet avec compétence et autorité. Ils appréciaient également la diversité des parcours professionnels représentés, qui étaient susceptibles de plaire à un large public, selon eux, et contribuaient à faire passer un message de solidarité face à la pandémie. Beaucoup aimaient tout spécialement que les annonces aient été enregistrées à domicile : cela renforçait le message clé de la publicité en montrant que les porte-parole suivaient leur propre conseil; cela rendait aussi les personnalités plus accessibles, et ce cadre inhabituel pour une publicité aiderait à capter l'attention du public.

Parmi les parents de la région du Grand Toronto, les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique et les jeunes de Montréal, un certain nombre de participants ont aimé le ton encourageant de la publicité de même que son message social. Dans l'un des groupes du Québec, certains trouvaient que l'accent québécois des locuteurs facilitait la compréhension et l'identification. Dans la généralité des cas, les participants ont également dit que la publicité leur semblait claire, simple et facile à comprendre. Par

ailleurs, la plupart estimaient qu'elle communiquait de façon efficace ce qu'il faut faire pour réduire le plus possible la propagation du coronavirus.

Ce qui a déplu/points faibles : Lorsqu'on a posé la question directement, personne dans les groupes qui avaient vu la vidéo n'a cité de point faible ou d'aspect qui avait déplu. Très peu de commentaires négatifs ont émergé dans les autres groupes. La principale critique concernant cette publicité avait trait au caractère connu de son message principal et au fait qu'il n'apporte pas d'élément nouveau ou particulièrement convaincant, surtout dans l'optique de provoquer des changements d'attitude et de comportement chez ceux qui ne se plient pas aux directives en matière de distanciation sociale.

Public cible : D'après la plupart, la publicité était conçue pour plaire au grand public. Si certains participants pensaient qu'elle s'adressait aux gens qui ne suivent pas suffisamment les directives en matière de distanciation sociale, d'autres pensaient qu'elle se voulait un rappel et un encouragement pour tous les Canadiens. Il a semblé à quelques participants du groupe de parents de la RGT et du groupe de jeunes de Montréal qu'elle ciblait davantage un auditoire adulte qu'un public jeune. D'autres, cependant, considéraient que la simplicité des termes et du message faisait que l'annonce convenait à tout groupe d'âge.

Impact : Bien que la plupart des gens aimaient la publicité et reconnaissaient l'importance de son message, ils avaient le sentiment d'en avoir déjà assimilé l'information. Ainsi, certains ont dit qu'ils ne s'y arrêteraient sans doute pas. D'autres ont indiqué qu'ils remarqueraient la publicité en raison des locuteurs, qui constituaient son principal attrait d'après eux, mais aussi parce qu'ils suivaient de près toutes les communications portant sur la COVID-19, et surtout celles émanant du gouvernement. Quant à la question de savoir s'ils essaieraient d'obtenir plus d'information après avoir vu l'annonce, très peu de participants, tous groupes confondus, ont répondu par l'affirmative. Selon eux, le message était clair, complet et n'exigeait pas de recherches supplémentaires de leur part.

Autres messages : Les groupes ont eu à évaluer deux phrases de façon plus précise. La première se lisait comme suit : « *Alors, restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort* ». La plupart des participants trouvaient le message direct et percutant, et il leur semblait approprié d'aborder la question en termes de vie ou de mort, surtout pour sensibiliser les gens qui songent à leur risque personnel, mais non au risque pour autrui. Quelques-uns croyaient que le message devrait être plus vigoureux si l'intention était de convaincre les Canadiens qui n'adhèrent pas encore à la distanciation sociale. Par rapport à la seconde phrase : « *Restez à la maison pour aider à protéger vos proches* », la plupart des gens préféraient la première formulation, car elle leur semblait plus forte et mieux correspondre à la gravité de la situation. Ceux qui préféraient la seconde trouvaient que la personnalisation de l'enjeu serait plus efficace pour convaincre les gens de respecter les directives.

Autres porte-parole : En ce qui concerne d'autres porte-parole susceptibles d'être efficaces pour cette publicité, les participants avaient quelques suggestions. La plupart ont proposé de faire appel à des gens ordinaires qui avaient été directement touchés par le virus. Dans leur optique, ces personnes auraient sans doute une plus grande force de persuasion auprès de ceux qui négligent d'appliquer les consignes de distanciation sociales, en leur montrant qu'eux aussi sont à risque. D'autres scientifiques ou experts médicaux ont été suggérés, dont David Suzuki, Roberta Bondar, des travailleurs de la santé

sur le terrain, des administrateurs d'hôpitaux, la ministre canadienne de la Santé, le directeur national de la santé publique du Québec et la gouverneure générale du Canada. Dans le groupe des jeunes et celui des nouveaux arrivants, où la notoriété des porte-parole de la publicité était relativement faible, certains participants croyaient que des personnalités plus reconnaissables attireraient davantage leur attention, par exemple des acteurs, des gens d'affaires et d'autres personnalités non médicales. Certains ont suggéré de choisir des porte-parole plus jeunes, si l'objectif était de joindre ce groupe.

Suggestions d'améliorations : Il n'y avait guère de consensus à l'égard des améliorations à apporter à la publicité. La plupart des participants la trouvaient claire et efficace. Parmi les suggestions les plus courantes, certains participants ont fait valoir que le message devrait être plus ferme si l'on espérait ramener dans les rangs les gens qui dérogent aux règles en matière de distanciation sociale, et d'autres ont recommandé de recruter des porte-parole plus célèbres notamment auprès des jeunes. De l'avis de quelques personnes, la publicité pourrait également être plus instructive si elle abordait des questions comme les mesures visant à protéger les personnes qui sont tenues de travailler et ne peuvent pas suivre à la lettre les mesures d'éloignement physique.

Concept C : Astronaute (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B.)

Télévision et radio – Script

Ce concept publicitaire a été évalué sous la forme d'un script, en anglais et en français, dans cinq groupes. Deux versions du script ont été examinées, l'une pour la télévision et l'autre pour la radio. Le concept de base et le message étaient globalement identiques, hormis quelques changements mineurs apportés à la seconde version, tenant compte des commentaires recueillis dans les groupes précédents.

Les astronautes choisis à titre de porte-parole étaient adaptés aux marchés anglophone et francophone. Dans la version anglaise de la publicité, Chris Hadfield a fait office de porte-parole, tandis que dans la version française, ce rôle est joué par David Saint-Jacques.

Voici la version 2 du script :

Chris Hadfield/David Saint-Jacques : Je suis Chris Hadfield/David Saint-Jacques.

En tant qu'astronaute, je sais ce que c'est que de passer une longue période d'isolement, loin de ses amis et de sa famille. C'est difficile, mais c'est ce que nous devons tous faire les uns pour les autres.

Même si vous ne vous sentez pas malade, vous pourriez quand même être porteur de la COVID-19, et vous pourriez la transmettre aux autres. Vos actions peuvent protéger vos proches.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Visitez le canada.ca/lecoronavirus pour obtenir les dernières consignes sur la façon dont vous pouvez mettre fin à cette pandémie.

Annonceur : Un message du gouvernement du Canada.

Réaction générale : En règle générale, les participants ont évalué favorablement ce concept publicitaire et son message. L'utilisation des astronautes et le rapprochement entre la distanciation sociale de la COVID-19 et l'isolement d'un séjour dans l'espace, loin de sa famille et de ses amis, ont éveillé l'intérêt de la plupart des gens. Il leur semblait que ces astronautes étaient en mesure de comprendre l'expérience du public dans le contexte de la pandémie et qu'ils étaient de bons porte-parole pour le message. Certains ne connaissaient pas les astronautes figurant dans la publicité, mais ceux qui les connaissaient les aimaient bien et avaient un sentiment de lien avec eux, amplifié par la narration au « je ». Plusieurs trouvaient que la publicité communiquait un puissant message de soutien et d'encouragement aux Canadiens. L'engouement était particulièrement net dans le groupe des jeunes de Montréal.

Dans les groupes du Sud-Ouest de l'Ontario, les réactions étaient plus partagées, certains participants ayant un sentiment de déjà-vu qui atténuait leur enthousiasme à l'égard du concept. Parmi les nouveaux arrivants de la Colombie-Britannique, les réactions étaient plus tièdes qu'ailleurs. Certains considéraient que l'analogie de l'espace et son isolement extrême cadraient mal avec l'expérience vécue de la COVID-19 pour la plupart des Canadiens, a fortiori pour les familles nombreuses vivant sous un même toit. Nombre de ces participants ne connaissaient pas Chris Hadfield et n'avaient pas le même sentiment de lien ou de familiarité que beaucoup partageaient dans les autres groupes. Par ailleurs, plusieurs ont buté sur une phrase ajoutée à cette version de l'annonce au moment de l'évaluation — « *Vous n'avez pas besoin d'aller dans l'espace pour être un héros. Vous devez juste rester à la maison* » — car ils trouvaient la référence à l'héroïsme exagérée.

Message principal : De l'avis de la plupart, le message principal de la publicité ne se limitait pas à enjoindre les gens à rester à la maison pour sauver des vies, mais se voulait un encouragement aux personnes isolées par la pandémie de COVID-19. En ce qui concerne la première version de la publicité, qui comprenait la référence à l'héroïsme, plusieurs participants pensaient que cette idée faisait également partie du message principal, ce qui a quelque peu polarisé l'opinion.

Ce qui a plu/points forts : Une majorité de participants aimaient l'idée de recourir à des astronautes en général, et à Chris Hadfield ou David Saint-Jacques en particulier. Ils ont également salué le caractère personnel et authentique de la publicité, la place qu'elle accordait au partage d'une expérience personnelle, mise en lien avec les difficultés vécues par les Canadiens en raison de l'isolement social. Ces participants trouvaient l'approche globalement accrocheuse, pertinente et rassurante. D'après certains, la publicité reconnaissait les difficultés qu'ils traversaient actuellement, ce qu'ils appréciaient. La mention de la famille et des amis et l'idée de faire un sacrifice pour le bien des proches trouvaient aussi des résonances personnelles chez plusieurs.

Ce qui a déplu/points faibles : Ceux à qui la publicité plaisait n'avaient guère de critiques à son sujet. Mais le concept n'a pas convaincu tout le monde, en particulier parmi les nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la Colombie-Britannique. Ces participants avaient tendance à trouver l'analogie du séjour dans l'espace un peu tirée par les cheveux. Chris Hadfield leur était également

moins familier qu'aux participants d'autres groupes et ils auraient préféré un porte-parole plus reconnaissable.

Clarté et compréhension : De l'avis général, cette publicité était claire et facile à comprendre. Aucun groupe n'a relevé de problème de langue ou de compréhension.

Public cible : La plupart des participants estimaient que la publicité était conçue pour la population générale et susceptible de plaire à un large public, surtout à titre de message d'encouragement pour les personnes qui s'isolent et ont besoin d'une raison de garder espoir et de faire preuve de patience. Cela dit, certains avaient l'impression que la publicité ciblait des groupes d'âge particuliers. Dans certains groupes, notamment parmi les jeunes de Montréal, plusieurs participants pensaient que David Saint-Jacques interpellerait davantage les moins de 30 ans. Inversement, dans les groupes anglophones, quelques personnes ont avancé que Chris Hadfield serait plus apprécié d'un public plus âgé. Par ailleurs, il a semblé à certains que la publicité cherchait plus particulièrement à joindre les gens qui ne pratiquent pas la distanciation sociale, pour les inciter à penser aux autres.

Impact : La plupart croyaient qu'ils remarqueraient cette publicité. La participation des astronautes et de personnalités connues était un attrait pour beaucoup. Certains trouvaient la nature personnelle et intime du message engageante. D'autres pensaient que le sujet, et l'intérêt porté à tout ce qui concerne la COVID-19, leur ferait tendre l'oreille. Toutefois, seuls quelques participants ont dit qu'ils pousseraient plus loin en consultant le site Web mentionné dans la publicité. La plupart jugeaient avoir déjà en main toute l'information voulue et que rien dans l'annonce ne les incitait à se renseigner davantage.

Suggestions d'améliorations : Au chapitre des améliorations possibles, il y a eu quelques commentaires isolés, la plupart sur les moyens d'accroître la visibilité de la publicité. Les participants ont notamment suggéré de diffuser la publicité à de fréquents intervalles, de passer par les médias sociaux pour joindre les jeunes, et d'utiliser le système de radiodiffusion d'urgence à la télévision en guise d'introduction à la publicité.

Concept D : Aide financière (Sud-Ouest de l'Ontario, basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Télévision — Vidéo

Deux versions vidéo de cette publicité ont été évaluées dans cinq groupes. La version préliminaire a été présentée en Colombie-Britannique, dans le Sud-Ouest de l'Ontario et dans le groupe d'aînés du Québec rural, et la version plus développée, à Montréal et à Edmonton. Le concept de base et le message étaient à peu près identiques dans chaque cas, hormis quelques changements mineurs apportés au texte. La principale différence avait trait à la production, qui était nettement plus élaborée dans la seconde version et comportait une animation plus figiolée, de la couleur et une série variée de personnages et de façades de magasins.

La publicité visait à renseigner les Canadiens sur les mesures d'aide économique instaurées pour soutenir les Canadiens touchés par la COVID-19.

Figure 2



GOVCDN_30FRE_revised.mp4

La publicité télévisée de la figure 2 présente un scénarimage d'animation accompagné d'une trame musicale et d'une narration hors champ. Le narrateur lit les phrases suivantes tandis que les séquences de dessins animés défilent à l'écran : « Nous faisons tous notre part pour lutter contre la propagation de la COVID-19. Si vous avez besoin d'aide financière pendant ces temps difficiles, du soutien est disponible. Du soutien pour vous, du soutien pour votre famille, du soutien pour votre entreprise. En s'appuyant les uns les autres, le Canada pourra revenir en force. Visitez Canada.ca/le-coronavirus pour faire une demande d'aide financière. Un message du gouvernement du Canada ». Les images nous font entrer, par la fenêtre, dans les foyers de Canadiens. La première image montre une famille de quatre : une femme qui travaille à l'ordinateur, une fille en train de lire et un homme et un enfant qui jouent ensemble. La deuxième image montre un homme en train d'arroser des plantes et une femme qui joue de la guitare; et la troisième, un restaurant vide. Les mots « Prestation canadienne d'urgence », « Subvention salariale d'urgence du Canada » et « Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes » apparaissent à l'écran. La caméra recule pour montrer un complexe à unités multiples, où l'on voit des gens occupés à différentes activités chez eux et dans leurs commerces. L'adresse Canada.ca/le-coronavirus apparaît à l'écran et la caméra fait un panoramique vers le ciel. Le mot-symbole « Canada » apparaît.

Réactions générales : Les participants ont bien accueilli cette publicité. Le sujet les intéressait et le message du gouvernement fédéral sur l'apport d'une aide financière pour aider les gens et les entreprises à traverser la crise leur semblait positif et encourageant. Ils aimaient l'idée, sous-entendue, que cette crise serait temporaire et qu'on la surmonterait. La plupart trouvaient la publicité appropriée et y voyaient un outil d'éducation important pour informer les intéressés des mesures de soutien offertes. La clarté, la concision et la simplicité du message ont également plu. Par ailleurs, de nombreux participants aimaient la production, en particulier dans la version plus achevée, et trouvaient que la représentation animée d'une communauté de gens et d'entreprises était agréable à l'œil et engageante. L'évaluation de la publicité dans sa version finale a suscité des commentaires élogieux sur des éléments précis, par exemple les couleurs gaies, la musique apaisante et la voix hors champ. Dans le groupe de Montréal, la majorité des participants ont aimé la diversité culturelle des personnes représentées.

Le groupe d'Edmonton a fait bande à part avec des points de vue plus partagés. Certains participants trouvaient que la publicité devrait montrer « le tableau d'ensemble », que ce soit en abordant des questions qui vont au-delà des difficultés financières, par exemple la santé mentale, ou en parlant des répercussions économiques à long terme et des soutiens qui seront disponibles. D'autres trouvaient que le ton optimiste de la publicité était un peu déplacé ou que le message manquait de crédibilité, car ils estimaient que les mesures en place ne suffisaient pas à aider financièrement, même à court terme, tous les Canadiens qui en ont besoin. Enfin, plusieurs participants de ce groupe n'ont pas été séduits par l'animation et trouvaient que la publicité était trop générique et impersonnelle.

Message principal : Les participants ont eu tendance à considérer que le message principal de la publicité était positif, encourageant et rassurant. Outre l'aide financière mise à la disposition des particuliers et des entreprises, le message leur semblait affirmer que le gouvernement du Canada était là pour aider le pays à traverser cette crise et que tout allait bien se passer.

Ce qui a plu/points forts : Comme on l'a indiqué plus haut, la plupart des participants aimaient de nombreux aspects de cette publicité — le sujet, les messages et le script, l'animation et la production, le ton et le style de l'annonce, ainsi que sa concision et sa simplicité. Certains aimaient que l'accent porte sur le message plutôt que sur des personnalités, comme c'était le cas pour d'autres annonces. Une personne a fait remarquer, et d'autres ont abondé dans son sens, que le choix de l'animation était non seulement attrayant, mais bien pensé en cette période où l'on évite de représenter les gens vaquant à des activités sociales ou économiques.

Ce qui a déplu/points faibles : Dans la plupart des groupes, peu de participants avaient des critiques. Le groupe de Montréal et celui des aînés du Québec rural n'ont soulevé aucun point négatif. À Edmonton, en revanche, certains participants ont peu aimé l'animation et le ton de la publicité, les trouvant mésadaptés à l'ampleur et à la gravité de la crise économique. Dans leur optique, la mise en scène de personnes réelles favoriserait un lien émotionnel plus fort. Par ailleurs, bien que beaucoup de gens aient salué la brièveté de l'annonce, certains ont trouvé qu'elle devrait être étoffée. Ils ont suggéré d'ajouter un numéro de téléphone ou des renseignements sur les prestations offertes, notamment sur le fait que le montant de 2000 \$ par mois versé dans le cadre de la Prestation canadienne d'urgence sera imposable.

Clarté et compréhension : De l'avis général dans tous les groupes, la publicité était claire et facile à comprendre.

Public cible : Beaucoup pensaient que la publicité s'adressait à un large public, soit la population en général, soit tout particulier ou entreprise touché par la pandémie et ayant besoin de soutien financier. Dans le groupe de Montréal, qui avait vu la version plus achevée, les participants ont supposé que le public cible était large et inclusif, en raison de la diversité des cultures et des commerces représentés. Dans d'autres groupes, certains croyaient plutôt que la publicité visait un public plus jeune, étant donné le choix de l'animation, le ton de l'annonce et le fait qu'elle s'ouvrait sur le foyer d'une jeune famille. De l'avis de quelques autres, les gens qui ne suivaient pas les nouvelles formaient également un public cible important, tout comme les Canadiens à faible revenu, qui avaient sans doute peu d'économies et urgentement besoin d'une aide financière.

Quartier représenté : D'après la plupart des participants, le quartier représenté évoquait un cadre urbain dans les deux versions de la publicité, et plus encore dans la seconde, avec ses commerces, ses bâtiments de plusieurs étages et sa population culturellement diversifiée (malgré la forêt et le lac figurant à l'arrière-plan). Les participants de Montréal étaient les plus portés à dire que ce quartier ressemblait au leur. Ils ont fait remarquer que le nom « Tremblay » sur l'une des façades était un détail qui ajoutait au caractère familier du décor. Dans le groupe d'Edmonton, qui avait également regardé la seconde version, peu de gens ont trouvé que le quartier s'apparentait au leur. Ils avaient tendance à le trouver anonyme, ce qu'il faut peut-être attribuer à l'absence de noms de commerces dans la version anglaise, et plusieurs ont noté que les personnages avaient une allure trop urbaine ou habillée pour leur quartier.

Impact : Les groupes de Montréal et d'Edmonton ont tous deux vu la version la plus achevée de la publicité. À Montréal, les réactions étaient nettement positives. Tous les participants sauf un ont affirmé qu'ils remarqueraient l'annonce. Invités à dire pourquoi, ils ont cité une série d'éléments

susceptibles d'attirer leur attention, notamment le message inclusif de la publicité et sa représentation de la communauté, dans laquelle ils se reconnaissaient, ainsi que son aspect général, qu'ils trouvaient coloré et dynamique. La plupart dans ce groupe ont également dit que le sujet et le ton de l'annonce les avaient accrochés. Beaucoup pensaient qu'ils consulteraient peut-être le site Web pour en savoir plus sur les programmes économiques offerts par le gouvernement fédéral.

Dans le groupe d'Edmonton, seuls deux participants ont dit que la publicité capterait leur attention, et seulement parce que le sujet les intéressait. D'autres ont expliqué qu'ils auraient plutôt tendance à remarquer des annonces figurant des personnes réelles, surtout si elles étaient connues, et certains trouvaient la publicité moins pertinente vu qu'ils travaillaient toujours. Les deux participants les plus interpellés par le message ont également dit qu'ils visiteraient sans doute le site Web pour obtenir plus d'information.

Parmi les participants qui avaient vu la première version de la publicité, les réactions étaient partagées. Certains ont dit qu'ils remarqueraient l'annonce pour son animation, son style ou son message, tandis que d'autres n'étaient pas certains qu'elle éveillerait leur intérêt, soit parce que l'information ne les concernait pas directement, soit parce que la teneur de l'annonce était sobre. Dans le groupe d'aînés du Québec, les participants trouvaient le concept et l'animation intéressants et ont dit qu'ils remarqueraient probablement la publicité pour cette raison, même si le type de prestations offertes était moins souvent applicable dans leur cas, en tant que retraités.

Suggestions d'améliorations : Certaines des suggestions recueillies dans les groupes qui avaient vu la première version de la publicité ont été intégrées à la deuxième version, par exemple l'idée de représenter un plus large éventail de commerces. Certains participants ont recommandé d'inclure un numéro de téléphone en plus de l'adresse Web, ou d'autres détails sur les types de prestations disponibles. À Edmonton, où les participants avaient tendance à trouver la publicité un peu passe-partout, certains ont mentionné qu'un point de vue ou un récit personnel pourrait rendre la publicité plus engageante.

Concept E : Expérience de la COVID-19 (population générale des basses-terres continentales de la C.-B.; aînés du Québec rural)

Ce concept publicitaire a été évalué sous la forme d'un script radio dans ces deux groupes, respectivement en version anglaise et en version française. Le concept est axé sur l'expérience personnelle d'une jeune personne atteinte de la COVID-19. James était le narrateur pour l'anglais, et Isabelle, pour le français.

Le script se lisait comme suit :

Je m'appelle James/Isabelle.

J'ai 25 ans, je joue au hockey, et il n'y a pas si longtemps, j'étais à l'hôpital, à respirer à l'aide d'un tube en raison de la COVID-19.

Je ne pensais pas être à risque de cette maladie, et je ne prenais pas assez au sérieux la distanciation sociale.

Le jour où j'ai quitté l'hôpital, ma mère a obtenu un diagnostic d'infection au COVID-19. Et j'ai peur que ce soit de ma faute.

Ne faites pas l'erreur que j'ai faite. Si je peux être infectée, vous aussi pouvez l'être.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Annoncesur : Un message du gouvernement du Canada.

Réactions générales : Les participants des deux groupes ont dit que cette publicité touchait une corde sensible. Le récit personnel et son message d'avertissement leur avaient fait une forte impression et leur semblaient « percutants et persuasifs », ainsi que « crédibles » et « pertinents ». Beaucoup étaient particulièrement frappés par la transmission de la COVID-19 à la mère et le sentiment de culpabilité du narrateur ou de la narratrice. Il leur paraissait nécessaire d'envoyer ce message aux jeunes, pour leur faire comprendre qu'ils peuvent tomber malades et transmettre la maladie à des proches courant des risques encore plus élevés de subir des complications ou d'avoir des symptômes extrêmes du virus. Les participants avaient également tendance à aimer que le narrateur ou la narratrice soit athlétique en plus d'être jeune, car cela donnait encore plus de poids au message, selon eux.

Message principal : Les participants voyaient la question des conséquences comme le message principal de la publicité. Selon eux, c'était un avertissement donné aux jeunes de prendre au sérieux la COVID-19 et de respecter les directives en matière de distanciation sociale, non seulement pour leur propre bien, mais pour celui de leurs parents et d'autres membres plus âgés de leur famille.

Ce qui a plu/points forts : Les participants ont particulièrement aimé l'impact émotionnel de la publicité et son utilisation d'un récit à la première personne pour montrer aux jeunes qu'il y a des conséquences à ne pas prendre au sérieux la COVID-19.

Ce qui a déplu/points faibles : Deux participants de la Colombie-Britannique avaient des critiques à l'égard de la publicité. L'un pensait que l'on pourrait améliorer la qualité du script pour qu'il ait plus d'impact (mais il n'a pas donné de détails). Un autre trouvait le message un peu dur pour les jeunes, déjà aux prises avec le stress de l'isolement social. Fait notable cependant, d'autres dans ce groupe croyaient que pour être efficace, le message devait être clair, et certains pensaient même qu'il pourrait être plus ferme. Un certain consensus a émergé sur ce point dans le groupe d'ânés du Québec, quand un participant a suggéré qu'en soulignant davantage l'impact de la COVID-19 sur l'état de santé de la narratrice, la publicité aurait peut-être plus d'effet sur le comportement de certains jeunes. La plupart des gens trouvaient néanmoins que le ton était juste et qu'il y avait un bon équilibre entre l'information transmise sur la gravité de la situation et le fait que la narratrice ou le narrateur s'était rétabli.

Clarté et compréhension : Un participant du groupe d'ânés du Québec trouvait le récit et la séquence des événements un peu confus et avait des questions sur le moment où la transmission s'était produite entre la narratrice et sa mère. En dehors de cela, aucune difficulté n'a été soulevée, et même ce premier participant convenait que le message était clair et sans équivoque. Lorsqu'on leur a

posé la question, les participants des deux groupes s'entendaient généralement pour dire que la publicité communiquait de manière efficace ce qu'il faut faire pour minimiser la progression de la COVID-19 en soulignant l'importance de respecter les directives en matière de distanciation sociale.

Public cible : Les participants pensaient que la publicité s'adressait aux jeunes, en particulier aux jeunes qui sont athlétiques ou qui se croient invincibles ou à l'abri des effets de la COVID-19. Certains avaient l'impression qu'elle visait aussi un public plus large, par exemple les parents ou les grands-parents, à la fois susceptibles d'être touchés par les comportements « irresponsables » de leurs jeunes et bien placés pour leur conseiller de réfléchir aux conséquences de leurs gestes. Selon certains participants du groupe d'ânés du Québec, la publicité était une mise en garde pour les Canadiens de leur âge, et leur rappelait d'avoir des contacts éloignés avec les jeunes membres de leur famille élargie.

Suggestions d'améliorations : Outre la discussion sur la possibilité de renforcer ou au contraire d'adoucir le message, les participants n'avaient qu'un nombre restreint de suggestions lorsqu'on leur a demandé comment améliorer la publicité. Dans le groupe de la Colombie-Britannique, exposé à la version de l'annonce narrée par « James », un participant a proposé de recourir à une narratrice, question de reconnaître que le non-respect des consignes de distanciation sociale n'était pas que le fait des hommes, mais aussi celui des femmes. Ce participant pensait également que le narrateur devrait être plus jeune, pour mieux toucher la clientèle universitaire qui, à son avis, était encore plus susceptible de se croire invincible ou à l'abri des complications de la COVID-19. Dans le groupe d'ânés du Québec, quelqu'un pensait qu'une publicité vidéo ou télévisée donnant à voir la narratrice amplifierait le lien émotionnel et l'impact du message. La plupart des participants de ce groupe préconisaient l'ajout d'un site Web ou d'un numéro de téléphone pour les auditeurs qui souhaiteraient un complément d'information. Certains étaient en désaccord, cependant, car la radio ne leur semblait pas être un bon média pour transmettre des renseignements à prendre en note, sachant que beaucoup de gens écoutent la radio en conduisant.

Comparaisons de publicités (premier groupe de résidents de petites municipalités du Québec, parents de la région du Grand Toronto, nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, population générale des basses-terres continentales de la C.-B.)

Concept A — Célébrités versus Concept B — Experts médicaux (parents de la région du Grand Toronto, petites municipalités du Québec)

Les participants du Québec ont exprimé une nette préférence pour le concept publicitaire utilisant des célébrités à titre de porte-parole. Des deux publicités, il leur semblait que celle-ci saurait mieux les inciter à agir et convaincre les gens de rester chez eux. À l'appui de leur choix, ils ont expliqué qu'elle avait de meilleures chances d'attirer l'attention du public et de plaire à un large éventail de personnes que le concept des experts médicaux, jugé assez typique d'une publicité gouvernementale. Ils pensaient également qu'elle permettrait de rejoindre des groupes laissés de côté par les annonces plus classiques. De l'avis général, il s'agissait d'une approche appropriée pour le gouvernement, car elle abordait sous un angle neuf un message public important, mais maintes fois répété et bien connu.

Dans le groupe de parents de la région du Grand Toronto, la plupart des participants ont désigné la publicité qui présentait des experts médicaux comme étant la plus susceptible de les motiver et de convaincre les gens en général de rester à la maison. En substance, elle leur paraissait plus sérieuse, mieux adaptée à la situation et plus instructive, notamment par sa mention de la transmission asymptomatique. Ces participants trouvaient également qu'elle transmettait un message plus positif invitant à relever le défi et à s'entraider. Deux participants du Québec qui partageaient ce point de vue ont dit que la gravité de l'enjeu appelait des porte-parole plus crédibles.

Concept B — Experts médicaux versus Concept C – Astronaute (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal)

Les participants des deux groupes croyaient que la publicité figurant des experts médicaux serait la plus efficace pour convaincre les gens de rester chez eux. L'expertise médicale des porte-parole donnait plus de crédibilité et de poids à l'annonce, d'après eux, et l'emploi de termes très directs — par exemple « grave menace pour la santé », « la différence entre la vie et la mort » — renforçait le message et soulignait l'importance de l'enjeu. Certains trouvaient aussi que le recours à plusieurs porte-parole augmentait les chances de toucher un large éventail de personnes. Dans le groupe des nouveaux arrivants, certains estimaient que la participation de l'administratrice en chef de la santé publique du Canada, en particulier, conférait au message une crédibilité accrue.

La plupart estimaient également que cette publicité les motiverait davantage à agir. Fait à noter, cependant, la moitié des participants du groupe de jeunes de Montréal ont dit que la publicité mettant en vedette l'astronaute David Saint-Jacques les interpellait davantage et parvenait mieux à capter leur attention. Ils préféraient cette approche, dans l'ensemble, car elle résonnait avec leur propre expérience de l'isolement et, en exprimant de l'empathie à l'égard de leurs difficultés, leur donnait plus de motivation.

Les participants trouvaient que les deux annonces étaient appropriées de la part du gouvernement fédéral.

Concept C – Astronaute versus Concept E — Expérience de la COVID-19 (population générale des basses-terres continentales de la C.-B.)

Les participants de ce groupe ont unanimement dit préférer la publicité dans laquelle un jeune atteint de la COVID-19 relate son expérience personnelle et ses craintes d'avoir transmis le virus à sa mère. La publicité leur semblait être plus pertinente, dans l'ensemble, et se différencier des publicités gouvernementales types auxquelles ils avaient été exposés par le passé, où une figure d'autorité dit au public quoi faire. Le fait de braquer les projecteurs sur les conséquences plutôt que sur des conseils leur paraissait exercer un plus grand pouvoir de persuasion.

Canada.ca/le-coronavirus (nouveaux arrivants des basses-terres continentales de la C.-B., jeunes de Montréal, deuxième groupe de résidents de petites municipalités du Québec, Sud-Ouest de l'Ontario, population générale des basses-terres continentales de la C.-B., aînés du Québec rural, Edmonton, Montréal)

Personne dans le groupe d'Edmonton et parmi les résidents des petites municipalités du Québec n'avait consulté ce site Web du gouvernement fédéral pour obtenir d'autres renseignements sur la COVID-19 ou les programmes connexes. Il en allait de même pour les participants du Sud-Ouest de l'Ontario, qui avaient tous perdu des revenus d'emploi à cause du virus. Dans chacun des autres groupes, quelques participants avaient consulté le site. Certains avaient simplement voulu le parcourir, tandis que d'autres s'étaient mis en quête de renseignements précis, soit sur la propagation et le nombre de cas de COVID-19, soit sur les programmes d'aide financière, comme la Prestation canadienne d'urgence. Tous ont indiqué avoir trouvé ce qu'ils cherchaient et que le site était facile à naviguer.

Les participants avaient quelques suggestions pour rendre le site Web plus utile. Une personne a mentionné qu'il pourrait être plus convivial, mais sans donner plus de précision. Un autre participant a suggéré de créer une rubrique mettant en évidence les annonces gouvernementales récentes et importantes.

Futures publicités (Edmonton, Montréal)

On a demandé aux participants de ces deux groupes quel genre de publicités ils aimeraient voir de la part du gouvernement fédéral lorsque les provinces amorceraient l'allègement de leurs restrictions et la réouverture de l'économie. La plupart ont répondu qu'ils voudraient des informations sur la sécurité, par exemple des preuves, des données ou des avis d'experts attestant que le Canada est prêt pour une reprise des activités. Ils souhaiteraient aussi connaître les types de restrictions ou de directives maintenues dans le cadre d'une réouverture prudente et graduelle, et entendre des messages publics sur l'importance de respecter les règles toujours en vigueur. La plupart jugeaient important d'aborder la réouverture de façon prudente et réfléchie, afin d'éviter une résurgence du virus qui entraînerait de nouvelles fermetures massives et le rétablissement des directives d'éloignement physique et de confinement. La plupart des participants, en particulier dans le groupe d'Edmonton, craignaient que la levée prochaine des restrictions ne soit prématurée.

Dans le groupe de Montréal, certains envisageaient le début d'allègement des restrictions avec plus d'optimisme, croyant que le Canada y était prêt. Ces participants ont dit qu'ils préféreraient un message d'espoir de la part du gouvernement, vu les sacrifices réalisés pour que le pays parvienne à ce stade. Ils reconnaissaient néanmoins l'importance de diffuser en parallèle des informations sur la sécurité.

Parlement virtuel (Québec rural, Canada atlantique rural)

Après avoir informé les participants que les restrictions liées à la pandémie empêchaient le Parlement du Canada de se réunir régulièrement, on leur a demandé, à la lumière de cette situation, quelle solution de rechange leur paraissait préférable : des sessions auxquelles une fraction seulement des députés participeraient en personne ou des sessions tenues virtuellement par webcam.

Les avis étaient partagés. Certains participants du Québec rural et la majorité du groupe du Canada atlantique rural penchaient pour les sessions virtuelles, pourvu qu'elles puissent avoir lieu de façon sécuritaire. Toutefois, un nombre assez élevé de participants du Québec avaient des préoccupations relatives à la cybersécurité et à un possible piratage des sessions virtuelles et des plateformes vidéo les accueillant. Certains présumaient que des informations confidentielles ou secrètes seraient abordées lors de ces réunions. Certains pensaient également qu'en règle générale, les rencontres en personne étaient un moyen plus efficace de discuter des enjeux qui intéressent le Parlement et de régler les divergences d'opinion.

Autres sujets d'actualité concernant le gouvernement fédéral (Québec rural, Canada atlantique rural)

Invités à dire s'ils avaient récemment entendu parler de dossiers gouvernementaux non liés à la pandémie, une poignée de participants des deux groupes ont fait allusion aux oléoducs en général, ou plus précisément aux manifestations et aux barrages des Wet'suwet'en. D'autres ont indiqué ne pas avoir entendu parler d'autres enjeux.

De l'avis de la plupart des gens, la priorité que le gouvernement donnait à la COVID-19 était pour l'instant pleinement justifiée, vu l'impact de la pandémie au Canada et son envergure mondiale. Les participants du Québec rural s'entendaient sur le fait que cette attention soutenue rassemblait le pays et avait des effets salutaires sur la teneur des affaires publiques. Certains participants de l'Atlantique rural ont toutefois dit souhaiter qu'on élargisse la portée des discussions sur la COVID-19 et ses répercussions pour aborder un ensemble plus vaste de questions touchant par exemple au système de justice pénale, à la santé mentale et à la violence conjugale. Le seul participant du Québec qui trouvait excessive l'attention accordée à la COVID-19 à l'heure actuelle en imputait la faute aux médias plutôt qu'au gouvernement.

Annexe A — Questionnaires de recrutement

Questionnaire de recrutement, version anglaise

Groups in English

Recruitment Specifications Summary

- Groups conducted online
- Each group is expected to last for two hours
- Recruit 8 participants for 6-8 to show
- Incentives will be \$90 per person and will be sent to participants via e-transfer following the group
- Ensure good mix by gender, age (all 18+), education and income

Specifications for the focus groups are as follows:

GROUP	DATE	TIME (EST)	TIME (LOCATION)	LOCATION	COMPOSITION	LANG.	MODERATOR
2	April 2 nd	4:00-6:00pm	4:00-6:00pm	GTA - 905	Parents	English	T. Woolstencroft
3	April 7 th	8:00-10:00pm	5:00-7:00pm	Lower Mainland – BC	Newcomers	English	D. Nixon
6	April 14 th	3:00-5:00pm	3:00-5:00pm	SW Ontario	Unemployed due to COVID-19	English	D. Nixon
7	April 15 th	8:00-10:00pm	5:00-7:00pm	Lower Mainland – BC	General population	English	T. Woolstencroft
9	April 21 st	7:30-9:30pm	7:30-9:30pm	Edmonton	General population	English	D. Nixon
12	April 29 th	4:00-6:00pm	4:00-6:00pm	Rural Atlantic	General population	English	D. Nixon

Recruiting Script

INTRODUCTION

Hello, my name is **[RECRUITER NAME]**. I'm calling from The Strategic Counsel, a national public opinion research firm, on behalf of the Government of Canada/Bonjour, je m'appelle **[NOM DU RECRUTEUR]**. Je vous téléphone du Strategic Counsel, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique, pour le compte du gouvernement du Canada.

Would you prefer to continue in English or French?/Préférez-vous continuer en français ou en anglais?
[CONTINUE IN LANGUAGE OF PREFERENCE]

RECORD LANGUAGE

English **CONTINUE**
French **THANK AND END**

On behalf of the Government of Canada, we're organizing a series of online video focus group discussions to explore current issues of interest to Canadians.

The format is a "round table" discussion, led by an experienced moderator. Participants will be given a cash honorarium in appreciation of their time.

Your participation is completely voluntary and all your answers will be kept confidential. We are only interested in hearing your opinions - no attempt will be made to sell or market you anything. The report that is produced from the series of discussion groups we are holding will not contain comments that are attributed to specific individuals.

But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix/variety of people in each of the groups. May I ask you a few questions?

Yes **CONTINUE**
No **THANK AND END**

SCREENING QUESTIONS

1. Have you, or has anyone in your household, worked for any of the following types of organizations in the last 5 years?

A market research firm	THANK AND END
A marketing, branding or advertising agency	THANK AND END
A magazine or newspaper	THANK AND END
A federal/provincial/territorial government department or agency	THANK AND END
A political party	THANK AND END
In public/media relations	THANK AND END

In radio/television
No, none of the above

**THANK AND END
CONTINUE**

1a. **IN ALL LOCATIONS:** Are you a retired Government of Canada employee?

Yes **THANK AND END**
No **CONTINUE**

2. In which city do you reside?

LOCATION	CITIES	
GTA -905	Toronto, Mississauga, Vaughn, Newmarket, Richmond Hill, Georgetown ENSURE A GOOD MIX OF CITIES WITHIN EACH LOCATION. PARTICIPANTS SHOULD RESIDE IN THE ABOVE-NOTED CENTERS PROPER.	CONTINUE GROUP 2
Lower Mainland – BC	Abbotsford, Burnaby, Chilliwack, Coquitlam, Delta, Hope, Langley, Maple Ridge, Mission, New Westminster, North Vancouver, Port Coquitlam, Port Moody Richmond, Surrey, Vancouver, Whistler ENSURE A GOOD MIX OF CITIES WITHIN EACH LOCATION. PARTICIPANTS SHOULD RESIDE IN THE ABOVE-NOTED CENTERS PROPER.	CONTINUE GROUP 3 OR 7
SW Ontario	Cities could include (but are not limited to): Brantford, Cambridge, Chatham-Kent, Guelph, Kitchener, London, Sarnia, Stratford, St. Thomas, Waterloo, Windsor, Woodstock ENSURE A GOOD MIX OF CITIES ACROSS THE REGION INCLUDING THOSE RESIDING IN LARGER AND SMALLER COMMUNITIES (I.E. NOT ALL FROM LONDON OR WINDSOR).	CONTINUE GROUP 6
Edmonton	Edmonton PARTICIPANTS SHOULD RESIDE IN THE ABOVE-NOTED CENTERS PROPER.	CONTINUE GROUP 9
Rural Atlantic	<25K in population Not immediately adjacent to a major center (Saint John, Moncton, Fredericton, Halifax, St. John’s) Cities could include (but are not limited to): <u>New Brunswick:</u> Bathurst, Campbellton, Edmundston, Miramichi <u>Nova Scotia:</u> Amherst, Kentville, New Glasgow, Truro <u>PEI:</u> Summerside, Kensington, Stratford, Cornwall, Three Rivers <u>Newfoundland/Labrador:</u> Conception Bay South, Corner Brook, Gander, Grand-Falls-Windsor FOR RURAL ATLANTIC ENSURE A GOOD MIX OF CITIES ACROSS THE REGION INCLUDING THOSE RESIDING IN	CONTINUE GROUP 12

	LARGER AND SMALLER COMMUNITIES. ALSO ENSURE A MIX ACROSS ALL FOUR REGIONS (I.E. 2 FROM NB, 2 FROM NS, 2 FROM PEI, 2 FROM NFLD).	
Other	-	THANK AND END
VOLUNTEERED Prefer not to answer	-	THANK AND END

2a. How long have you lived in [INSERT CITY]?

Less than two years	THANK AND END
Two years or more	CONTINUE
Don't know/Prefer not to answer	THANK AND END

3. **ASK ONLY IF GROUP 2 (GTA PARENTS)** Do you have any children under the age of 18?

Yes CONTINUE

No THANK AND TERMINATE

VOLUNTEERED Prefer not to answer THANK AND TERMINATE

3a. **ASK ONLY IF GROUP 2 (GTA PARENTS)** Could you please tell me the ages of this child/these children?

Child	Age
1	
2	
3	
4	
5	

ENSURE A GOOD MIX BY NUMBER OF CHILDREN AND AGES OF CHILDREN.

4. **ASK ONLY IF GROUP 3 OR 7** How many years have you lived in Canada?

Less than 5 years	ASSIGN TO GROUP 3 (NEWCOMERS) FIRST, OTHERWISE ASSIGN TO GROUP 7 (GENERAL POPULATION)
5 to <10 years	

10 to <20 years	GROUP 7 (GENERAL POPULATION)
20 to <30 years	
30 or more years	
Don't know/Prefer not to answer	

**FOR NEWCOMERS GROUP ENSURE MIX OF THOSE <5 YEARS AND 5 TO <10 YEARS.
FOR GP GROUPS ENSURE A GOOD MIX OVERALL.**

4a. **ASK ONLY IF GROUP 3** Thinking about your ethnic and cultural heritage, do you identify as ...? Check as many as apply.

Western European (UK, Spain, Portugal, France, Germany, Austria, Switzerland, etc.)	CONTINUE
Eastern European (Poland, Hungary, Romania, Ukraine, Russia, etc.)	
African	
Middle Eastern (Israel, Syria, Jordan, Egypt, Iran, Iraq, etc.)	
South Asian (India, Afghanistan, Pakistan, Sri Lanka, etc.)	
Southeast Asian (Thailand, Vietnam, Singapore, the Philippines, Indonesia, Cambodia, etc.)	
East Asian (China, Korea, Japan, Taiwan, etc.)	
South/Central/Latin American	
West Indian (Caribbean)	
Other, please specify: _____	ENSURE A GOOD MIX BY ETHNICITY. NOTE THAT RESIDENTS OF LOWER MAINLAND BC MAY SKEW EAST ASIAN OR SOUTH ASIAN.
Prefer not to answer	

5. **ASK ONLY IF GROUP 6 (UNEMPLOYED/LAID OFF)** Which of the following categories best describes your current employment status? Are you... **[READ LIST AND ACCEPT ONE ANSWER ONLY.]**

Working full-time, that is 35 or more hours per week	THANK AND END
Working part-time, that is, less than 35 hours per week	
Self employed	CONTINUE
Unemployed/laid off	
A student attending school full time	THANK AND END
Not in the workforce (i.e. full-time homemaker, not looking for work)	
Other [Do not specify]	
Don't know/Prefer not to answer	

NOTE TO RECRUITERS: WHEN WE ASK 'CURRENT EMPLOYMENT STATUS' WE MEAN 'AT THIS TIME/RIGHT NOW' AS OPPOSED TO 'UNDER NORMAL CIRCUMSTANCES/PRIOR TO THE COVID-19 PANDEMIC.

UNEMPLOYED/LAID OFF DOES NOT INCLUDE THOSE WHO ARE WORKING FROM HOME.

5a. **ASK ONLY IF GROUP 6 (UNEMPLOYED/LAID OFF)** You mentioned that you are currently unemployed/laid off. Was this due to COVID-19/the coronavirus?

Yes **CONTINUE**
 No **THANK AND END**
 Don't know/Prefer not to answer **THANK AND END**

5b. **ASK ONLY IF GROUP 6 (UNEMPLOYED/LAID OFF)** Prior to being unemployed/laid off due to COVID-19/the coronavirus, were you...?

Working full-time, that is 35 or more hours per week	CONTINUE. ENSURE A GOOD MIX. MINIMUM 3 PARTICIPANTS WHO WERE WORKING FULL-TIME. MAXIMUM OF 4 PARTICIPANTS WHO WERE WORKING PART TIME.
Working part-time, that is, less than 35 hours per week	
Self employed	
Other [specify]	

5c. **ASK ONLY IF GROUP 6 (UNEMPLOYED/LAID OFF)** Prior to being unemployed/laid off due to COVID-19/the coronavirus, what type of organization were you working for? **RECORD.**

ENSURE A GOOD MIX. MAXIMUM OF 4 PARTICPANTS WHO WORKED IN RESTAURANT/RETAIL.

6. **[DO NOT ASK]** Gender **RECORD BY OBSERVATION.**

Male
 Female

ENSURE A GOOD MIX BY GENDER IN EACH GROUP.

7. Would you be willing to tell me in which of the following age categories you belong?

Under 18 years of age	IF POSSIBLE, ASK FOR SOMEONE OVER 18 AND REINTRODUCE. OTHERWISE THANK AND END.
18-24	
25-34	RECORD AND CONTINUE
35-44	
45-54	
55+	
VOLUNTEERED Prefer not to answer	THANK AND END

ENSURE A GOOD MIX OF AGES WITHIN EACH GROUP. PARENTS MAY SKEW YOUNGER.

8. Are you familiar with the concept of a focus group?

Yes **CONTINUE**

No **EXPLAIN THE FOLLOWING** "a focus group consists of six to eight participants and one moderator. During a two-hour session, participants are asked to discuss a wide range of issues related to the topic being examined."

9. As part of the focus group, you will be asked to actively participate in a conversation. How comfortable are you in expressing your views in public?

Very Comfortable
Somewhat Comfortable
Somewhat Uncomfortable **THANK AND END**
Very Uncomfortable **THANK AND END**

10. As this group is being conducted online, in order to participate you will need to have functioning Internet, a computer with a working webcam, and a telephone to dial into the conference line audio. **RECRUITER TO CONFIRM THE FOLLOWING. TERMINATE IF NO TO ANY.**

Participant has access to the Internet
Participant has a computer/webcam
Participant has a phone

11. During the discussion, you could be asked to read or view materials on screen and/or participate in poll-type exercises online. You will also be asked to actively participate online using a webcam. Can you think of any reason why you may have difficulty reading the materials or participating by video?

TERMINATE IF PARTICIPANT OFFERS ANY REASON SUCH AS SIGHT OR HEARING PROBLEM, A WRITTEN OR VERBAL LANGUAGE PROBLEM, A CONCERN WITH NOT BEING ABLE TO COMMUNICATE EFFECTIVELY, ANY CONCERNS WITH USING A WEBCAM OR IF YOU AS THE INTERVIEWER HAVE A CONCERN ABOUT THE PARTICIPANT'S ABILITY TO PARTICIPATE EFFECTIVELY.

12. Have you ever attended a focus group discussion, an interview or survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

Yes **CONTINUE**
No **SKIP TO Q.16**

13. How long ago was the last focus group you attended?

Less than 6 months ago **THANK AND END**
More than 6 months ago **CONTINUE**

14. How many focus group discussions have you attended in the past 5 years?

0-4 groups **CONTINUE**
5 or more groups **THANK AND END**

15. And on what topics were they?

TERMINATE IF ANY ON SIMILAR/SAME TOPIC

ADDITIONAL RECRUITING CRITERIA

Now we have just a few final questions before we give you the details of the focus group, including the time and date.

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

- Grade 8 or less
- Some high school
- High school diploma or equivalent
- Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- University certificate or diploma below bachelor's level
- Bachelor's degree
- Post graduate degree above bachelor's level

VOLUNTEERED Prefer not to answer

ENSURE A GOOD MIX.

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

- Under \$20,000
- \$20,000 to just under \$40,000
- \$40,000 to just under \$60,000
- \$60,000 to just under \$80,000
- \$80,000 to just under \$100,000
- \$100,000 to just under \$150,000
- \$150,000 and above

VOLUNTEERED Prefer not to answer

ENSURE A GOOD MIX.

18. The focus group discussion will be audio-taped and video-taped for research purposes only. The taping is conducted to assist our researchers in writing their report. Do you consent to being audio-taped and video-taped?

Yes

No **THANK AND END**

INVITATION

I would like to invite you to this online focus group discussion, which will take place the evening of **[INSERT DATE/TIME BASED ON GROUP # IN CHART ON PAGE 1]**. The group will be two hours in length and you will receive \$90 for your participation following the group via an e-transfer.

Please note that there may be observers from the Government of Canada at the group and that the discussion will be videotaped. By agreeing to participate, you have given your consent to these procedures.

Would you be willing to attend?

Yes	CONTINUE
No	THANK AND END

May I please have your full name, a telephone number that is best to reach you at as well as your e-mail address if you have one so that I can send you the details for the group?

Name:

Telephone Number:

E-mail Address:

You will receive an e-mail from **The Strategic Counsel** with the instructions to login to the online group. Should you have any issues logging into the system specifically, you can contact our technical support team by email at: help@itracks.com or by telephone at 1-888-525-5026 and select option 1.

The session will open automatically online 30 minutes prior to the group start time. We ask that you are online at least 15 minutes prior to the beginning of the session in order to ensure you are set up and to allow our support team to assist you in case you run into any technical issues.

You may be required to view some material during the course of the discussion. If you require glasses to do so, please be sure to have them handy at the time of the group. Also, you will need pen and paper in order to take some notes throughout the group.

This is a firm commitment. If you anticipate anything preventing you from attending (either home or work-related), please let me know now and we will keep your name for a future study. If for any reason you are unable to attend, please let us know as soon as possible at [1-800-xxx-xxxx] so we can find a replacement.

Thank you very much for your time.

RECRUITED BY: _____

DATE RECRUITED: _____

Questionnaire de recrutement, version française

Groupes en Français

Résumé des consignes de recrutement

- Groupes tenus en ligne.
- Durée prévue de chaque rencontre : deux heures.
- Recrutement de huit participants pour assurer la présence d'au moins six à huit personnes.
- Incitatifs de 90 \$ par personne, versés aux participants par transfert électronique après la rencontre.
- Groupes formés par lieu et diversifiés en fonction du sexe, de l'âge, de l'éducation et du revenu.

Caractéristiques des groupes de discussion :

GROUPE	DATE	HEURE (DE L'EST)	LIEU	COMPOSITION DU GROUPE	LANGUE	MODÉRATEUR
1	1 ^{er} avril	17 h-19 h	Petites villes du Québec	Population générale	Français	M. Proulx
4	8 avril	18 h-20 h	Montreal	Les jeunes (16-24 ans)	Français	M. Proulx
5	9 avril	17 h-19 h	Petites villes du Québec	Population générale	Français	M. Proulx
8	16 avril	16 h-18 h	Rurales du Québec	Les aînés (55+ ans)	Français	M. Proulx
10	23 avril	18 h-20 h	Montreal	Population générale	Français	M. Proulx
11	27 avril	17 h-19 h	Rurales du Québec	Population générale	Français	M. Proulx

Questionnaire de recrutement

INTRODUCTION

Hello, my name is **[RECRUITER NAME]**. I'm calling from The Strategic Counsel, a national public opinion research firm, on behalf of the Government of Canada/Bonjour, je m'appelle **[NOM DU RECRUTEUR]**. Je vous téléphone du Strategic Counsel, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique, pour le compte du gouvernement du Canada.

Would you prefer to continue in English or French?/Préférez-vous continuer en français ou en anglais?
[CONTINUER DANS LA LANGUE PRÉFÉRÉE]

NOTER LA LANGUE ET CONTINUER

Anglais **REMERCIER ET CONCLURE**

Français **CONTINUER**

Nous organisons, pour le compte du gouvernement du Canada, une série de groupes de discussion vidéo en ligne afin d'explorer des questions d'actualité qui intéressent les Canadiens.

La rencontre prendra la forme d'une table ronde animée par un modérateur expérimenté. Les participants recevront un montant d'argent en remerciement de leur temps.

Votre participation est entièrement volontaire et toutes vos réponses seront confidentielles. Nous aimerions simplement connaître vos opinions : personne n'essaiera de vous vendre quoi que ce soit ou de promouvoir des produits. Notre rapport sur cette série de groupes de discussion n'attribuera aucun commentaire à une personne en particulier.

Avant de vous inviter à participer, je dois vous poser quelques questions qui nous permettront de former des groupes suffisamment diversifiés. Puis-je vous poser quelques questions?

Oui **CONTINUER**

Non **REMERCIER ET CONCLURE**

QUESTIONS DE SÉLECTION

1. Est-ce que vous ou une personne de votre ménage avez travaillé pour l'un des types d'organisations suivants au cours des cinq dernières années?

Une société d'études de marché

CONCLURE

REMERCIER ET

Une agence de commercialisation, de marque ou de publicité

CONCLURE

REMERCIER ET

Un magazine ou un journal

CONCLURE

REMERCIER ET

- Un ministère ou un organisme gouvernemental fédéral, provincial ou territorial **REMERCIER ET CONCLURE**
- Un parti politique **REMERCIER ET CONCLURE**
- Dans les relations publiques ou les relations avec les médias **REMERCIER ET CONCLURE**
- Dans le milieu de la radio ou de la télévision **REMERCIER ET CONCLURE**
- Non, aucune de ces réponses **CONTINUER**

1a. **POUR TOUS LES LIEUX** : Êtes-vous un ou une employé(e) retraité(e) du gouvernement du Canada?

- Oui **REMERCIER ET CONCLURE**
- Non **CONTINUER**

2. Dans quelle ville habitez-vous?

LIEU	VILLES	
Petites villes – Québec	25 000 à 100 000 habitants Non adjacentes à de grands centres (comme les régions métropolitaines de recensement de Montréal ou de Québec)	CONTINUER PETITE VILLES - QUÉBEC
Montréal	Montréal	CONTINUER MONTREAL
Rurales - Québec	Moins de 25 000 habitants Non adjacentes à de grands centres (comme les régions métropolitaines de recensement de Montréal ou de Québec)	CONTINUER – RURALES - QUÉBEC
Autre lieu	-	REMERCIER ET CONCLURE
RÉPONSE SPONTANÉE Préfère ne pas répondre	-	REMERCIER ET CONCLURE

ASSURER UNE BONNE REPRÉSENTATION DES VILLES DANS CHAQUE LIEU. LES PARTICIPANTS DOIVENT RÉSIDER DANS LESDITS CENTRES.

2a. Depuis combien de temps habitez-vous à [INSÉRER LE NOM DE LA VILLE]?

Moins de deux ans	REMERCIER ET CONCLURE
Deux ans ou plus	CONTINUER
Ne sais pas/Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

3. **[NE PAS DEMANDER]** Sexe **NOTER SELON VOTRE OBSERVATION.**

Homme
Femme

ASSURER UNE PROPORTION ÉGALE D'HOMMES ET DE FEMMES DANS CHAQUE GROUPE.

4. Seriez-vous prêt/prête à m'indiquer votre tranche d'âge dans la liste suivante?

Moins de 16 ans	SI POSSIBLE, DEMANDER À PARLER À UNE PERSONNE DE 16 ANS OU PLUS ET REFAIRE L'INTRODUCTION. SINON, REMERCIER ET CONCLURE.
16 à 17	+ MONTREAL = GROUP 4 (JEUNES) SINON, REMERCIER ET CONCLURE
18 à 24 ans	+ MONTREAL = GROUP 4 (JEUNES) OU 10 (POPULATION GÉNÉRALE)
25 à 34 ans	POPULATION GÉNÉRALE
35 à 44 ans	+ PETITES VILLES – QUEBÉC = GROUP 1 OU 5 + MONTREAL = GROUP 10
45 à 54 ans	+ RURALES – QUEBÉC = GROUP 11
55 ans ou plus	+ RURALES – QUEBÉC = GROUP 8 (AÎNÉS) OU 11 (POPULATION GÉNÉRALE)
RÉPONSE SPONTANÉE Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

ASSURER UNE BONNE REPRÉSENTATION DES ÂGES DANS CHAQUE GROUPE.

5. Est-ce que vous connaissez le concept du « groupe de discussion »?

Oui **CONTINUER**

Non **EXPLIQUER QUE** : « *un groupe de discussion se compose de six à huit participants et d'un modérateur. Au cours d'une période de deux heures, les participants sont invités à discuter d'un éventail de questions reliées au sujet abordé* ».

6. Dans le cadre du groupe de discussion, on vous demandera de prendre une part active à la conversation. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise pour exprimer vos opinions en public?

I Très à l'aise

Assez à l'aise

Assez mal à l'aise

Très mal à l'aise

REMERCIER ET CONCLURE

REMERCIER ET CONCLURE

7. Étant donné que ce groupe se réunira en ligne, vous aurez besoin, pour participer, d'une connexion Internet, d'un ordinateur équipé d'une caméra Web qui fonctionne, et d'un téléphone pour accéder à la ligne de conférence audio. **CONFIRMER LES POINTS CI-DESSOUS. METTRE FIN À L'APPEL SI NON À L'UN DES TROIS.**

Le participant a accès à Internet

Le participant a un ordinateur avec caméra Web

Le participant a un téléphone

8. Au cours de la discussion, vous pourriez devoir lire ou visionner du matériel affiché à l'écran, ou faire des exercices en ligne comme ceux qu'on trouve dans les sondages. On vous demandera aussi de participer activement à la discussion en ligne à l'aide d'une caméra Web. Pensez-vous avoir de la difficulté, pour une raison ou une autre, à lire les documents ou à participer à la discussion par vidéo?

CONCLURE L'ENTRETIEN SI LE RÉPONDANT SIGNALE UN PROBLÈME DE VISION OU D'AUDITION, UN PROBLÈME DE LANGUE PARLÉE OU ÉCRITE, S'IL CRAINT DE NE POUVOIR COMMUNIQUER EFFICACEMENT, SI L'UTILISATION D'UNE CAMÉRA WEB LUI POSE PROBLÈME, OU SI VOUS, EN TANT QU'INTERVIEWEUR, AVEZ DES DOUTES QUANT À SA CAPACITÉ DE PARTICIPER EFFICACEMENT AUX DISCUSSIONS.

9. Avez-vous déjà participé à un groupe de discussion, à une entrevue ou à un sondage organisé à l'avance en contrepartie d'une somme d'argent?

Oui **CONTINUER**
Non **PASSER À LA Q.13**

10. À quand remonte le dernier groupe de discussion auquel vous avez participé?

À moins de six mois, **REMERCIER ET CONCLURE**

À plus de six mois, **CONTINUER**

11. À combien de groupes de discussion avez-vous participé au cours des cinq dernières années?

0 à 4 groupes, **CONTINUER**

5 groupes ou plus **REMERCIER ET CONCLURE**

12. Et sur quels sujets portaient-ils?

METTRE FIN À L'ENTRETIEN SI LES SUJETS ÉTAIENT LES MÊMES OU SEMBLABLES

CRITÈRES DE RECRUTEMENT SUPPLÉMENTAIRES

Il me reste quelques dernières questions avant de vous donner les détails du groupe de discussion, comme l'heure et la date.

13. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

École primaire

Études secondaires partielles

Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent

Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers

Certificat ou diplôme d'un collège, cégep ou autre établissement non universitaire

Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat

Baccalauréat

Diplôme d'études supérieur au baccalauréat
RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre
ASSURER UN BON MÉLANGE.

14. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage — c'est-à-dire le revenu cumulatif de l'ensemble des membres de votre ménage avant impôt?

Moins de 20 000 \$
20 000 \$ à moins de 40 000 \$
40 000 \$ à moins de 60 000 \$
60 000 \$ à moins de 80 000 \$
80 000 \$ à moins de 100 000 \$
100 000 \$ à moins de 150 000 \$
150 000 \$ ou plus

RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre
ASSURER UN BON MÉLANGE.

15. La discussion sera enregistrée sur bandes audio et vidéo, strictement aux fins de la recherche. Les enregistrements aideront nos chercheurs à rédiger leur rapport. Est-ce que vous consentez à ce qu'on vous enregistre sur bandes audio et vidéo?

Oui
Non **REMERCIER ET CONCLURE**

INVITATION

J'aimerais vous inviter à ce groupe de discussion en ligne, qui aura lieu le **[DONNER LA DATE ET L'HEURE EN FONCTION DU N° DE GROUPE INDIQUÉ DANS LE TABLEAU, PAGE 1]**. La discussion durera deux heures et vous recevrez 90 \$ pour votre participation. Ce montant vous sera envoyé par transfert électronique après la tenue du groupe de discussion.

Veillez noter que des observateurs du gouvernement du Canada pourraient être présents au groupe et que la discussion sera enregistrée sur bande vidéo. En acceptant de participer, vous donnez votre consentement à ces modalités.

Est-ce que vous accepteriez de participer?

Oui **CONTINUER**
Non **REMERCIER ET CONCLURE**

Puis-je avoir votre nom complet, le numéro de téléphone où vous êtes le plus facile à joindre et votre adresse électronique, si vous en avez une, pour vous envoyer les détails au sujet du groupe?

Nom :

Numéro de téléphone :

Adresse courriel :



Vous recevrez un courrier électronique du **Strategic Counsel** expliquant comment rejoindre le groupe en ligne. Si la connexion au système vous pose des difficultés, veuillez en aviser notre équipe de soutien technique par courriel, à help@itracks.com, ou par téléphone, au 1-888-525-5026 (choisissez l'option 1).

La session sera ouverte en ligne 30 minutes avant le début de la rencontre. Nous vous prions de vous mettre en ligne au moins 15 minutes avant l'heure prévue, afin d'avoir le temps de vous installer et d'obtenir l'aide de notre équipe de soutien en cas de problèmes techniques.

Vous pourriez devoir lire des documents au cours de la discussion. Si vous utilisez des lunettes, assurez-vous de les avoir à portée de main durant la rencontre. Vous aurez également besoin d'un stylo et de papier pour prendre des notes.

Ce rendez-vous est un engagement ferme. Si vous pensez ne pas pouvoir participer pour des raisons personnelles ou professionnelles, veuillez m'en aviser dès maintenant et nous conserverons votre nom pour une étude ultérieure. Enfin, si jamais vous n'êtes pas en mesure de participer, veuillez nous prévenir le plus rapidement possible au [1-800-xxx-xxxx] pour que nous puissions trouver quelqu'un pour vous remplacer.

Merci de votre temps.

RECRUTEMENT FAIT PAR : _____

DATE DU RECRUTEMENT : _____

Annexe B — Guides de discussion

Guide du modérateur, version anglaise

INTRODUCTION (10 minutes)

- Moderator or technician should let participants know that they will need pen and paper in order to take some notes, jot down some thoughts around some material that we will show them later in the discussion.
- **ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)** When doing introductions, moderator to ask participants what their living arrangements are (i.e., living alone, with spouse/partner/other family members, with multiple generations) and whether they are retired/working.

WARM UP (5 minutes)

- **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Do you feel 'at risk' for COVID-19? Why/why not?
- Have you or anyone you know had any of the symptoms of COVID-19 in the past few months?
 - If yes, what did you or they do when they first developed symptoms?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)** As a senior/somebody in an older demographic, do you feel more vulnerable to contracting COVID-19 compared to other age groups? Why/why not?
- Do you know what you should do if you develop symptoms? What is that?
- **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** What are your living arrangements right now? Probe for: at home with family, living with friends/roommates, etc. Did you change your living arrangements at any point in the last few weeks or month? Explain.

COVID-19 IN THE NEWS SW ONTARIO, LOWER MAINLAND NEWCOMERS (5 minutes), RURAL QUEBEC SENIORS (10 minutes), EDMONTON, MONTREAL GP (20 minutes), ALL OTHER LOCATIONS (15 minutes)

- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2)** What have you heard about the coronavirus or COVID-19 recently?
MODIFIED QUESTION IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29) What have you heard about the coronavirus or COVID-19 in the last few days?

- Where are you hearing about it?
 - **PROBE IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7)** Probe for: What international sources are they paying attention to, if any? Are they hearing different things from domestic and international sources? What specifically? Do they find the information is confusing or inconsistent?
- **MODIFIED QUESTION IN MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Is the information confusing or inconsistent across sources? Explain.
- **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** Are you hearing anything specific to COVID-19 as it pertains to young people/people your age? Probe for: Risk of contracting the virus, risk of spreading the virus, how to prevent transmission, etc.
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2)** Have you heard about the new mandatory self-isolation for individuals returning to Canada?
 - If yes, what have you heard about it?
 - Have you heard about the consequences of not complying with it? If yes, what have you heard?
- Have you heard anything else about how the Government of Canada has responded?
 - **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Have you seen any announcements from the Government of Canada addressing the issue?
 - Do you think that, to date, the government has responded appropriately? Why/not? [MODERATOR NOTE: TAKE TIME TO ALLOW PARTICIPANTS TO CONSIDER ANSWERS]
 - What else, if anything, should they be doing at this time?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)** Have you heard anything specifically about the risks to seniors in particular? What have you heard?
 - Where are you hearing about it? Do you find the information credible? Why/why not?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)** Have you heard anything about the federal government increasing funding for seniors impacted by the coronavirus pandemic? What have you heard?
 - The federal government announced it would contribute \$9 million through United Way Canada for local organizations that support providing services to Canadian seniors, including grocery delivery, medications and personal outreach to connect them to community supports, as needed. How do you feel about this? Will it make a difference to you or other seniors you know?
- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Can you think of any examples of countries that have done a better job of handling their COVID-19 outbreaks than Canada? What did those countries do or not do that made them more effective?

- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Can you think of any examples of countries that have done a worse job of handling their COVID-19 outbreaks than Canada? What did those countries do or not do that made them less effective?
- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Have you heard anything about the Canadian government and the American government making a deal to extend the closure of the Canada-US border for non-essential travel for another month? What have you heard?
 - Do you think it was the right decision to keep the border closed for non-essential travel?
 - When do you think would be a good time to re-open the border? What conditions should be met before this is considered?
 - If the border was re-opened in a month, would you consider travelling to the US?
- **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21)** Have you heard anything about the federal government releasing a model projecting the number of deaths and the length of time that the pandemic will last in Canada? What have you heard?
 - Did what you hear change your impression of how the upcoming months will go in Canada during this pandemic?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1)** Where are you getting most of your information about it?
 - Is the information you are receiving about COVID-19 relevant and easy to understand? Is there information you need that you have not had access to? What other questions do you have about COVID-19?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1)** In Canada, how serious do you think the new coronavirus or COVID-19 is right now? Do you think it will get worse? Are you worried about it getting worse? What makes you say that?

HEALTH IMPACTS/MEDICAL ISSUES/BEHAVIOUR SW ONTARIO (5 minutes), RURAL QUEBEC SENIORS (20 minutes), EDMONTON, MONTREAL GP (25 minutes), ALL OTHER LOCATIONS (15 minutes)

- **ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** Thinking about medical equipment, do you feel like Canada is prepared to deal with increases to the number of people getting sick with COVID-19?
 - What kind of equipment do you think is the most important to combat the disease?
 - Are there any types of medical equipment that you feel there is already a shortage of in Canada?

- Have you heard anything about the Government of Canada addressing medical equipment shortages?
 - Overall, do you feel like the Government of Canada is doing a good or bad job at this?
- ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) Have you heard anything about the US blocking shipments of medical masks to Canada? What have you heard?
 - How should Canada respond to this?
- Have you changed your behaviour in any way because of the new coronavirus or COVID-19?
 - PROMPT IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29) If yes: What have you done? (*Probe for: working from home, social distancing, self and family protection, importance of hand-washing, preparedness such as stocking up supplies, medications, food etc.*) If no: Why haven't you done anything?
 - How frequently do you leave home, and what do you leave home for?
 - ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) Are you still visiting family members or are they visiting you? Do you feel that visiting with family members poses a health risk to you? Why/why not?
 - ASK IN GTA PARENTS (APR 2) How have you talked to your children about the issues/challenges of self-isolation and social distancing?
 - If they have older children (twens/teens): Are your children having difficulty doing so?
 - Are you allowing your children to visit friends?
 - ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8) How important is it for young people to practice social distancing? Why/why not? Is it more/less important than for other groups?
 - ASK IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) Are you doing anything different compared to people in other age groups? Explain.
- ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) Have you worn a mask to protect yourself when you go outside?
 - Do you think masks are effective at stopping the spread of COVID-19?
 - Do you think the federal government should make it mandatory to wear facemasks at all times during the remaining airplane flights occurring within Canada?
 - Do you think the federal government should make it mandatory to wear facemasks at all times in crowded public places, including on public transit and in grocery stores?
 - Would you support the federal government opening up more retail stores under the strict requirement that customers and workers must wear facemasks in them at all times?

- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** How concerned are you, if at all, about the safety of the food you buy since the start of the new coronavirus or COVID-19 pandemic? What makes you say that?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** What have been the most inconvenient things for you personally about the outbreak?
MODIFIED QUESTION IN SW ONTARIO (APR 14) Apart from being laid off, what have been the most inconvenient things for you personally about the outbreak?
 - **PROBE IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** Probe for: Missing social events, time with friends/family. How are you dealing with this? Are you still able to get together with friends? Probe for examples and whether participants appear to be practicing social distancing.
 - **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** IF STUDENT, ASK: How are you managing your course-work? Are you able to complete your courses online? How are you finding this shift online?
 - **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** IF JOB HUNTING, ASK: How are you handling your job search?
 - **PROBE IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Probe for isolation, loneliness, lack of support (getting groceries/drugs/medical visits, etc.).
 - **PROBE IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** How are you handling the isolation? Is it challenging?
 - **PROBE IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)** If stay-at-home measures continue much longer, will this pose any problems for you? What kinds of support/assistance do you think seniors will need?
 - **PROBE IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** How would you feel if social distancing rules stayed in place for several more months? What type of impact would this have on you?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** How long do you expect Canadians are going to be asked to stay at home as much as possible?
 - Are you prepared to stay inside for that long?
 - What do you foresee could become difficult or challenging for you/your family if you are asked to remain at home for a longer period of time?
 - **ASK IN GTA PARENTS (APR 2), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** What kind of assistance might be helpful?

- **PROBE IN GTA PARENTS (APR 2)** Probe for: advice or tools to help with children’s education, tips on talking to your children about social distancing, keeping children entertained/busy. Anything else?
- **PROBE IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** What could the Government of Canada do to support young Canadians during this crisis?
- **ASK IN GTA PARENTS (APR 2), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** What’s the best way of connecting with you to share this information/advice?
 - **PROBE IN GTA PARENTS (APR 2)** For young people (like your children), what’s the best way of talking to them about the importance of social distancing? Probe for: messages, tone and channels?
 - **PROBE IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** What’s the best way of talking to you and other youth about the importance of social distancing? Probe for: messages, tone and channels?
 - **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Where do you think we are at in terms of ‘flattening the curve’ and coming out of this crisis – in your province, nationwide?
 - **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Have you heard anything about how long social distancing measures might be in place? Clarify: There is discussion that social distancing and work from home orders will continue for many more weeks. How do you feel about that? What implications does that have for you?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA PARENTS (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Do you think the Government of Canada is providing appropriate information and advice about the situation?
 - **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** Do you feel they are getting enough information out to younger people in particular?
- **ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7)** Thinking beyond just the health impacts, have you seen any changes in your local community and your interactions with people in it as a result of the coronavirus outbreak?
 - Are you worried that concerns about the virus will negatively impact how people interact with each other in your community? How?
 - Have you seen any examples of people or groups in your community being treated differently since the coronavirus emerged as an international concern?
- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Everyone in these groups lives in smaller cities or rural communities. Do you think the impact of COVID on day-to-day life has been different where you live than in big cities like Montreal and Toronto?
 - (probe) What has been different?

- **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** Have you heard anything about researchers tracking anonymized cellphone location data to determine if Canadians are staying at home during the pandemic?
 - **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)**, Some have said the government should co-ordinate with researchers so that government can keep track of areas where people aren't staying at home and adjust enforcement policies. Do you think the federal government should do this?
 - Would you have any concerns with the government accessing anonymized cellphone data for this?
 - **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** Some have suggested that the government of Canada should team up with cellphone companies to create an app that could be voluntarily downloaded by Canadians that would track movements. If any app user were to contract COVID-19, they would be able to register this on the app, and the app would use their cellphone location data to determine if other users of the app had been in contact with the infected person recently. Anyone who had contact with the infected person would be notified and instructed to isolate.
 - Would you have any concerns with the government using cellphone data for an opt-in cellphone app in this way?
 - Do you think this sort of app could be effective at stopping the spread of COVID-19?

RE-OPENING BUSINESS EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) (10 minutes) RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29) (15 minutes)

- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Generally, would you say that the virus is under control in Canada or not?
 - Would you say it's under control internationally?
- **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Some countries have started planning to re-open their economies and lessen restrictions that are keeping people inside their homes, and various Canadian provinces have started talking about this as well. Do you think Canada is ready to start lessening restrictions?
 - How long do you think it will be until Canada is ready for this?
 - If medical experts say Canada has reached a point where lessening social distancing measures will likely lead to only a small increase in the number of cases with a very low-risk of a large increase, would you support lessening restrictions?
 - **ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** If medical experts say strict social distancing measures are the only way to ensure cases in Canada

- won't increase, would you support keeping strict measures in place until either there are no more cases in Canada or a vaccine is discovered?
- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** (if NO) It may not be completely safe until there is a vaccine, and experts are saying that could take a year or more. Do you therefore think it's necessary to keep current measures in place that long?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** What do you think about different provinces reopening their economies at different times?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Do you think there should be federal guidelines that all workplaces, stores, restaurants, etc. across the country must follow as they reopen, or do you think that each province should manage this?
 - **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** When it comes to lifting restrictions, this will likely be done in a gradual phased way with different things opening in stages. What are the things you think need to be opened or the restrictions that you think need to be lifted first?

MESSAGING (35 minutes) RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)

IN RURAL QUEBEC (APR 27) I'm now going to show you an example of some information the Government of Canada could provide to Canadians, once provinces start opening things up – so you wouldn't see communication like this from the federal government before then. I'd like you to read it individually and then we'll discuss.

SHOW ALL STATEMENTS ON SCREEN

- We recognize that we'll continue to see the transmission of COVID-19 in the community as things start opening up again. That is why we need to move slowly, cautiously, as we live through the next phases of this pandemic, until such time as we have a vaccine.
- Most people infected with COVID experience mild symptoms. During this reopening phase, we will do our utmost to protect those at most risk of severe illness due the virus. Our goal is to minimize overall illness and death from COVID and non COVID related illnesses. There are key steps all Canadians can take in this.
- Continue to practice the critical measures to limit transmission: physical distancing, frequent hand-washing, and staying home if you're sick.
- If you suspect you have illness due to COVID, get tested. This will help us identify any outbreaks in the community and put in place measures to prevent further spread.
- By opening up health services for all conditions again, and allowing for some social and economic activity, we hope to reduce the overall burden of disease and illness in the community, COVID and non-COVID related.
- People with chronic disease, people over the age of 60 and anyone at higher risk should maintain a high-level of vigilance. We need to support these most-vulnerable members of the community to continue to stay home as much as possible, avoid situations where non-home contacts might be and/or where adequate physical distancing is not possible.

- Remember that each of us can still infect others, even if we have no symptoms. It will be critical to continue practicing fundamental infection prevention measures, as well as to ensure that anyone with symptoms contacts their local public health authority to determine if they should be tested.
- If you are experiencing even mild symptoms, stay home from work and other community settings until you are better. Employers and employees alike need to support each other on this front so that we can track the rate of transmission and keep it under control. Remember that the science tells us it's possible to be spreading the virus before, during and even without any symptoms.
- We know many Canadians want to mark important ceremonies, funerals and other important rites and rituals. It will be important to follow your local guidance on number of participants, infection prevention measures and associated events.
- COVID-19 remains a serious health threat. While some restrictions are being loosened, it is important to recognize that things can get worse again if we don't all follow the current restrictions in place. Stay up to date with the latest rules and restrictions for your area and follow them by visiting Canada.ca/coronavirus regularly.
- Thank you for following the advice of experts to stay at home during this difficult time. Because of your actions, we are now able to start gradually opening things up in our communities. Please follow the most recent rules around social distancing closely so we can return to normal soon.
- Canadians young and old have been suffering as a result of COVID-19. While some things are starting to open up, we must remember that everyone is at risk to contracting the disease and everyone is at risk of passing it to loved ones. So follow guidelines for your area closely and help protect each other.

INDIVIDUALS REVIEW INDIVIDUALLY; THEN GROUP DISCUSSION;

- Overall, what do you think of this information? What makes you say that?
 - PROMPT AS NECESSARY: How does it make you feel? Eg does it reassure you? alarm you? Something else?
- I'm going to show you a poll. Now, I'd like you to select the messages that you like best.
MODERATOR TO SHOW POLL #1 (LIKE). MODERATOR TO REVIEW SELECTIONS AND ASK FOR EACH:
 - What in particular did you like about this message?
- Now, I'd like you to select any messages that you dislike.
MODERATOR TO SHOW POLL #2 (DISLIKE). MODERATOR TO REVIEW SELECTIONS AND ASK FOR EACH:
 - What in particular did you not like about this message?
- Lastly, I'd like you to select any messages that you find confusing or unclear.
MODERATOR TO SHOW POLL #3 (UNCLEAR/CONFUSING). MODERATOR TO REVIEW SELECTIONS AND ASK FOR EACH:
 - What in particular did you find unclear or confusing about this message?
- Now going back to the overall message, do you think it is providing helpful information? Is there anything you would add, remove or change?

IN RURAL ATLANTIC (APR 29) I'm now going to show you a series of examples of some information the Government of Canada could provide to Canadians, once provinces start opening things up – so you wouldn't see communication like this from the federal government before then. I'd like you to read it individually and then we'll discuss.

SHOW GROUP 1 STATEMENTS ON SCREEN.

Group 1 (messaging around opening up)

- We recognize that we'll continue to see the transmission of COVID-19 in the community as things start opening up again. That is why we need to move slowly, cautiously, as we live through the next phases of this pandemic, until such time as we have a vaccine.
- Thank you for following the advice of experts to stay at home during this difficult time. Because of your actions, we are now able to start gradually opening things up in our communities. Please follow the most recent rules around social distancing closely so we can return to normal soon.
- By opening up health services for all conditions again, and allowing for some social and economic activity, we hope to reduce the overall burden of disease and illness in the community, COVID and non-COVID related.

INDIVIDUALS REVIEW INDIVIDUALLY, THEN GROUP DISCUSSION AND POLLING. ASK THE FOLLOWING SET OF QUESTIONS.

- Overall, what do you think of this information? What makes you say that?
 - PROMPT AS NECESSARY: How does it make you feel? Eg does it reassure you? alarm you? Something else?
 - Which statement(s) do you like best? What in particular did you like?
 - Which statement(s) do you dislike? What in particular did you not like?
 - Are any of these statements unclear or confusing? What in particular is confusing or unclear?
- I'm going to show you a poll. Now, I'd like you to select which of these statements is the clearest. MODERATOR TO SHOW POLL #1 (CLEAREST). END POLL – BROADCAST POLL. VIEW VOTES. MODERATOR TO REVIEW SELECTIONS.
- I'm going to show you another poll. I'd like you to select which of these statements provides information that is important for the public to know/hear? MODERATOR TO SHOW POLL #2 (IMPORTANT). END POLL – BROADCAST POLL. VIEW VOTES. MODERATOR TO REVIEW SELECTIONS.
- Now going back to the overall message, do you think these messages are providing helpful information? Is there anything you would add, remove or change?

REPEAT FOR GROUP 2, 3 AND 4 STATEMENTS.

Group 2 (messaging around spread, vulnerable populations and preventive measures)

- Most people infected with COVID experience mild symptoms. During this reopening phase, we will do our utmost to protect those at most risk of severe illness due to the virus. Our goal is to minimize overall illness and death from COVID and non COVID related illnesses. There are key steps all Canadians can take in this.
- Continue to practice the critical measures to limit transmission: physical distancing, frequent hand-washing, and staying home if you're sick.
- People with chronic disease, people over the age of 60 and anyone at higher risk should maintain a high-level of vigilance. We need to support these most-vulnerable members of the community to continue to stay home as much as possible, avoid situations where non-home contacts might be and/or where adequate physical distancing is not possible.
- Remember that each of us can still infect others, even if we have no symptoms. It will be critical to continue practicing fundamental infection prevention measures, as well as to ensure that anyone with symptoms contacts their local public health authority to determine if they should be tested.

Group 3 (messaging around what to do if symptoms appear)

- If you suspect you have illness due to COVID, get tested. This will help us identify any outbreaks in the community and put in place measures to prevent further spread.
- If you are experiencing even mild symptoms, stay home from work and other community settings until you are better. Employers and employees alike need to support each other on this front so that we can track the rate of transmission and keep it under control. Remember that the science tells us it's possible to be spreading the virus before, during and even without any symptoms.

Group 4 (messaging ongoing risk, monitoring and following guidance)

- We know many Canadians want to mark important ceremonies, funerals and other important rites and rituals. It will be important to follow your local guidance on number of participants, infection prevention measures and associated events.
- COVID-19 remains a serious health threat. While some restrictions are being loosened, it is important to recognize that things can get worse again if we don't all follow the current restrictions in place. Stay up to date with the latest rules and restrictions for your area and follow them by visiting Canada.ca/coronavirus regularly.
- Canadians young and old have been suffering as a result of COVID-19. While some things are starting to open up, we must remember that everyone is at risk of contracting the disease and everyone is at risk of passing it to loved ones. So follow guidelines for your area closely and help protect each other.

ECONOMIC IMPACTS OF THE CORONAVIRUS ALL LOCATIONS (15 minutes)

- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Have you seen/read/heard anything about coronavirus affecting the Canadian economy? What have you heard? How concerned are you?

- ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)
Have you heard about some sectors/workers that have already been affected? What have you noticed or heard about?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)
Looking ahead, what other sectors/workers may be affected if the virus continues to spread?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)
Has the coronavirus affected your own/your household's financial situation? How?
MODIFIED QUESTION IN SW ONTARIO (APR 14) How has the coronavirus affected your own/your household's financial situation?
 - ASK IN SW ONTARIO (APR 14) Were you a primary breadwinner? How difficult will it be to manage your household finances having been laid off?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) Do you think, at some point, your household could be affected in the future? How?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14) It's difficult to predict how long this may last. Do you feel prepared, financially and otherwise, to manage through this for an extended period? What supports/assistance do you need, if any?
 - ASK IN SW ONTARIO (APR 14) How are you planning to manage through this?
 - ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8) Do you think the coronavirus will affect your career prospects, either in the immediate or longer-term? Explain. Probe for: What could the Government of Canada do to help?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) Experts are discussing ways of getting the economy moving again, without risking another surge in cases. Some are suggesting that it will need to be done in a measured, gradual way. What does that phrase mean – measured, gradual? (Probe for: timing, impact on business, types of business that may open/remain closed, etc.). If that approach is taken, what implications does it have for you personally?
- Have you heard about anything the Government of Canada has done to combat the economic impact of COVID-19?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14) Have you heard anything about the new Canada Emergency Response Benefit introduced by the federal government as a response to the COVID-19 outbreak? (show of hands)

- MODIFIED QUESTION IN LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Prior to this group, had you heard anything about the new Canada Emergency Response Benefit introduced by the federal government as a response to the COVID-19 outbreak? (show of hands)
- What have you heard about it?
 - Do you think this could help you personally?
 - Do you know the process you can follow to receive the benefit?
 - **ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Have you applied for the benefit? If yes, how was the application process?
 - **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Do you feel that the federal government acted quickly enough in rolling out this benefit for Canadians?
- **ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9), SW ONTARIO (APR 14)** Have you heard anything about the new wage subsidy introduced by the federal government as a response to the COVID-19 outbreak?
- MODIFIED QUESTION IN LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Prior to this group, had you heard anything about the new wage subsidy introduced by the federal government as a response to the COVID-19 outbreak?
- What have you heard about it?
 - **IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** CLARIFY AS NECESSARY: Canadian employers whose business has been affected by COVID-19, may be eligible for a subsidy of 75% of employee wages for up to 12 weeks, retroactive from March 15, 2020, to June 6, 2020.
 - Do you think this could help you personally?
- **ASK IN GTA PARENTS (APR 2)** Have you heard anything about changes to the Canada Child Benefit? What have you heard? *CLARIFY AS NECESSARY: The Government of Canada announced that it will temporarily increase the Canada Child Benefit (CCB) by \$300 per child.*
- What do you think about this? Is it enough?
 - What will you do with this extra money?

- **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Have you heard anything about expansion of the Canada Summer Jobs Program / programme Emplois d'été Canada?
 - What have you heard about it?

CLARIFY AS NECESSARY: Temporary changes to the program were announced that will help employers hire summer staff and provide young Canadians access to the jobs within the not-for-profit, small business and public sectors. The program will create up to 70,000 jobs for youth, aged 15-30.

 - **ASK IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** What do you think of this initiative? Do you think this could help you personally?
- **ASK IN EDMONTON (APR 21)** Have you heard anything about the federal government investing \$1.7 billion in cleaning up orphan wells in Western Canada?
 - Do you think this investment will help Alberta's economy during the pandemic?
 - What else could the government of Canada do to support Albertans?
- Do you think that, so far, the government's economic response has been sufficient?
- **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)** Some have said that instead of having an approach targeting needs using the Canada Emergency Response Benefit and the wage subsidy, the federal government should just give all Canadians \$2000 a month during the pandemic, and claw back some of that money from those who don't need the support when they next file their taxes.
 - Which approach would you prefer to see? Why?
- What else should the Government of Canada be considering and/or doing to manage the economic impacts of COVID-19?

MODIFIED QUESTION IN MONTREAL YOUTH (APR 8): What else should the Government of Canada be considering and/or doing to manage the economic impacts of COVID-19, especially for young people like yourselves?
- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Does the Government of Canada need to step in and help sectors which are in especially difficult situations now like tourism, oil & gas, airlines, and restaurants?
 - Are there specific sectors you think need help?
 - Are there specific sectors you would be concerned about the Government of Canada providing extra financial aid to?
- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** The various measures the Government of Canada is implementing are estimated to cost billions of dollars and the Parliamentary Budget Officer has estimated that this will result in a much higher federal budget deficit. Does this concern

anyone? Do you think that the federal government is spending too much money on measures in response to COVID-19?

VIRTUAL PARLIAMENT RURAL QUEBEC, RURAL ATLANTIC (5 minutes) SW ONTARIO, LOWER MAINLAND, RURAL QUEBEC SENIORS, EDMONTON, MONTREAL (IF TIME)

- **ASK IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23), RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Finally, on a different topic, the Parliament of Canada is unable have regular sessions due to the pandemic. Two options proposed for dealing with this would be to either have smaller sessions with only a small fraction of all Members of Parliament present, or to have parliamentary sessions hosted virtually via webcams. Which approach do you think would be better?
 - How important do you think it is that parliament meets regularly during the pandemic?

OTHER NEWS RURAL QUEBEC, RURAL ATLANTIC (5 minutes)

- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** We've talked a lot about COVID-19 today. Before we go, have you heard any other Government of Canada news over the past few months?
 - PROBE on specifics. If anything mentioned, find out if others have heard about it, how they feel about it.
- **ASK IN RURAL QUEBEC (APR 27), RURAL ATLANTIC (APR 29)** Most of the recent Government of Canada announcements have been about COVID-19 and people affected by the disease and economic fallout from it. What do you think about all of this focus on COVID-19 - do you think it's appropriate or do you think the Government of Canada has focussed too much on it?

COVID-19 AD TESTING EDMONTON, MONTREAL GP (30 minutes), RURAL QUEBEC SENIORS (55 minutes) ALL OTHER LOCATIONS (60 minutes)

- Have you seen any federal government ads recently about COVID-19? Where? What was the message of the ad you saw?

TV ADS SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2)

We are now going to review two potential TV ads that are currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about the coronavirus, or COVID-19. I only have scripts for each, so I will describe the ad and read to you what you would hear. I will read the ad to

you twice, and then we will discuss what we thought about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

[ROTATE ADS BETWEEN GROUPS]

IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1) SHOW CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS V1 FIRST, CONCEPT A: CELEBRITIES V1 SECOND

IN GTA PARENTS (APR 2) SHOW CONCEPT A: CELEBRITIES V1 FIRST, CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS V1 SECOND

CONCEPT A: CELEBRITIES – VERSION 1 (TV/SCRIPT) In this ad, we see a series of selfie videos with a variety of well-known Canadians speaking while filming themselves talking. The ad will conclude with a message spoken by Dr. Tam, the Chief Public Health Officer for Canada.

[MODERATOR READS THE AD TWICE]

Astronaut: **Astronauts are staying home to save lives**

Hockey Player: **Athletes are staying home to save lives**

Singer: **Musicians are staying home to save lives**

Business Leader: **Entrepreneurs are staying home to save lives.**

Chief Public Health Officer: **Now is the time to stay home to reduce the spread of COVID-19. Stay home. Save Lives.**

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- How do you feel about this ad featuring celebrities?
 - Are there any particular celebrities or prominent Canadians from other sectors that you think would be a good spokesperson for this advertisement? Why? Do you think the ad should include 'youth spokespersons'?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS – VERSION 1 (TV/SCRIPT) In this ad, we see several of Canada's most prominent medical experts and scientists taking turns delivering parts of a longer message. The ad will conclude with a message spoken by Dr. Tam, the Chief Public Health Officer for Canada.

[MODERATOR READS THE AD TWICE]

Astronaut/Scientist: **COVID-19 is a serious health threat to Canadians. But Canadians have always risen to overcome our biggest challenges by looking out for each other and all doing our part.**

Disease Expert: **Even if you don't have symptoms, you can spread COVID-19 to others and put lives at risk.**

Practicing Doctor/Former Athlete: **So stay at home, and take every precaution necessary to prevent the spread of this disease.**

Chief Public Health Officer: **You can stay up to date with the latest recommendations from the Government of Canada by visiting Canada.ca/coronavirus regularly.**

All: **Stay home. Save Lives.**

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- **ASK IN GTA PARENTS (APR 2)** The ad finishes with the Chief Public Health Officer saying **"You can stay up to date with the latest recommendations from the Government of Canada by visiting Canada.ca/coronavirus regularly."** I want to get your thoughts on a couple of alternative lines.

[MODERATOR TO READ TWO ALTERNATIVE LINES]

"Visit Canada.ca/coronavirus every day to stay updated about the most recent medical advice from the Government of Canada."

"Updated medical advice is being posted at Canada.ca/coronavirus every day. Check this information regularly and follow the instructions provided."

- Which of these do you think is the most effective message? Why?
- How do you feel about this ad featuring medical experts and scientists?
 - Are there any particular medical experts that you think would be good spokespeople for this advertisement? Why?
 - Are there any particular scientists that you think would be good spokespeople for this advertisement? Why?
 - Is there anyone else who would be a good spokesperson who isn't a medical expert or scientist?

- Due to the current rules around social distancing, most of these experts would likely have to film themselves from their homes instead of having a full film crew with lighting and professional camera operators. Do you think this would take away from the effectiveness of the message?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

TV ADS LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)

INTRODUCTION: READ IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8) We are now going to review two potential TV ads that are currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about the coronavirus, or COVID-19. I only have scripts for each, so I will describe the ad and read to you what you would hear. I will read the ad to you twice, and then we will discuss what we thought about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

MODIFIED INTRO IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) We are now going to review two potential TV ads that are currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about the coronavirus, or COVID-19. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

[ROTATE ADS BETWEEN GROUPS]

IN LOWER MAINLAND (APR 7) AND MONTREAL YOUTH (APR 8) SHOW CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS V2 FIRST, CONCEPT C: ASTRONAUT V1 SECOND

IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) SHOW CONCEPT C: ASTRONAUT V1 FIRST, CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS V3 SECOND

CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS – VERSION 2 (TV/SCRIPT) READ IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8) In this ad, we see some of Canada's most prominent medical experts, scientists and sports figures taking turns delivering parts of a longer message from their homes urging Canadians to stay at home as well.

- **READ IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7)** The English ad will feature astronaut Chris Hadfield, former hockey player, and doctor-in-training Hayley Wickenheiser, and the Chief Public Health Officer for Canada, Theresa Tam.
- **READ IN MONTREAL YOUTH (APR 8)** The French ad will feature astronaut David Saint-Jacques, professional football player Laurent Duvernay-Tardif, and Canada's Chief Science Advisor, Mona Nemer.

I will now read the [English/French] script:

Chris Hadfield/David Saint-Jacques: **COVID-19 is a serious health threat.**

But Canadians always overcome our biggest challenges by looking out for each other and all doing our part.

Hayley Wickenheiser/Laurent Duveray-Tardif: **Even if you don't have symptoms, you can spread COVID-19 to others and put lives at risk.**

So stay home. Your actions can be the difference between life and death.

Theresa Tam/Mona Nemer: **New medical advice is posted on [Canada.ca/coronavirus](https://www.canada.ca/coronavirus) every day. Check this information regularly and follow instructions.**

All: **Stay home. Save Lives.**

CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS – VERSION 3 (TV/VIDEO)

MODIFIED IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) For this ad, I have a video to play for you. We will watch it twice and then afterwards we will discuss what we think about the ad. In this ad, we see some of Canada's most prominent medical experts, scientists and sports figures taking turns delivering parts of a longer message from their homes urging Canadians to stay at home as well.

The French ad features astronaut David Saint-Jacques, professional football player Laurent Duvernay-Tardif, and Canada's Chief Science Advisor, Mona Nemer.

PLAY VIDEO IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) I will now play the video for you.

[MODERATOR PLAYS ADVERTISEMENT **PHAC_TV_FR_opt1_V7** TWO TIMES]

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- Do you know who all of these spokespeople are?
 - **ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7)** Do you believe that all of them are credible medical or scientific experts?
 - **MODIFIED QUESTION IN MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9)** Do you believe that all of them are credible?
 - **ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7)** Since retiring from hockey, Hayley Wickenheiser has attended medical school and is a doctor in training. Text on screen during the ad would mention this, and she will be shown wearing a medical uniform. Do you think her credentials make her an appropriate spokesperson for the ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?

- Mid-way through the ad, [Hayley Wickenheiser/Laurent Durvernay-Tardif] says **“So stay home. Your actions can be the difference between life and death.”** What do you think about this message being included?
 - Is this too strong of a message to give? Is it not strong enough?
 - Do you feel like it is true to say staying home and other social distancing measures can be the difference between life and death?
- I want to get your thoughts on an alternative line. [MODERATOR TO READ AN ALTERNATIVE LINE] **“So stay home to help protect your loved ones.”**
 - Which of these do you think is the most effective message? Why?
 - Which one do you think is the most appropriate message for an advertisement from the Government of Canada right now?
- How do you feel about this ad featuring medical experts and scientists?
 - Do you feel like everyone involved in the ad is a credible voice for providing information about COVID-19?
 - Can you think of any other medical experts or scientists who would be good spokespeople for a government of Canada advertisement?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

CONCEPT C: ASTRONAUT – VERSION 1 (TV/SCRIPT)

READ IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) In this ad, we see the astronaut [Chris Hadfield/David Saint Jacques] speaking from his home.

READ IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) For this ad, I only have a script. So I will describe the ad and read to you what you would hear. I will read the ad to you twice and then we will discuss what we thought about it.

[Chris Hadfield/Davis Saint-Jacques] speaking:

I’m [Chris Hadfield/David Saint-Jacques]. I know what it’s like to spend a long time isolated, away from friends and family. It’s hard, but it’s what we all need to do for each other.

Even if you’re not feeling sick, you could still be carrying COVID-19. And you could pass it to others.

Stay home and you’ll save lives. Visit Canada.ca/coronavirus for the latest instructions on how you can stop this deadly pandemic.

You don’t need to go to space to be a hero. You just need to stay home.

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?

- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?
- Can you think of any other people who could be effective spokespeople in a similar ad about how their experiences relate to the current crisis?

TV AND RADIO ADS SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16)

INTRODUCTION: READ IN SW ONTARIO (APR 14), LOWER MAINLAND GP (APR 15) We are now going to review three potential ads that are currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about the coronavirus, or COVID-19. I will show or read each ad to you twice, and then we will discuss what we thought about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

MODIFIED IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) We are now going to review two potential ads that are currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about the coronavirus, or COVID-19. I will show or read each ad to you twice, and then we will discuss what we thought about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

[ROTATE ADS BETWEEN GROUPS]

IN SW ONTARIO (APR 14): SHOW CONCEPT D: FINANCE V1, THEN CONCEPT C: ASTRONAUT V2, THEN CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS V4

IN LOWER MAINLAND GP (APR 15): SHOW CONCEPT D: FINANCE V1, THEN CONCEPT C: ASTRONAUT V2, THEN CONCEPT E: EXPERIENCED COVID-19

IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) SHOW CONCEPT D: FINANCE V1, THEN CONCEPT E: EXPERIENCED COVID-19

CONCEPT D: FINANCE – VERSION 1 (TV/VIDEO)

READ IN SW ONTARIO (APR 14), IN LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) You will notice that the ad is not in its finished form. Instead the images look more like a comic strip and convey what you would see in each frame of the ad. The final video would be produced using professional animation. Please keep this in mind as you are viewing the ad.

[MODERATOR PLAYS ADVERTISEMENT FinalStoryboard_APRIL13(EN) TWO TIMES]

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Does the neighbourhood shown in the ad look like something you might see near where you live? Why or why not?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?

CONCEPT C: ASTRONAUT – VERSION 2 (RADIO/SCRIPT)

READ IN SW ONTARIO (APR 14), IN LOWER MAINLAND GP (APR 15) The next two ads are on a slightly different topic, focusing on health advice instead of financial support programs that are available for Canadians. In this radio ad, we hear astronaut Chris Hadfield talking about self-isolation.

[MODERATOR READS THE AD TWICE]

Chris Hadfield speaking:

I'm Chris Hadfield. As an astronaut, I know what it's like to be isolated, away from friends and family. It's hard, but it's what we all need to do for each other.

Even if you're not feeling sick, you can still be infected with COVID-19 and pass it to others.

Your actions can protect your loved ones.

Stay Home. Save Lives.

Visit canada.ca/coronavirus regularly for the latest instructions on how you can help stop this pandemic.

Announcer: A message from the Government of Canada.

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on the radio?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

CONCEPT B: MEDICAL EXPERTS – VERSION 4 (TV/VIDEO)

READ IN SW ONTARIO (APR 14) In this TV ad, we see several prominent Canadian medical experts and scientists. [MODERATOR ASKS PARTICIPANTS TO MUTE PHONES AND TURN UP VOLUME ON LAP-TOP]

[MODERATOR PLAYS ADVERTISEMENT PHAC_TV_EN_opt1_COLO_Wsuper_Wmix_11h TWO TIMES]

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- Do you know who all of these spokespeople are?
- Do you believe that all of them are credible? What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- Mid-way through the ad, Hayley Wickenheiser says **“So stay home. Your actions can be the difference between life and death.”** What do you think about this message being included?
 - Is this too strong of a message to give? Is it not strong enough?
 - Do you feel like it is true to say staying home and other social distancing measures can be the difference between life and death?
- I want to get your thoughts on an alternative line. [MODERATOR TO READ AN ALTERNATIVE LINE] **“So stay home to help protect your loved ones.”**
 - Which of these do you think is the most effective message? Why?
 - Which one do you think is the most appropriate message for an advertisement from the Government of Canada right now?
- How do you feel about this ad featuring medical experts and scientists?
 - Do you feel like everyone involved in the ad is a credible voice for providing information about COVID-19?
 - Can you think of any other medical experts or scientists who would be good spokespeople for a government of Canada advertisement?

Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

CONCEPT E: EXPERIENCED COVID – VERSION 1 (RADIO/SCRIPT)

READ IN LOWER MAINLAND GP (APR 15) Finally, we have a different type of radio ad, this time featuring the voice of a Canadian who has personally experienced COVID-19.

READ IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16) The next ad is a radio ad and features the voice of a Canadian who has personally experienced COVID-19.

[MODERATOR READS THE AD TWICE]

My name is James IN LOWER MAINLAND GP (APR 15) /Isabelle IN RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16). I'm 25 years old, I play hockey, and not that long ago I was in a hospital, breathing through a tube because of COVID-19.

I didn't think I was at risk from this disease, and I didn't take social distancing seriously enough. The day I left the hospital, my mother was diagnosed with COVID-19. And I'm worried it's my fault. Don't make the mistake I made. If I can get infected, so can you.

Stay Home. Save Lives.

Announcer: A message from the Government of Canada.

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?
- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Would this ad stand out to you if you heard it on the radio?
- Does this message effectively communicate what needs to be done to minimize the spread of coronavirus or COVID-19?
- Do you think it is a good idea to use the voice of someone who has recovered from COVID-19 to deliver this message?
- Do you think it is important for this ad to mention a website or phone number where people can get more information?
- Do you have any other thoughts about what could make this ad more effective?

TV ADS EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23)

We are now going to review a potential ad that is currently being developed by the Government of Canada that would inform Canadians about economic relief measures in place to support Canadians affected by COVID-19. For this ad, I have a video to play for you. I will show the ad to you twice, and then we will discuss what we thought about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about the ad.

CONCEPT D: FINANCE – VERSION 2 (TV/VIDEO)

IN EDMONTON (APR 21) [MODERATOR PLAYS ADVERTISEMENT govcdn_04_c TWO TIMES]

IN MONTREAL GP (APR 23) [MODERATOR PLAYS ADVERTISEMENT GOVCDN_30FRE_revised TWO TIMES]

- What are your initial thoughts about this ad?
- What is the main message of this ad?
- What do you like most? What do you like the least?

- What are the biggest strengths? Weaknesses?
- Is the language easy to understand? (if not) What parts are unclear or confusing?
- Who is this message aimed at? Why do you say that?
- Does the neighbourhood shown in the ad look like something you might see near where you live? Why or why not?
- Would this ad stand out to you if you heard it on TV? Would you seek more information?

AD WRAP-UP

- COMPARISON
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8) Thinking about these two ads, which one would be more likely to motivate you to take action? Why?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8) Which one do you feel is the most appropriate coming from the Government of Canada? Why?
 - ASK IN SMALL TOWN QUEBEC (APR 1), GTA (APR 2), LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8) Which one do you feel would be the most effective for convincing people to stay at home?
 - ASK IN LOWER MAINLAND GP (APR 15) Between the two radio ads, which one do you prefer?
 - Which radio ad would be the most effective at getting people to stay home?
- WEBSITE
 - ASK IN LOWER MAINLAND NEWCOMERS (APR 7), MONTREAL YOUTH (APR 8), SMALL TOWN QUEBEC (APR 9) Both ads directed you to visit Canada.ca/coronavirus. Have you visited this website before?
 - MODIFIED QUESTION IN SW ONTARIO (APR 14) All three ads directed you to visit Canada.ca/coronavirus. Have you visited this website before?
 - MODIFIED QUESTION IN LOWER MAINLAND GP (APR 15), RURAL QUEBEC SENIORS (APR 16), EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) Have you visited Canada.ca/coronavirus before?
 - IF YES: Did you find the information you were looking for there?
 - Was the website easy to navigate?
 - Is there anything that would make the website more helpful?
- FUTURE ADVERTISING
 - ASK IN EDMONTON (APR 21), MONTREAL GP (APR 23) We are still in a period of the pandemic where everyone is being advised to stay at home as much as possible. However, if the number of cases were to decline in Canada to the point where medical experts say it is safe to start reducing the restrictions on the day-to-day lives of Canadians, they will need to create advertisements to reflect this new medical advice.

- What would you want an advertisement informing Canadians about reduced restrictions to look like?
- Would you rather hear a hopeful ad that thanks Canadians for staying home and informs everyone of the new rules, or a serious ad that describes the new rules while warning Canadians that the virus is still a health threat and things could get bad again if we aren't disciplined about following medical advice?

CONCLUSION (5 minutes)

Guide du modérateur, version française

GUIDE DU MODÉRATEUR – Avril 2020 Document maître

INTRODUCTION (10 minutes)

- Le modérateur ou la personne responsable du soutien technique doit faire savoir aux participantes et aux participants qu'un stylo et du papier seront nécessaires afin de prendre des notes et d'écrire quelques réflexions au sujet des pièces de communication que nous leur montrerons plus tard au cours de la discussion.
- **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Lors des présentations, le modérateur doit demander aux participantes et aux participants quelles sont leurs conditions de vie ou de logement (c'est-à-dire vivre seul, avec sa conjointe ou son conjoint/partenaire/autres membres de la famille, intergénérationnel) et si elles ou ils sont à la retraite ou ont un emploi.

MISE EN ROUTE (5 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Vous sentez-vous "à risque" par rapport à la COVID-19 ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Est-ce que vous ou bien quelqu'un que vous connaissez avez eu quelconques symptômes de la COVID-19 au cours des derniers mois ?
 - Si oui, qu'avez-vous fait ou qu'ont-ils fait lorsque les premiers symptômes se sont manifestés ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** En tant qu'aîné(e) ou en tant que personne appartenant à un groupe démographique plus âgé, vous sentez-vous plus vulnérable de contracter la COVID-19 comparativement aux autres groupes d'âge ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Savez-vous ce que vous devez faire si vous présentez des symptômes ? Quoi exactement ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Quelles sont vos conditions de logement en ce moment ? Sonder : à la maison avec votre famille, avec des ami(e)s ou avec des colocataires, etc. Avez-vous changé vos conditions de logement au cours des dernières semaines ou du dernier mois ? Veuillez expliquer.

LA COVID-19 DANS L'ACTUALITÉ : SUD-OUEST DE L'ONTARIO, BASSES TERRES CONTINENTALES DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE – NOUVEAUX ARRIVANTS (5 minutes), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (10 minutes), EDMONTON, MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (20 minutes), TOUT AUTRE LIEU (15 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL) ET DE LA RGT – PARENTS (2 AVRIL)** Qu’avez-vous entendu dire au sujet du coronavirus ou de la COVID-19 récemment ?
QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), SUD-OUEST DE L’ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL), ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Qu’avez-vous entendu dire au sujet du coronavirus ou de la COVID-19 au cours des quelques derniers jours ?
 - Où en entendez-vous parler ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL)** Sonder : Quelles sont les sources internationales auxquelles vous prêtez attention, le cas échéant ? Est-ce que vous entendez des choses différentes des sources nationales de celles des sources internationales ? Quoi en particulier ? Est-ce que vous trouvez que les informations prêtent à confusion ou ne sont pas cohérentes ?
 - **QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPES DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Est-ce que vous trouvez que les informations prêtent à confusion ou ne sont pas cohérentes d’une source à l’autre ? Veuillez expliquer.
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Entendez-vous quoi que ce soit de particulier au sujet de la COVID-19 et des jeunes ou les personnes de votre âge ? Sonder : Risque de contracter le virus, risque de propagation du virus, comment prévenir la transmission, etc.
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL) ET DE LA RGT – PARENTS (2 AVRIL)** Avez-vous entendu parler de la nouvelle mesure d’auto-isollement obligatoire pour les personnes qui retournent au Canada ?
 - Si oui, qu’en avez-vous entendu dire ?
 - Avez-vous entendu parler des conséquences de ne pas s’y conformer ? Si oui, qu’avez-vous entendu ?
 - Avez-vous entendu quoi que ce soit d’autre quant à la réponse du gouvernement du Canada ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous vu des déclarations du gouvernement du Canada en réponse à cet enjeu ?
 - Pensez-vous que, jusqu’à présent, le gouvernement a réagi de manière appropriée ? Pourquoi ou pourquoi pas ? [NOTE À L’ATTENTION DU MODÉRATEUR : PRENDRE LE TEMPS DE PERMETTRE AUX RÉPONDANTES OU RÉPONDANTS DE RÉFLÉCHIR À LEURS RÉPONSES]

- Que devraient-ils faire d'autre, le cas échéant, à ce stade ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit de précis concernant les risques que courent particulièrement les personnes âgées ? Qu'avez-vous entendu ?
- Où en entendez-vous parler ? Trouvez-vous ces informations crédibles ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit quant à une augmentation du financement par le gouvernement fédéral pour les aînés touchés par la pandémie de coronavirus ? Qu'avez-vous entendu ?
 - Le gouvernement fédéral a annoncé qu'il verserait 9 millions de dollars, par l'intermédiaire de Centraide Canada, aux organismes locaux qui soutiennent la prestation de services aux aînés canadiens, y compris la livraison d'épicerie, les médicaments et le travail de proximité pour les mettre en contact avec les services de soutien communautaire, selon les besoins. Qu'en pensez-vous ? Cela fera-t-il une différence pour vous ou pour d'autres aîné(e)s que vous connaissez ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Pouvez-vous penser à des exemples de pays qui ont mieux géré leurs épidémies de COVID-19 que le Canada ? Qu'est-ce que ces pays ont fait ou n'ont pas fait qui les ont rendus plus efficaces ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Pouvez-vous penser à des exemples de pays qui ont moins bien géré leurs épidémies de COVID-19 que le Canada ? Qu'est-ce que ces pays ont fait ou n'ont pas fait qui les ont rendus moins efficaces ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit au sujet d'un accord entre le gouvernement canadien et le gouvernement américain visant à prolonger d'un mois la fermeture de la frontière canado-américaine pour les voyages non essentiels ? Qu'avez-vous entendu ?
 - Pensez-vous que c'était la bonne décision que de maintenir la frontière fermée pour les voyages non essentiels ?
 - Quand pensez-vous que ce sera un bon moment pour rouvrir la frontière ?
 - Si la frontière était rouverte dans un mois, envisageriez-vous de voyager aux États-Unis ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL) ET EDMONTON (21 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que

ce soit quant à un modèle rendu public par le gouvernement fédéral, qui fait la projection du nombre de décès et de la durée de la pandémie au Canada ? Qu'avez-vous entendu ?

- Ce que vous avez entendu a-t-il changé votre impression sur la façon dont les mois à venir vont se dérouler au Canada pendant cette pandémie ?

- **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL)** Où obtenez-vous la plupart de vos informations à ce sujet ?
 - Les informations que vous recevez sur la COVID-19 sont-elles pertinentes et faciles à comprendre ? Y a-t-il des informations dont vous avez besoin et auxquelles vous n'avez pas eu accès ? Quelles autres questions avez-vous à propos de la COVID-19 ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES VILLES MUNICIPALES (1^{ER} AVRIL)** Au Canada, dans quelle mesure croyez-vous que le nouveau coronavirus ou la COVID-19 est un enjeu sérieux à l'heure actuelle ? Pensez-vous que ça va s'aggraver ? Êtes-vous inquiète ou inquiet que cela s'aggrave ? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?

EFFETS SUR LA SANTÉ/ENJEUX D'ORDRE MÉDICAL/COMPORTEMENTS : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (5 minutes), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (20 minutes), EDMONTON, MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (35 minutes) ET TOUT AUTRE LIEU (15 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL) ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** En ce qui concerne l'équipement médical, est-ce que vous estimez que le Canada est prêt à faire face à une augmentation du nombre de personnes qui tombent malades en raison de la COVID-19 ?
 - Quel type d'équipement pensez-vous être le plus important pour combattre la maladie ?
 - Selon vous, y a-t-il des types d'équipement médical dont le Canada est déjà en situation de pénurie ?
 - Avez-vous entendu quoi que ce soit quant à la réponse du gouvernement du Canada aux pénuries d'équipement médical ?
 - Dans l'ensemble, avez-vous le sentiment que le gouvernement du Canada fait du bon ou du mauvais travail à cet égard ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous entendu parler des États-Unis qui bloquent l'envoi de masques médicaux au Canada ? Qu'avez-vous entendu ?
 - Comment le Canada devrait-il réagir à cette situation ?

- Avez-vous modifié votre comportement de quelque manière en raison du nouveau coronavirus ou de la COVID-19 ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL), ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Si oui : Qu'avez-vous fait ? (Sonder : le télétravail, la distanciation sociale, la protection de soi et sa famille, l'importance de se laver les mains, la préparation comme stocker des provisions, des médicaments, de la nourriture, etc.) Si non : Pourquoi n'avez-vous rien fait ?
 - À quelle fréquence quittez-vous votre domicile et pour quelle raison ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Est-ce que vous rendez toujours visite à des membres de votre famille ou vous rendent-ils visite ? Avez-vous le sentiment que les visites aux membres de votre famille présentent un risque pour votre santé ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE RGT — PARENTS (2 AVRIL)** Comment avez-vous parlé à vos enfants des problèmes ou des défis liés à l'auto-isolement et à la distanciation sociale ?
 - Si elles ou ils ont des enfants plus âgés (préadolescent(e)s ou adolescent(e)s) : Est-ce que vos enfants ont des difficultés à le faire ?
 - Permettez-vous à vos enfants de rendre visite à des amis ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL)** Dans quelle mesure est-il important que les jeunes mettent en pratique la distanciation sociale ? Pourquoi ou pourquoi pas ? Est-ce plus ou moins important que pour d'autres groupes ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Faites-vous quelque chose de différent comparativement aux personnes appartenant à d'autres groupes d'âge ? Veuillez expliquer.
- **DEMANDER DANS LES GROUPES D'EDMONTON (21 AVRIL) ET DE MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Avez-vous porté un masque pour vous protéger lorsque vous êtes sortie ?
 - Pensez-vous que les masques sont efficaces pour stopper la propagation de la COVID-19 ?
 - Pensez-vous que le gouvernement fédéral devrait rendre obligatoire le port du masque à tout moment pendant les vols d'avion qui ont encore lieu au Canada ?
 - Pensez-vous que le gouvernement fédéral devrait rendre obligatoire le port du masque à tout moment dans les lieux publics bondés, y compris dans les transports en commun et les épiceries ?
 - Seriez-vous favorable à ce que le gouvernement fédéral ouvre davantage de magasins de détail avec la stricte obligation pour les clientes et les clients ainsi que pour les travailleuses et les travailleurs d'y porter un masque en tout temps ?

- **À DEMANDER DANS LES GROUPES D'EDMONTON (21 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé, le cas échéant, par la sécurité des aliments que vous achetez depuis le début de la pandémie du nouveau coronavirus ou de la COVID-19 ? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Quelles ont été les choses les plus incommodes pour vous personnellement par rapport à l'écllosion ?
QUESTION MODIFIÉE POUR LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Outre le fait d'avoir été mis à pied, quelles ont été les choses les plus incommodes pour vous personnellement par rapport à l'écllosion ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Ne pas participer à des activités sociales, ne pas passer de temps avec les amis ou la famille. Comment composez-vous avec ça ? Êtes-vous toujours en mesure de vous retrouver entre ami(e)s ? Sonder pour des exemples et chercher à savoir si les participantes et participants semblent mettre en pratique des mesures de distanciation sociale.
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) SI ÉTUDIANT OU ÉTUDIANTE, DEMANDEZ :** De quelle façon est-ce que vous vous organisez avec vos cours ? Êtes-vous en mesure de compléter vos cours en ligne ? Comment trouvez-vous ce changement vers les cours en ligne ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) SI À LA RECHERCHE D'EMPLOI, DEMANDEZ :** Comment vous vous y prenez pour trouver un emploi ?
 - **SONDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Sonder : L'isolement, la solitude, le manque de soutien (faire l'épicerie/les médicaments/les visites médicales, etc.).
 - **SONDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Que faites-vous pour remédier à l'isolement ? Est-ce un défi ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Si les mesures de confinement se poursuivent encore longtemps, cela vous posera-t-il des problèmes ? De quel type de soutien ou d'aide pensez-vous que les aîné(e)s auront besoin ?
 - **SONDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Comment vous vous sentiriez si les règles

de distanciation sociale restaient en place pendant plusieurs mois encore ?
Quel genre d'impact est-ce que cela aurait sur vous ?

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Pendant combien de temps estimez-vous que l'on demandera à la population canadienne de rester chez elle autant que possible ?
 - Êtes-vous prêt ou prête à rester à l'intérieur pendant tout ce temps ?
 - Qu'est-ce que vous prévoyez qui pourrait devenir difficile ou éprouvant pour vous ou votre famille si l'on vous demande de rester à la maison pendant une plus longue période de temps ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : RGT – PARENTS (2 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Quel genre d'aide pourrait être utile ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE RGT – PARENTS (2 AVRIL)** Sonder : des conseils ou des outils pour vous aider dans l'apprentissage scolaire de vos enfants, des astuces sur la manière de parler à vos enfants de la distanciation sociale, la façon de divertir ou de garder les enfants occupés. Autre chose ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Que pourrait faire le gouvernement du Canada pour soutenir les jeunes du Canada pendant cette crise ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : RGT – PARENTS (2 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Quelle est la meilleure façon de vous joindre et de partager ces informations et ces conseils ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE RGT – PARENTS (2 AVRIL)** Pour les jeunes (comme vos enfants), quelle est la meilleure façon de leur parler de l'importance de pratiquer la distanciation sociale ? Sonder : les messages, le ton et les canaux ?
 - **SONDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Quelle est la meilleure façon de vous parler de l'importance de la distanciation sociale ? Sondez : les messages, le ton et les canaux ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Où croyez-vous que nous en sommes pour ce qui est « d'aplanir la courbe » et de sortir de cette crise — dans notre province, à l'échelle nationale ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous entendu parler de la durée que les mesures de distanciation sociale sont susceptibles de rester en place ? Éclaircissement : Il y a des discussions voulant que l'obligation de maintenir des mesures de distanciation sociale et de faire du télétravail se poursuive

pendant encore de nombreuses semaines. Qu'en pensez-vous ? Quelles implications cela a-t-il pour vous ?

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Pensez-vous que le gouvernement du Canada fournit des informations et des conseils appropriés concernant la situation ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Pensez-vous qu'ils communiquent suffisamment d'informations, particulièrement aux jeunes ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL)** En réfléchissant au-delà des impacts sur la santé, avez-vous constaté des changements au sein de votre propre collectivité et dans vos interactions avec les personnes qui y résident à la suite de l'éclosion du coronavirus ?
 - Êtes-vous préoccupé par le fait que les craintes concernant le virus auront un impact négatif sur la façon dont les gens interagissent dans votre communauté ? De quelle façon ?
 - Avez-vous vu des exemples de personnes ou de groupes, au sein de votre collectivité, qui ont été traités différemment depuis que le coronavirus est devenu une préoccupation internationale ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Tout le monde dans ces groupes vit dans de plus petites municipalités ou dans une zone rurale. Pensez-vous que l'impact de la COVID sur le quotidien a été différent là où vous vivez que dans les grandes métropoles comme Montréal et Toronto ?
 - (Sonder) Qu'est-ce qui a été différent ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL) ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit concernant des chercheurs qui suivent les données anonymes de localisation des téléphones cellulaires pour déterminer si les Canadiennes et les Canadiens restent à la maison pendant la pandémie ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL) ET QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)** Certaines personnes ont dit que le gouvernement devrait se coordonner avec les chercheurs afin que le gouvernement puisse surveiller les régions où les gens ne restent pas à la maison et ainsi ajuster les politiques coercitives. Pensez-vous que le gouvernement fédéral devrait faire cela ?
 - Avez-vous des inquiétudes en ce qui concerne l'accès du gouvernement aux données anonymes des téléphones cellulaires pour y parvenir ?

- **À DEMANDER DANS LES GROUPES D'EDMONTON (21 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Certaines personnes ont suggéré que le gouvernement du Canada fasse équipe avec les compagnies de téléphonie mobile en vue de créer une application pouvant être téléchargée volontairement par la population canadienne et qui permettrait de suivre leurs déplacements. Si quelconque utilisateur de l'application devait contracter la COVID-19, la personne pourrait enregistrer cela dans l'application, qui utiliserait les données de localisation du téléphone mobile, pour déterminer si d'autres utilisateurs de l'application ont récemment été en contact avec la personne infectée. Toute personne ayant été en contact avec la personne infectée serait avisée et aurait pour consigne de s'isoler.
 - Auriez-vous des craintes par rapport à ce type d'utilisation des données de téléphones mobiles par le gouvernement, dans un contexte où l'utilisation de l'application pour téléphones mobiles nécessiterait votre consentement préalable ?
 - Pensez-vous que ce type d'application pourrait être efficace pour arrêter la propagation de la COVID-19 ?

LA RÉOUVERTURE DES COMMERCES EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) (15 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** De manière générale, diriez-vous que le virus est maîtrisé au Canada ou pas ?
 - Diriez-vous qu'il est maîtrisé au niveau international ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES : EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Certains pays ont commencé à planifier la réouverture de leur économie et à alléger les restrictions qui contraignent les gens à rester à l'intérieur de leur résidence, et certaines provinces canadiennes ont également commencé à en parler. Pensez-vous que le Canada est prêt à commencer un allègement des restrictions ?
 - Combien de temps pensez-vous que cela prendra avant que le Canada ne soit prêt pour cela ?
 - Si les experts médicaux affirment que le Canada a atteint un point où l'allègement des mesures de distanciation sociale n'entraînera probablement qu'une faible augmentation du nombre de cas et que le risque d'une forte augmentation est très faible, seriez-vous favorable à un allègement des restrictions ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Si les experts médicaux affirment que de strictes mesures de distanciation sociale sont le seul moyen de s'assurer que le nombre de cas au Canada n'augmentera pas, seriez-vous

- en faveur du maintien de ces strictes mesures jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de cas au Canada ou qu'un vaccin soit découvert ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** (Si non) Il se peut que ce ne soit pas complètement sécuritaire tant qu'il n'y aura pas de vaccin et les experts disent que cela pourrait prendre un an ou plus. Donc, pensez-vous qu'il soit nécessaire de maintenir les mesures actuelles tout ce temps ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Que pensez-vous du fait que différentes provinces vont rouvrir leur économie à différents moments ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Pensez-vous qu'il devrait y avoir des directives fédérales que tous les lieux de travail, magasins, restaurants, etc., du pays doivent suivre lors de leur réouverture, ou pensez-vous que chaque province devrait gérer cela ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Lorsqu'il s'agira de lever les restrictions, cela se fera probablement de manière graduelle, avec l'ouverture par étapes de différentes choses. Selon vous, quelles sont les choses qui doivent être rouvertes ou quelles sont les restrictions qui doivent être levées en premier lieu ?

MESSAGES (35 minutes) QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)

DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) Je vais maintenant vous montrer un exemple de certaines informations que le gouvernement du Canada pourrait communiquer aux Canadiens, une fois que les provinces auront commencé à rouvrir les choses - vous ne verriez donc pas une telle communication de la part du gouvernement fédéral avant cela. J'aimerais que vous le lisiez individuellement, puis nous en discuterons par la suite.

AFFICHER TOUS LES ÉNONCÉS À L'ÉCRAN

1. Nous reconnaissons que la COVID-19 continuera de se transmettre dans la collectivité à mesure que les établissements rouvrent. C'est pourquoi nous devons agir lentement et avec précaution, au cours des prochaines phases de cette pandémie, jusqu'à ce que nous ayons un vaccin.
2. La plupart des personnes infectées par COVID-19 présentent des symptômes légers. Lors de la phase de réouverture, nous ferons de notre mieux pour protéger les personnes les plus à risque de contracter une maladie grave en raison du virus. Nous visons à minimiser le nombre de cas de maladie et de décès liés à la COVID-19 ou de maladies non liées à la COVID-19. Il y a des mesures essentielles que tous les Canadiens peuvent prendre à cet égard.
3. Continuons de maintenir les mesures essentielles pour limiter la transmission : l'éloignement physique, le lavage fréquent des mains et l'obligation de rester chez soi lorsqu'on est malade.
4. Si vous pensez être malade en raison de la COVID-19, allez passer un test de dépistage. Cela permettra de découvrir toute éclosion dans la collectivité et de mettre en place des mesures pour prévenir sa propagation.

5. En rouvrant les services de santé pour traiter tout problème et en permettant certaines activités sociales et économiques, nous envisageons de réduire le fardeau global de maladies dans la collectivité, qu'elles soient liées à la COVID-19 ou non.
6. Les personnes qui ont une maladie chronique, les personnes de plus de 60 ans et toutes les personnes à plus haut risque doivent faire preuve d'une grande vigilance. Nous devons soutenir ces membres les plus vulnérables de nos communautés afin qu'ils restent à la maison autant que possible et qu'ils évitent les contacts avec des personnes de l'extérieur de leur propre foyer ainsi que les situations qui rendent impossible un éloignement physique adéquat.
7. N'oublions pas que chacun d'entre nous peut encore infecter les autres, même sans présenter de symptômes. Il sera essentiel de continuer d'appliquer les mesures fondamentales de prévention des infections, mais aussi de veiller à ce que toute personne qui a des symptômes se présente immédiatement dans un centre de dépistage.
8. Si vous présentez des symptômes, même légers, restez à la maison et n'allez pas au travail ou ailleurs dans la communauté jusqu'à ce que vous soyez rétabli. Les employeurs et les employés doivent se soutenir à cet égard, afin que nous puissions suivre le taux de transmission et le contenir. Souvenez-vous que les données scientifiques montrent qu'on peut transmettre le virus avant et pendant la période des symptômes, et même en l'absence de tout symptôme.
9. Nous savons qu'un grand nombre de Canadiens souhaitent célébrer des cérémonies importantes, des funérailles et d'autres rites ou rituels importants. Il sera important de suivre les directives de vos autorités locales relativement au nombre de participants, aux mesures de prévention des infections et aux événements associés.
10. La COVID-19 représente toujours une grave menace pour la santé. Bien que certaines restrictions commencent à être allégées, il est important de reconnaître que les choses peuvent encore s'aggraver si nous ne respectons pas toutes les restrictions en place actuellement. Tenez-vous au courant des dernières règles et restrictions en vigueur dans votre région et suivez-les en consultant régulièrement le Canada.ca/lecoronavirus.
11. Merci d'avoir suivi les conseils des experts vous demandant de rester à la maison pendant cette période difficile. Grâce à vos actions, nous sommes maintenant en mesure de commencer à rouvrir progressivement les choses dans nos collectivités. Veuillez suivre attentivement les règles les plus récentes en matière de distanciation sociale afin que nous puissions bientôt revenir à la normale.
12. Les Canadiennes et Canadiens, de tout âge, ont souffert en raison de la COVID-19. Bien que certaines choses commencent à rouvrir, nous devons nous rappeler que tout un chacun est susceptible de contracter la maladie et risque de la transmettre à ses proches. Donc, suivez attentivement les consignes de votre région et veillez à vous protéger les uns les autres.

CHAQUE PERSONNE PASSERA EN REVUE INDIVIDUELLEMENT LES ÉNONCÉS ; PUIS UNE DISCUSSION DE GROUPE S'ENSUIVRA ;

- Dans l'ensemble, que pensez-vous de ces informations ? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
 - DEMANDER AU BESOIN : Comment vous sentez-vous ? Par exemple, est-ce que cela vous rassure ? Êtes-vous alarmé ? Autre chose ?
- Je vais vous soumettre un sondage. Maintenant, j'aimerais que vous sélectionniez les messages qui vous plaisent le plus.

LE MODÉRATEUR AFFICHERA LE SONDAGE N° 1 (PLAÎT). LE MODÉRATEUR PASSERA EN REVUE LES CHOIX ET DEMANDERA POUR CHACUN :

- Qu'est-ce qui vous a particulièrement plu de ce message ?

- Maintenant, j'aimerais que vous sélectionniez tout message qui vous déplaît.

LE MODÉRATEUR AFFICHERA LE SONDAGE N° 2 (DÉPLAÎT). LE MODÉRATEUR PASSERA EN REVUE LES CHOIX ET DEMANDERA POUR CHACUN :

- Qu'est-ce qui vous a particulièrement déplu dans ce message ?

- Pour terminer, j'aimerais que vous sélectionniez les messages que vous ne trouvez pas clairs ou qui prêtent à confusion.

LE MODÉRATEUR AFFICHERA LE SONDAGE N° 3 (PAS CLAIR/PRÊTE À CONFUSION). LE MODÉRATEUR PASSERA EN REVUE LES CHOIX ET DEMANDERA POUR CHACUN :

- Qu'avez-vous trouvé spécifiquement qui n'était pas clair ou qui prêtait à confusion dans ce message ?

- Maintenant, revenons au message dans son ensemble. Pensez-vous qu'il fournit des informations utiles ? Y a-t-il quelque chose que vous souhaiteriez ajouter, supprimer ou modifier ?

DANS LE GROUPE ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Je vais maintenant vous montrer une série d'exemples de certaines informations que le gouvernement du Canada pourrait communiquer aux Canadiens, une fois que les provinces auront commencé à rouvrir les choses - vous ne verriez donc pas une telle communication de la part du gouvernement fédéral avant cela. J'aimerais que vous les lisiez individuellement, puis nous en discuterons par la suite.

AFFICHER LES ÉNONCÉS DU GROUPE 1 À L'ÉCRAN.

Groupe 1 (messages relatifs à la réouverture)

- Nous reconnaissons que la COVID-19 continuera de se transmettre dans la collectivité à mesure que les établissements rouvrent. C'est pourquoi nous devons agir lentement et avec précaution, au cours des prochaines phases de cette pandémie, jusqu'à ce que nous ayons un vaccin.
- Merci d'avoir suivi les conseils des experts vous demandant de rester à la maison pendant cette période difficile. Grâce à vos actions, nous sommes maintenant en mesure de commencer à rouvrir progressivement les choses dans nos collectivités. Veuillez suivre attentivement les règles les plus récentes en matière de distanciation sociale afin que nous puissions bientôt revenir à la normale.
- En rouvrant les services de santé pour traiter tout problème et en permettant certaines activités sociales et économiques, nous envisageons de réduire le fardeau global de maladies dans la collectivité, qu'elles soient liées à la COVID 19 ou non.

CHAQUE PERSONNE PASSERA EN REVUE INDIVIDUELLEMENT LES ÉNONCÉS, PUIS UNE DISCUSSION DE GROUPE S'ENSUIVRA AINSI QUE LE SONDAGE. DEMANDER LA SÉRIE DE QUESTIONS SUIVANTE.

- Dans l'ensemble, que pensez-vous de ces informations ? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
 - DEMANDER AU BESOIN : Comment vous sentez-vous ? Par exemple, est-ce que cela vous rassure ? Êtes-vous alarmé ? Autre chose ?
 - Quel(s) énoncé(s) vous plaît ou plaisent le plus ? Qu'est-ce qui vous a particulièrement plu ?
 - Quel(s) énoncé(s) vous déplaît ou déplaisent ? Qu'est-ce qui vous a particulièrement déplu ?
 - Y a-t-il certains de ces énoncés qui ne sont pas clairs ou qui prêtent à confusion ? Et plus précisément, qu'est-ce qui prête à confusion ou qui n'est pas clair ?
- Je vais vous afficher un sondage. Maintenant, j'aimerais que vous sélectionniez parmi ces énoncés celui qui est le plus clair.
LE MODÉRATEUR AFFICHERA LE SONDAGE N° 1 (LE PLUS CLAIR). FIN DU SONDAGE — DIFFUSION DU SONDAGE. PRÉSENTER LES RÉSULTATS. LE MODÉRATEUR PASSERA EN REVUE LES ÉNONCÉS QUI FURENT SÉLECTIONNÉS.
- Je vais vous afficher un autre sondage. Maintenant, j'aimerais que vous sélectionniez parmi ces énoncés celui qui communique des informations importantes dont le public doit savoir ou entendre.
LE MODÉRATEUR AFFICHERA LE SONDAGE N° 1 (IMPORTANT). FIN DU SONDAGE — DIFFUSION DU SONDAGE. PRÉSENTER LES RÉSULTATS. LE MODÉRATEUR PASSERA EN REVUE LES ÉNONCÉS QUI FURENT SÉLECTIONNÉS.
- Maintenant, revenons au message dans son ensemble. Pensez-vous qu'il fournit des informations utiles ? Y a-t-il quelque chose que vous souhaiteriez ajouter, supprimer ou modifier ?

REFAIRE POUR LES ÉNONCÉS DES GROUPES 2, 3 ET 4.

Groupe 2 (messages relatifs à la propagation, aux populations vulnérables et aux mesures préventives)

- La plupart des personnes infectées par COVID-19 présentent des symptômes légers. Lors de la phase de réouverture, nous ferons de notre mieux pour protéger les personnes les plus à risque de contracter une maladie grave en raison du virus. Nous visons à minimiser le nombre de cas de maladie et de décès liés à la COVID-19 ou de maladies non liées à la COVID-19. Il y a des mesures essentielles que tous les Canadiens peuvent prendre à cet égard.
- Continuons de maintenir les mesures essentielles pour limiter la transmission : l'éloignement physique, le lavage fréquent des mains et l'obligation de rester chez soi lorsqu'on est malade.
- Les personnes qui ont une maladie chronique, les personnes de plus de 60 ans et toutes les personnes à plus haut risque doivent faire preuve d'une grande vigilance. Nous devons soutenir ces membres les plus vulnérables de nos communautés afin qu'ils restent à la maison autant que possible et qu'ils évitent les contacts avec des personnes de l'extérieur de leur propre foyer ainsi que les situations qui rendent impossible un éloignement physique adéquat.
- N'oublions pas que chacun d'entre nous peut encore infecter les autres, même sans présenter de symptômes. Il sera essentiel de continuer d'appliquer les mesures fondamentales de prévention des

infections, mais aussi de veiller à ce que toute personne qui a des symptômes se présente immédiatement dans un centre de dépistage.

Groupe 3 (messages relatifs à ce qu'il faut faire si des symptômes apparaissent)

- Si vous pensez être malade en raison de la COVID 19, allez passer un test de dépistage. Cela permettra de découvrir toute éclosion dans la collectivité et de mettre en place des mesures pour prévenir sa propagation.
- Si vous présentez des symptômes, même légers, restez à la maison et n'allez pas au travail ou ailleurs dans la communauté jusqu'à ce que vous soyez rétabli. Les employeurs et les employés doivent se soutenir à cet égard, afin que nous puissions suivre le taux de transmission et le contenir. Souvenez-vous que les données scientifiques montrent qu'on peut transmettre le virus avant et pendant la période des symptômes, et même en l'absence de tout symptôme.

Groupe 4 (messages relatifs au risque continu, à la surveillance et au respect des directives)

- Nous savons qu'un grand nombre de Canadiens souhaitent célébrer des cérémonies importantes, des funérailles et d'autres rites ou rituels importants. Il sera important de suivre les directives de vos autorités locales relativement au nombre de participants, aux mesures de prévention des infections et aux événements associés.
- La COVID-19 représente toujours une grave menace pour la santé. Bien que certaines restrictions commencent à être allégées, il est important de reconnaître que les choses peuvent encore s'aggraver si nous ne respectons pas toutes les restrictions en place actuellement. Tenez-vous au courant des dernières règles et restrictions en vigueur dans votre région et suivez-les en consultant régulièrement le Canada.ca/lecoronavirus.
- Les Canadiennes et Canadiens, de tout âge, ont souffert en raison de la COVID-19. Bien que certaines choses commencent à rouvrir, nous devons nous rappeler que tout un chacun est susceptible de contracter la maladie et risque de la transmettre à ses proches. Donc, suivez attentivement les consignes de votre région et veillez à vous protéger les uns les autres.

LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DU CORONAVIRUS TOUS LES LIEUX (15 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit sur les effets du coronavirus sur l'économie canadienne ? Qu'avez-vous entendu ? Dans quelle mesure est-ce que cela vous inquiète ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous entendu parler de certains secteurs ou de certaines travailleuses et certains travailleurs qui ont déjà été touchés ? Qu'avez-vous remarqué ou entendu ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS**

- (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) À terme, y a-t-il d'autres secteurs ou d'autres travailleuses et travailleurs qui pourraient être touchés si le virus continue à se propager ?
- DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Le coronavirus a-t-il affecté votre situation financière ou celle de votre ménage ? Comment ?
 - QUESTION MODIFIÉE POUR LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) De quelle façon est-ce que le coronavirus a affecté votre propre situation financière ou celle de votre ménage ?
 - DEMANDER DANS LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Étiez-vous un principal soutien financier ? Dans quelle mesure sera-t-il difficile de gérer les finances de votre ménage après avoir été mis à pied ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Pensez-vous qu'à un moment donné, à l'avenir, votre ménage pourrait être touché ? Comment ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT – PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) ET SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Il est difficile de prévoir combien de temps ceci peut durer. Vous sentez-vous préparé, financièrement et autrement, pour affronter ceci pendant une période prolongée ? De quel soutien ou de quelle aide avez-vous besoin, le cas échéant ?
 - DEMANDER DANS LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Comment vous comptez faire face à cette situation ?
 - DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) Pensez-vous que le coronavirus affectera vos perspectives de carrière, soit dans l'immédiat, soit à plus long terme ? Veuillez expliquer. Sonder : Que pourrait faire le gouvernement du Canada pour apporter son aide ?
 - DEMANDER DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Les experts discutent des moyens de relancer l'économie, sans risquer une nouvelle flambée de cas. Certaines personnes suggèrent que l'on devra faire cela de manière mesurée et graduelle. Que signifie cette expression — mesurée, graduelle ? (Cherchez à savoir : le moment, l'impact sur les entreprises, les types d'entreprises qui pourraient ouvrir ou demeurer fermés, etc.) Si l'on adoptait cette approche, quelles en seraient les implications pour vous personnellement ?

- Avez-vous entendu parler de quoi que ce soit que le gouvernement du Canada a fait pour combattre l'impact économique de la COVID-19 ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) ET SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Avez-vous entendu parler de la nouvelle Prestation canadienne d'urgence instaurée par le gouvernement fédéral en réponse à l'épidémie de COVID-19 ? (À main levée)

QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Avant ce groupe, aviez-vous entendu parler de la nouvelle Prestation canadienne d'urgence instaurée par le gouvernement fédéral en réponse à l'épidémie de COVID-19 ? (À main levée)

 - Qu'en avez-vous entendu dire ?
 - Pensez-vous que cela pourrait vous aider personnellement ?
 - Connaissez-vous la marche à suivre pour recevoir la prestation ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Avez-vous fait une demande de prestation ? Si oui, comment s'est passé le processus de demande ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Pensez-vous que le gouvernement fédéral a agi assez rapidement en déployant cette prestation pour les Canadiennes et les Canadiens ?
 - DEMANDER DANS LES GROUPES : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL), QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) ET SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Avez-vous entendu parler de la nouvelle subvention salariale mise en place par le gouvernement fédéral en réponse à l'éclosion de la COVID-19 ?
 - QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPES : BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL — AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), MONTRÉAL — POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL), QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL) Avant ce groupe, aviez-vous entendu parler de la

nouvelle subvention salariale mise en place par le gouvernement fédéral en réponse à l'écllosion de la COVID-19 ?

- Qu'en avez-vous entendu dire ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** ÉCLAIRCISSEMENT AU BESOIN : Les employeurs canadiens dont l'entreprise a été touchée par la COVID-19, peuvent être admissibles à une subvention de 75 % du salaire des employés pour une période allant jusqu'à 12 semaines, et ce, rétroactivement du 15 mars 2020 au 6 juin 2020.
 - Pensez-vous que cela pourrait vous aider personnellement ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE RGT – PARENTS (2 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit au sujet des changements apportés à l'Allocation canadienne pour enfants ? Qu'avez-vous entendu ? ÉCLAIRCISSEMENT AU BESOIN : Le gouvernement du Canada a annoncé qu'il augmentera temporairement l'Allocation canadienne pour enfants (ACE) de 300 \$ par enfant.
 - Que pensez-vous de cette mesure ? Est-ce suffisant ?
 - Que ferez-vous avec cette somme supplémentaire ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Avez-vous entendu parler de l'élargissement du programme Emplois d'été Canada ?
 - Qu'avez-vous entendu à ce sujet ?
ÉCLAIRCISSEMENT AU BESOIN : Des modifications temporaires au programme ont été annoncées. Elles aideront les employeurs à embaucher du personnel d'été et permettront aux jeunes Canadiennes et Canadiens d'accéder à des emplois au sein d'organismes sans but lucratif, de petites entreprises et du secteur public. Le programme permettra de créer jusqu'à 70 000 emplois pour les jeunes de 15 à 30 ans.
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** Que pensez-vous de cette initiative ? Pensez-vous que cela pourrait vous aider personnellement ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE EDMONTON (21 AVRIL)** Avez-vous entendu quoi que ce soit quant à un investissement du gouvernement fédéral de 1,7 milliard de dollars pour nettoyer des puits abandonnés dans l'Ouest canadien ?
 - Pensez-vous que cet investissement aidera l'économie de l'Alberta pendant la pandémie ?
 - Qu'est-ce que le gouvernement du Canada pourrait faire d'autre pour soutenir les Albertains ?
- Pensez-vous que, jusqu'à présent, la réponse économique du gouvernement a été suffisante ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Certaines personnes ont dit qu'au lieu d'avoir

une approche ciblant les besoins, en utilisant la Prestation d'urgence du Canada et la subvention salariale, le gouvernement fédéral devrait tout simplement donner 2 000 \$ par mois à chaque Canadienne et Canadien pendant la pandémie, et de récupérer une partie de cet argent auprès des personnes qui n'ont pas besoin de ce soutien lorsqu'elles produiront leurs prochaines déclarations de revenus.

- Quelle approche préféreriez-vous voir ? Pourquoi ?
- Qu'est-ce que le gouvernement du Canada devrait envisager ou faire d'autre pour gérer les impacts économiques liés à la COVID-19 ?
QUESTION MODIFIÉE POUR LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) : Qu'est-ce que le gouvernement du Canada devrait envisager ou faire d'autre pour gérer les impacts économiques liés à la COVID-19, surtout pour les jeunes comme vous ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Est-ce que le gouvernement du Canada doit intervenir et aider les secteurs qui se trouvent actuellement dans des situations particulièrement difficiles tels que le tourisme, le secteur pétrolier et gazier, les transporteurs aériens et les restaurants ?
 - Y a-t-il des secteurs particuliers qui, selon vous, ont besoin d'aide ?
 - Y a-t-il des secteurs particuliers dont vous seriez préoccupé de voir le gouvernement du Canada accorder une aide financière supplémentaire ?
- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Les différentes mesures mises en place par le gouvernement du Canada sont évaluées à des milliards de dollars et le directeur parlementaire du budget prévoit que cela entraînera un déficit budgétaire fédéral beaucoup plus important. Est-ce que quelqu'un est préoccupé par cela ? Pensez-vous que le gouvernement fédéral dépense trop d'argent pour les mesures prises en réaction à la COVID-19 ?
 - Y a-t-il quelqu'un qui s'inquiète de l'impact à long terme lié à un déficit plus important ?

PARLEMENT VIRTUEL QUÉBEC RURAL, ATLANTIQUE RURAL (5 minutes) SUD-OUEST DE L'ONTARIO, BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE, EDMONTON, ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (SI LE TEMPS LE PERMET)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL), ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)** Pour terminer, sur un autre sujet, le Parlement du Canada ne peut pas tenir de sessions régulières en raison de la pandémie. Les deux options proposées pour y remédier seraient soit d'avoir des sessions restreintes avec la présence d'une petite fraction seulement de tous les membres du Parlement, soit d'avoir des sessions

parlementaires tenues virtuellement grâce à des webcams. Quelle approche vous semble la meilleure ?

- Dans quelle mesure pensez-vous qu'il est important que le Parlement se réunisse régulièrement pendant la pandémie ?

AUTRES ACTUALITÉS QUÉBEC RURAL ET ATLANTIQUE RURAL (5 minutes)

- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** Nous avons beaucoup parlé de la COVID-19 aujourd'hui. Avant de se quitter, avez-vous entendu d'autres actualités concernant le gouvernement du Canada au cours des derniers mois ?
 - SONDER sur les détails. Si quelque chose est mentionné, demandez si d'autres en ont entendu parler et ce qu'ils en pensent.
- **DEMANDER DANS LES GROUPES DE QUÉBEC RURAL (27 AVRIL) ET DE L'ATLANTIQUE RURAL (29 AVRIL)** La plupart des annonces récentes du gouvernement du Canada portaient sur la COVID-19, les personnes touchées par la maladie et les répercussions économiques de celle-ci. Que pensez-vous de toute cette attention consacrée à la COVID-19 — pensez-vous qu'elle soit appropriée ou pensez-vous que le gouvernement du Canada s'est trop concentré sur cette question ?

COVID-19 — ÉVALUATION PUBLICITAIRE EDMONTON (30 minutes), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(S) (55 minutes) TOUT AUTRE LIEU (60 minutes)

- Avez-vous vu récemment des publicités du gouvernement fédéral portant sur la COVID-19 ? Où ? Quel était le message de l'annonce que vous avez vue ?

CONCEPTS POUR LA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE (15 à 30 minutes)

PUBS TÉLÉ QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL) ET RGT – PARENTS (2 AVRIL)

Nous allons maintenant passer en revue deux publicités télé que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point et qui informeraient la population canadienne sur le coronavirus, ou la COVID-19. Je n'ai qu'un texte pour chacune, je vais donc vous décrire l'annonce et vous lire ce que vous entendriez. Je vais vous lire cette publicité deux fois et nous discuterons ensuite de ce que nous en pensons. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub.

[ALTERNEZ L'ORDRE DE PRÉSENTATION DES PUBLICITÉS D'UN GROUPE À L'AUTRE]

DANS LE GROUPE QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), MONTRER LE CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX V1 EN PREMIER ET LE CONCEPT A : CÉLÉBRITÉS V1 EN DEUXIÈME LIEU

DANS LE GROUPE RGT — PARENTS (2 AVRIL), MONTRER LE CONCEPT A : CÉLÉBRITÉS V1 EN PREMIER ET LE CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX V1 EN DEUXIÈME LIEU

CONCEPT A : CÉLÉBRITÉS – VERSION 1 (TÉLÉ/TEXTE) Dans cette publicité, nous voyons une série d'égoportraits vidéo avec une variété de personnalités canadiennes bien connues qui se filment en train de parler. L'annonce se terminera par un message prononcé par la D^{re} Tam, Administratrice en chef de la santé publique du Canada.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ DEUX FOIS]

Astronaute : **Les astronautes, on reste chez soi pour sauver des vies**

Joueur(-euse) de hockey : **Les athlètes, on reste chez soi pour sauver des vies**

Chanteur(-euse) : **Les artistes, on reste chez soi pour sauver des vies**

Chef(fe) d'entreprise : **Les entrepreneur(e)s on reste chez soi pour sauver des vies.**

Administratrice en chef de la santé publique : **Il est temps de rester chez soi pour réduire la propagation de la COVID-19.**

Restez chez vous. Sauvez des vies.

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- Que pensez-vous du fait que cette publicité met en vedette des personnalités connues ?
 - Y a-t-il des vedettes particulières ou des personnalités canadiennes de renom œuvrant dans d'autres secteurs qui, selon vous, seraient de bonnes ou de bons porte-paroles pour cette publicité ? Pourquoi ? Pensez-vous que la publicité devrait inclure de « jeunes porte-paroles » ?
- Avez-vous d'autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?

CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX – VERSION 1 (TÉLÉ/TEXTE) Dans cette publicité, on voit plusieurs des plus éminents experts médicaux et scientifiques du Canada qui se relaient et livrent à tour de rôle des parties d'un message plus long. L'annonce se terminera par un message prononcé par la D^{re} Tam, Administratrice en chef de la santé publique du Canada.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ DEUX FOIS]

Astronaute/Scientifique : **La COVID-19 est pour la population canadienne une grave menace pour la santé. Mais les Canadiens et les Canadiennes ont toujours su relever les plus grands défis en veillant les uns sur les autres et en faisant toutes et tous notre part.**

Expert en maladies : **Même si vous ne présentez pas de symptômes, vous pouvez transmettre la COVID-19 à d'autres personnes et mettre des vies en danger.**

Médecin-praticien/athlète à la retraite : **Donc, restez chez vous et prenez toutes les précautions nécessaires pour éviter la propagation de cette maladie.**

Administratrice en chef de la santé publique : **Vous pouvez vous tenir au courant des dernières recommandations du gouvernement du Canada en visitant régulièrement le site Canada.ca/lecoronavirus.**

Ensemble : **Restez chez vous. Sauvez des vies.**

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE RGT – PARENTS (2 AVRIL)** La publicité se termine avec l'administratrice en chef de la santé publique qui dit : « **Vous pouvez vous tenir au courant des dernières recommandations du gouvernement du Canada en consultant régulièrement le Canada.ca/lecoronavirus** ». Je voudrais connaître votre avis sur deux autres options. [LE MODÉRATEUR LIRA LES DEUX AUTRES PHRASES.]

« **Visitez le Canada.ca/lecoronavirus quotidiennement pour vous tenir au courant des plus récents conseils médicaux du gouvernement du Canada** ».

« **Une mise à jour des conseils médicaux est affichée quotidiennement au Canada.ca/lecoronavirus. Consultez régulièrement ces informations et suivez les consignes qui y sont fournies** ».

- Selon vous, quel est le message le plus efficace ? Pourquoi ?
- Que pensez-vous du fait que cette publicité met en vedette des experts médicaux et des scientifiques ?

- Y a-t-il des experts médicaux ou des scientifiques en particulier qui, selon vous, seraient de bonnes ou de bons porte-paroles pour cette publicité ? Pourquoi ?
- Y a-t-il des scientifiques en particulier qui, selon vous, seraient de bonnes ou de bons porte-paroles pour cette publicité ? Pourquoi ?
- Y a-t-il quelqu'un d'autre qui serait un bon ou une bonne porte-parole et qui n'est ni expert médical ni scientifique ?
- En raison des règles actuelles concernant la distanciation sociale, la plupart de ces experts auraient probablement à se filmer soi-même, à la maison, plutôt que d'avoir une équipe de tournage complète avec l'éclairage et quelqu'un de professionnel derrière la caméra. Pensez-vous que cela diminuerait l'efficacité du message ?
- Avez-vous d'autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?

PUBS TÉLÉ BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL) ET QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)

INTRODUCTION : LIRE DANS LES GROUPES DE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) Nous allons maintenant passer en revue deux publicités télé que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point et qui informeraient la population canadienne sur le coronavirus, ou la COVID-19. Je n'ai qu'un texte pour chacune, je vais donc vous décrire l'annonce et vous lire ce que vous entendriez. Je vais vous lire cette publicité deux fois et nous discuterons ensuite de ce que nous en pensons. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub. **INTRODUCTION MODIFIÉE POUR LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)** Nous allons maintenant passer en revue deux publicités télé que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point et qui informeraient la population canadienne sur le coronavirus, ou la COVID-19. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ DEUX FOIS]

DANS LES GROUPES DE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) MONTRER LE CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX V2 EN PREMIER ET LE CONCEPT C : ASTRONAUTE V1 EN DEUXIÈME LIEU
DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL), MONTRER LE CONCEPT C : ASTRONAUTE V1 EN PREMIER ET LE CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX V3 EN DEUXIÈME LIEU

CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX – VERSION 2 (TÉLÉ/TEXTE) LIRE DANS LES GROUPES DE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) Dans cette publicité, nous voyons des experts médicaux, des scientifiques et des personnalités sportives parmi les plus connus du Canada qui, à tour de rôle, livrent depuis leur domicile des parties d'un message plus long exhortant les Canadiens à rester à la maison également.

- **LIRE DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL)** L'astronaute Chris Hadfield, l'ancienne joueuse de hockey, et médecin en formation Hayley Wickenheiser, ainsi que l'Administratrice en chef de la santé publique du Canada, Theresa Tam figureront dans cette publicité.
- **LIRE DANS LE GROUPE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL)** L'astronaute David Saint-Jacques, le joueur de football professionnel Laurent Duvernay-Tardif et la conseillère scientifique en chef du Canada, Mona Nemer figureront dans cette publicité.

Je vais maintenant vous le texte :

Chris Hadfield/David Saint-Jacques : **La COVID-19 est une grave menace pour la santé. Mais, nous les Canadiens, on a toujours relevé les défis en veillant sur les autres et en faisant notre part.**

Hayley Wickenheiser : **Même si vous n'avez pas de symptômes, vous pouvez propager la COVID-19 et mettre des vies en danger. Restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort.**

Theresa Tam : **Consultez régulièrement les avis médicaux sur canada.ca/lecoronavirus et suivez les directives.**

Ensemble : **Restez à la maison. Sauvez des vies.**

CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX – VERSION 3 (TÉLÉ/VIDÉO)

MODIFIÉ POUR LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Pour cette publicité, j'ai une vidéo à vous montrer. Nous allons regarder cette publicité deux fois et nous discuterons ensuite de ce que nous en pensons. Dans cette publicité, nous voyons des experts médicaux, des scientifiques et des personnalités sportives parmi les plus connus du Canada qui, à tour de rôle, livrent depuis leur domicile des parties d'un message plus long exhortant les Canadiens à rester à la maison également.

L'astronaute David Saint-Jacques, le joueur de football professionnel Laurent Duvernay-Tardif et la conseillère scientifique en chef du Canada, Mona Nemer figurent dans la version française de la publicité.

FAIRE JOUER LA VIDÉO POUR LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Je vais maintenant vous faire jouer la vidéo.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ **PHAC_TV_FR_opt1_V7** DEUX FOIS]

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Connaissez-vous les porte-paroles ?

- **DEMANDER DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL)** Pensez-vous que ces trois experts médicaux ou scientifiques sont crédibles ?
QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPE DE MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET DE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Est-ce que vous estimez que les porte-paroles sont crédibles ?
- **DEMANDER DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL)** Depuis sa retraite du hockey, Hayley Wickenheiser a fait des études en médecine et est actuellement médecin en formation. Un texte à l'écran pendant l'annonce en ferait mention, et elle figurera en tenue médicale. Pensez-vous que ses qualités et ses habiletés professionnelles font d'elle une porte-parole appropriée pour l'annonce ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- À mi-chemin dans la publicité, [Hayley Wickenheiser/Laurent Durvernay-Tardif] dit : « **Alors, restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort** ». Que pensez-vous d'inclure ce message ?
 - Est-ce trop fort comme message à communiquer ? N'est-il pas suffisamment fort ?
 - Croyez-vous que ce soit vrai lorsqu'on dit que rester à la maison et que d'autres mesures de distanciation sociale peuvent faire la différence entre la vie et la mort ?
- Je voudrais connaître votre avis sur une variante de cette phrase. [LE MODÉRATEUR LIRA L'AUTRE PHRASE] « **Restez à la maison pour aider à protéger vos proches.** »
 - Selon vous, lequel de ces messages est le plus efficace ? Pourquoi ?
 - Lequel est, selon vous, le message qui convient le mieux actuellement pour une publicité du gouvernement du Canada ?
- Que pensez-vous du fait que ce sont des experts médicaux et des scientifiques qui figurent dans cette publicité ?
 - Considérez-vous que toutes les personnes qui figurent dans la publicité sont des voix crédibles capables de fournir des informations sur COVID-19 ?
- Pouvez-vous penser à d'autres experts médicaux ou scientifiques qui seraient de bonnes ou de bons porte-paroles pour une publicité du gouvernement du Canada ?

CONCEPT C : ASTRONAUTE – VERSION 1 (TÉLÉ/TEXTE)

LIRE DANS LES GROUPES BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL), MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Dans cette publicité, on voit l’astronaute [Chris Hadfield/David Saint Jacques] parler depuis sa résidence.

LIRE DANS LE GROUPE QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL) Pour cette publicité, je n’ai qu’un texte. Je vais donc vous décrire l’annonce et vous lire ce que vous entendriez. Je vais vous lire cette publicité deux fois et nous discuterons ensuite de ce que nous en pensons.

[Chris Hadfield/Davis Saint-Jacques] parle :

Je suis [Chris Hadfield/David Saint-Jacques]. Je sais ce que c’est que de passer une longue période d’isolement, loin de ses amis et de sa famille. C’est difficile, mais c’est ce que nous devons tous faire les uns pour les autres.

Même si vous ne vous sentez pas malade, vous pourriez quand même être porteur de la COVID-19. Et vous pourriez la transmettre aux autres.

Restez à la maison et vous sauvez des vies. Visitez le [Canada.ca/lecoronavirus](https://www.canada.ca/lecoronavirus) pour obtenir les dernières consignes sur la façon dont vous pouvez mettre fin à cette pandémie mortelle.

Vous n’avez pas besoin d’aller dans l’espace pour être un héros. Vous devez juste rester à la maison.

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu’est-ce qui vous plaît le plus ? Qu’est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n’est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s’adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d’informations ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- Avez-vous d’autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?
- Pouvez-vous penser à d’autres personnes qui pourraient être de porte-paroles efficaces dans une publicité similaire, où elles témoigneraient de la façon dont leurs expériences se rapportent à la crise actuelle ?

PUBLICITÉS TÉLÉ ET RADIO SUD-OUEST DE L’ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL) ET QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL)

INTRODUCTION : LIRE DANS LES GROUPES DU SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) ET DE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL)

Nous allons maintenant passer en revue trois éventuelles publicités que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point et qui informeraient les Canadiens sur le coronavirus, ou la COVID-19. Je vous montrerai ou vous lirai chaque annonce deux fois, puis nous discuterons de ce que nous en pensons. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub.

MODIFIÉ POUR LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL) Nous allons maintenant passer en revue deux publicités que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point et qui informeraient la population canadienne sur le coronavirus, ou la COVID-19. Je vais vous montrer ou vous lire chaque annonce deux fois, puis nous discuterons de ce que nous en avons pensé. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub.

[ROTATE ADS BETWEEN GROUPS]

DANS LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) : MONTRER LE CONCEPT D : FINANCE V1, ENSUITE LE CONCEPT C : ASTRONAUTE V2, PUIS LE CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX V4

DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL) : MONTRER LE CONCEPT D : FINANCE V1, ENSUITE LE CONCEPT C : ASTRONAUTE V2, ENSUITE LE CONCEPT E : L'EXPÉRIENCE DE LA COVID-19

DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL) MONTRER LE CONCEPT D : FINANCE V1, PUIS LE CONCEPT E : L'EXPÉRIENCE DE LA COVID-19

CONCEPT D : FINANCE – VERSION 1 (TÉLÉ/VIDÉO)

LIRE DANS LES GROUPES : SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL) ET QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL) Vous remarquerez que la publicité n'est pas encore finalisée. Les images ressemblent plutôt à une bande dessinée et transmettent ce que vous verriez dans chaque séquence de la publicité. La vidéo finale serait produite grâce à de l'animation professionnelle. Veuillez garder cela à l'esprit pendant que vous regardez la publicité.

[LE MODÉRATEUR FERA JOUER LA PUBLICITÉ **FinalStoryboard_APRIL13(EN)** DEUX FOIS]

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?

- Est-ce que le quartier qui figure dans la publicité ressemble à ce que vous pourriez voir près de chez vous ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?

CONCEPT C : ASTRONAUTE – VERSION 2 (RADIO/TEXTE)

LIRE DANS LES GROUPES DU SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) ET DE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL) Les deux publicités suivantes portent sur un sujet légèrement différent et mettent l'accent sur des conseils en matière de santé plutôt que sur les programmes de soutien financier qui sont destinés aux Canadiens. Dans cette pub radio, on entend l'astronaute Chris Hadfield parler d'auto-isolement.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ DEUX FOIS]

Chris Hadfield parle :

Je suis Chris Hadfield. En tant qu'astronaute, je sais ce que c'est que de passer une longue période d'isolement, loin de ses amis et de sa famille. C'est difficile, mais c'est ce que nous devons tous faire les uns pour les autres.

Même si vous ne vous sentez pas malade, vous pourriez quand même être porteur de la COVID-19, et vous pourriez la transmettre aux autres.

Vos actions peuvent protéger vos proches.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Visitez le [Canada.ca/lecoronavirus](https://www.canada.ca/lecoronavirus) pour obtenir les dernières consignes sur la façon dont vous pouvez mettre fin à cette pandémie.

Annonceur : Un message du gouvernement du Canada.

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- Avez-vous d'autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?

CONCEPT B : EXPERTS MÉDICAUX – VERSION 4 (TÉLÉ/VIDÉO)

LIRE DANS LE GROUPE SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL) Dans cette pub télé, on voit plusieurs éminents experts médicaux et scientifiques canadiens.

[LE MODÉRATEUR FERA JOUER LA PUBLICITÉ PHAC_TV_EN_opt1_COLO_Wsuper_Wmix_11h DEUX FOIS]

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Connaissez-vous les porte-paroles ?
- Pensez-vous qu'ils sont tous crédibles ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
 - À mi-chemin dans la publicité, [Hayley Wickenheiser/Laurent Durvernay-Tardif] dit : « Alors, restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort ». Que pensez-vous d'inclure ce message ?
 - Est-ce trop fort comme message à communiquer ? N'est-il pas suffisamment fort ?
 - Croyez-vous que ce soit vrai lorsqu'on dit que rester à la maison et que d'autres mesures de distanciation sociale peuvent faire la différence entre la vie et la mort ?
- Je voudrais connaître votre avis sur une variante de cette phrase. [LE MODÉRATEUR LIRA L'AUTRE PHRASE] « **Restez à la maison pour aider à protéger vos proches.** »
 - Selon vous, lequel de ces messages est le plus efficace ? Pourquoi ?
 - Lequel est, selon vous, le message qui convient le mieux actuellement pour une publicité du gouvernement du Canada ?
- Que pensez-vous du fait que ce sont des experts médicaux et des scientifiques qui figurent dans cette publicité ?
 - Considérez-vous que toutes les personnes qui figurent dans la publicité sont des voix crédibles capables de fournir des informations sur COVID-19 ?
 - Pouvez-vous penser à d'autres experts médicaux ou scientifiques qui seraient de bonnes ou de bons porte-paroles pour une publicité du gouvernement du Canada ?
- Avez-vous d'autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?

CONCEPT E : L'EXPÉRIENCE DE LA COVID – VERSION 1 (RADIO/TEXTE)

LIRE DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL)

Pour conclure, nous avons un autre type de publicité radio où figure cette fois la voix d'un Canadien qui a personnellement vécu une expérience avec la COVID-19.

LIRE DANS LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL) La prochaine publicité est une pub radio dans laquelle figure la voix d'une Canadienne qui a personnellement vécu une expérience avec la COVID-19.

[LE MODÉRATEUR LIRA LA PUBLICITÉ DEUX FOIS]

Je m'appelle James POUR LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL)/Isabelle POUR LE GROUPE QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL).

J'ai 25 ans, je joue au hockey, et il n'y a pas si longtemps, j'étais à l'hôpital, à respirer à l'aide d'un tube en raison de la COVID-19.

Je ne pensais pas être à risque de cette maladie, et je ne prenais pas assez au sérieux la distanciation sociale.

Le jour où j'ai quitté l'hôpital, ma mère a obtenu un diagnostic d'infection au COVID-19. Et j'ai peur que ce soit de ma faute.

Ne faites pas l'erreur que j'ai faite. Si je peux être infectée, vous aussi pouvez l'être.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Annonceur : Un message du gouvernement du Canada.

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous l'entendiez à la radio ?
- Est-ce que ce message communique efficacement ce qui doit être fait pour minimiser la propagation du coronavirus ou de la COVID-19 ?
- Pensez-vous que ce soit une bonne idée d'utiliser la voix de quelqu'un qui s'est remis de la COVID-19 pour livrer ce message ?
- Pensez-vous qu'il est important que cette annonce mentionne un site Web ou un numéro de téléphone où les gens peuvent obtenir plus d'informations ?
- Avez-vous d'autres idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace ?

PUB TÉLÉ EDMONTON (21 AVRIL) ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)

Nous allons maintenant passer en revue une éventuelle publicité que le gouvernement du Canada est en train de mettre au point, qui informerait la population canadienne sur les mesures d'aide

économique mises en place pour soutenir les Canadiennes et les Canadiens touchés par la COVID-19. Je vais vous la présenter sous forme de vidéo. Je vais vous faire jouer la publicité deux fois, puis nous discuterons de ce que nous en avons pensé. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous aider à vous souvenir de ce que vous avez aimé et de ce que vous n'avez pas aimé dans cette pub.

CONCEPT D : FINANCE – VERSION 2 (TÉLÉ/VIDÉO)

POUR EDMONTON (21 AVRIL) [LE MODÉRATEUR FERA JOUER LA PUBLICITÉ **govcdn_04_c** DEUX FOIS]
POUR MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL) [LE MODÉRATEUR FERA JOUER LA
 PUBLICITÉ **GOVCDN_30FRE_revised** DEUX FOIS]

- Quelles sont vos premières impressions de cette publicité ?
- Quel est le message principal de cette publicité ?
- Qu'est-ce qui vous plaît le plus ? Qu'est-ce qui vous plaît le moins ?
- Quelles sont ses plus grandes forces ? Ses faiblesses ?
- Est-ce que le langage est facile à comprendre ? (Si ce n'est pas le cas) Quelles sont les parties qui ne sont pas claires ou qui prêtent à confusion ?
- À qui s'adresse ce message ? Pourquoi dites-vous cela ?
- Est-ce que le quartier qui figure dans la publicité ressemble à ce que vous pourriez voir près de chez vous ? Pourquoi ou pourquoi pas ?
- Est-ce que vous remarqueriez cette publicité si vous la voyiez à la télé ? Est-ce que vous chercheriez à obtenir plus d'informations ?

RÉCAPITULATIF DES PUBS

- COMPARAISON
 - **DEMANDER DANS LES GROUPE : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL)** En réfléchissant à ces deux publicités, laquelle serait la plus susceptible de vous motiver à agir ? Pourquoi ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPE : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL)** Laquelle des deux vous semble la plus indiquée venant du gouvernement du Canada ? Pourquoi ?
 - **DEMANDER DANS LES GROUPE : QUÉBEC — PETITES MUNICIPALITÉS (1^{ER} AVRIL), RGT — PARENTS (2 AVRIL), BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET MONTRÉAL — JEUNES (8 AVRIL)** Selon vous, laquelle serait la plus efficace pour convaincre les gens de rester chez soi ?
 - **DEMANDER DANS LE GROUPE BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) — POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL)** Entre les deux publicités radio, laquelle préférez-vous ?
 - Quelle pub radio serait la plus efficace pour inciter les gens à rester chez soi ?
- SITE WEB

- DEMANDER DANS LES GROUPES : *BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – NOUVEAUX ARRIVANTS (7 AVRIL) ET MONTRÉAL – JEUNES (8 AVRIL) ET QUÉBEC – PETITES MUNICIPALITÉS (9 AVRIL)* Les deux publicités vous invitent à consulter le site Canada.ca/lecoronavirus. Avez-vous déjà consulté ce site ?
- QUESTION MODIFIÉE POUR LE GROUPE *SUD-OUEST DE L'ONTARIO (14 AVRIL)* Les trois publicités vous invitent à consulter le site Canada.ca/lecoronavirus. Avez-vous déjà consulté ce site ?
- QUESTION MODIFIÉE POUR LES GROUPES : *BASSES TERRES CONTINENTALES (C.-B.) – POPULATION GÉNÉRALE (15 AVRIL), QUÉBEC RURAL – AÎNÉ(E)S (16 AVRIL), EDMONTON (21 AVRIL) ET MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)* Avez-vous déjà consulté le Canada.ca/lecoronavirus ?
 - SI OUI : Y avez-vous trouvé l'information que vous cherchiez ?
 - Est-ce que le site était facile à naviguer ?
 - Y a-t-il quelque chose qui pourrait rendre le site plus utile ?
- FUTURES PUBLICITÉS
 - DEMANDER DANS LES GROUPES D'*EDMONTON (21 AVRIL) ET DE MONTRÉAL – POPULATION GÉNÉRALE (23 AVRIL)* Nous sommes toujours dans une période de pandémie où l'on conseille à chacun de rester chez soi autant que possible. Toutefois, si le nombre de cas devait diminuer au Canada au point où les experts médicaux affirment qu'il est sécuritaire de commencer à alléger les restrictions sur la vie quotidienne des Canadiennes et des Canadiens, des publicités pour refléter ce nouveau conseil médical devront être créées.
 - À quoi devrait ressembler une publicité qui informe la population canadienne de l'allègement des restrictions ?
 - Préférez-vous entendre une publicité pleine d'espoir qui remercie les Canadiennes et les Canadiens d'être restés à la maison et qui informe tout le monde des nouvelles règles, ou une publicité sérieuse qui décrit les nouvelles règles tout en avertissant les Canadiennes et les Canadiens que le virus est toujours une menace pour la santé et que les choses pourraient de nouveau se détériorer si nous ne sommes pas disciplinés quant à suivre les conseils médicaux ?

CONCLUSION (5 minutes)

Annexe C — Concepts publicitaires

Aperçu des concepts

Nom du concept	Concept A : Célébrités	Concept B : Experts médicaux				Concept C : Astronaute		Concept D : Aide financière		Concept E : Expérience de la COVID-19
Version	Version 1	Version 1	Version 2	Version 3	Version 4	Version 1	Version 2	Version 1	Version 2	Version 1
Support	Télé	Télé	Télé	Télé	Télé	Télé	Radio	Télé	Télé	Radio
Type	Script	Script	Script	Vidéo	Vidéo	Script	Script	Vidéo	Vidéo	Script
Lieux	2 : Petites villes du Québec (1 ^{er} avril); RGT (2 avril)	2 : Petites villes du Québec (1 ^{er} avril); RGT (2 avril)	2 : Nouveaux arrivants des BTC (7 avril); jeunes de Montréal (8 avril)	1 : Petites villes, du Québec (9 avril)	1 : Sud-Ouest de l'Ontario (14 avril)	3 : Nouveaux arrivants des BTC (7 avril); jeunes de Montréal (8 avril); petites villes du Québec (9 avril)	2 : Sud-Ouest de l'Ontario (14 avril); BTC (15 avril)	3 : Sud-Ouest de l'Ontario (14 avril); BTC (15 avril); aînés du Québec rural (16 avril)	2 : Edmonton (21 avril); PG de Montréal (23 avril)	2 : BTC (15 avril); aînés du Québec rural (16 avril)
Différence selon la langue	Aucune	Aucune	Experts différents	Experts franco-phones	Experts anglo-phones	Chris Hadfield (ANG) / Saint-Jacques (FRA)	Chris Hadfield (ANG)	Aucune	Aucune	« James » (ANG) / « Isabelle » (FRA)

Concept A — Célébrités

Version 1 : Script

Astronaute : Les astronautes, on reste chez soi pour sauver des vies

Joueur(-euse) de hockey : Les athlètes, on reste chez soi pour sauver des vies

Chanteur(-euse) : Les artistes, on reste chez soi pour sauver des vies

Chef(fe) d'entreprise : Les entrepreneur(e)s on reste chez soi pour sauver des vies.

Administratrice en chef de la santé publique : Il est temps de rester chez soi pour réduire la propagation de la COVID-19.

Restez chez vous. Sauvez des vies.

Concept B — Experts médicaux

Version 1 : Script

Astronaute/Scientifique : La COVID-19 est pour la population canadienne une grave menace pour la santé. Mais les Canadiens et les Canadiennes ont toujours su relever les plus grands défis en veillant les uns sur les autres et en faisant toutes et tous notre part.

Expert en maladies : Même si vous ne présentez pas de symptômes, vous pouvez transmettre la COVID-19 à d'autres personnes et mettre des vies en danger.

Médecin-praticien/athlète à la retraite : Donc, restez chez vous et prenez toutes les précautions nécessaires pour éviter la propagation de cette maladie.

Administratrice en chef de la santé publique : Vous pouvez vous tenir au courant des dernières recommandations du gouvernement du Canada en visitant régulièrement le site Canada.ca/lecoronavirus.

Ensemble : Restez chez vous. Sauvez des vies.

Autres phrases possibles :

« Visitez le Canada.ca/lecoronavirus quotidiennement pour vous tenir au courant des plus récents conseils médicaux du gouvernement du Canada ».

« Une mise à jour des conseils médicaux est affichée quotidiennement au Canada.ca/lecoronavirus. Consultez régulièrement ces informations et suivez les consignes qui y sont fournies ».

Version 2: Script

Chris Hadfield/David Saint-Jacques : La COVID-19 est une grave menace pour la santé. Mais, nous les Canadiens, on a toujours relevé les défis en veillant sur les autres et en faisant notre part.

Hayley Wickenheiser/Laurent Duvernay-Tardif : Même si vous n'avez pas de symptômes, vous pouvez propager la COVID-19 et mettre des vies en danger. Restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort.

Theresa Tam/Mona Nemer : Consultez régulièrement les avis médicaux sur Canada.ca/lecoronavirus et suivez les directives.

Ensemble : Restez à la maison. Sauvez des vies.

Autre phrase possible :

« Restez à la maison pour aider à protéger vos proches. »

Version 3 : Vidéo



[PHAC_TV_FR_opt1_V7.mp4](#)

Cette annonce télévisée présente des experts médicaux et scientifiques canadiens de renom qui s'expriment depuis leur domicile. Chris Hadfield/David Saint-Jacques dit ceci : « La COVID-19 est une grave menace pour la santé. Mais, nous les Canadiens, on a toujours relevé les défis en veillant sur les autres et en faisant notre part ». Hayley Wickenheiser/Laurent Duvernay-Tardif poursuit : « Même si vous n'avez pas de symptômes, vous pouvez propager la COVID-19 et mettre des vies en danger. Restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort ». Theresa Tam/Mona Nemer enchaîne avec ces mots : « Consultez régulièrement les avis médicaux sur Canada.ca/lecoronavirus et suivez les directives ». Les trois porte-parole apparaissent ensuite à l'écran et disent d'une seule voix : « Restez à la maison. Sauvez des vies ». Puis, une voix de femme dit : « Un message du gouvernement du Canada » et le mot-symbole « Canada » apparaît à l'écran.

Autre phrase possible :

« Restez à la maison pour aider à protéger vos proches. »

Version 4 : Vidéo

[PHAC TV FR_opt1_COLO_Wsuper_Wmix_11h](#)

L'annonce télévisée de la figure 1 présente des experts médicaux et scientifiques canadiens de renom qui s'expriment depuis leur domicile. La vidéo comprend une trame musicale et a fait l'objet d'un mixage final. Chris Hadfield/David Saint-Jacques dit ceci : « La COVID-19 est une grave menace pour la santé. Mais, nous les Canadiens, on a toujours relevé les défis en veillant sur les autres et en faisant notre part ». Hayley Wickenheiser/Laurent Duvernay-Tardif poursuit : « Même si vous n'avez pas de symptômes, vous pouvez propager la COVID-19 et mettre des vies en danger. Restez à la maison. Chaque geste peut faire la différence entre la vie et la mort ». Theresa Tam/Mona Nemer enchaîne avec ces mots : « Consultez régulièrement les avis médicaux sur Canada.ca/lecoronavirus et suivez les directives ». Les trois porte-parole apparaissent ensuite à l'écran et disent d'une seule voix : « Restez à la maison. Sauvez des vies ». Puis, une voix de femme dit : « Un message du gouvernement du Canada » et le mot-symbole « Canada » apparaît à l'écran.

Concept C — Astronaute

Version 1 : Script

Chris Hadfield/Davis Saint-Jacques : Je suis [Chris Hadfield/David Saint-Jacques].

Je sais ce que c'est que de passer une longue période d'isolement, loin de ses amis et de sa famille. C'est difficile, mais c'est ce que nous devons tous faire les uns pour les autres.

Même si vous ne vous sentez pas malade, vous pourriez quand même être porteur de la COVID-19. Et vous pourriez la transmettre aux autres.

Restez à la maison et vous sauverez des vies.

Visitez le Canada.ca/lecoronavirus pour obtenir les dernières consignes sur la façon dont vous pouvez mettre fin à cette pandémie mortelle.

Vous n'avez pas besoin d'aller dans l'espace pour être un héros. Vous devez juste rester à la maison.

Version 2 : Script

Chris Hadfield/Davis Saint-Jacques : Je suis [Chris Hadfield/David Saint-Jacques].

En tant qu'astronaute, je sais ce que c'est que de passer une longue période d'isolement, loin de ses amis et de sa famille. C'est difficile, mais c'est ce que nous devons tous faire les uns pour les autres.

Même si vous ne vous sentez pas malade, vous pourriez quand même être porteur de la COVID-19, et vous pourriez la transmettre aux autres. Vos actions peuvent protéger vos proches.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Visitez le Canada.ca/lecoronavirus pour obtenir les dernières consignes sur la façon dont vous pouvez mettre fin à cette pandémie.

Annoncesur : Un message du gouvernement du Canada.

Concept D — Aide financière

Version 1 : Vidéo



Final Storyboard_APRIL 13 (FR) compressed.mp4

Cette publicité télévisée présente un scénarimage en noir et blanc accompagné d'une trame musicale et d'une narration hors champ. Le narrateur lit les phrases suivantes tandis que les séquences de dessins animés défilent à l'écran : « Nous faisons tous notre part pour lutter contre la propagation de la COVID-19. En ces temps difficiles, il existe une aide financière pour les Canadiens qui en ont besoin, offerte par le gouvernement du Canada. Un soutien pour vous, un soutien pour votre famille, un soutien pour votre entreprise. Quand ce sera fini, nous, Canadiens, serons de retour plus forts que jamais. Visitez Canada.ca pour faire une demande d'aide financière. Un message du gouvernement du Canada ».

Les images nous font entrer, par la fenêtre, dans les foyers de Canadiens. La première image montre une famille de quatre jouant ensemble; la deuxième, un homme jouant avec ses chats et une femme à son ordinateur; et la troisième, un restaurant vide, avec une pancarte « fermé » accrochée à la fenêtre. Les mots « Prestation canadienne d'urgence », « Subvention salariale d'urgence du Canada » et « Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes » apparaissent à l'écran. La caméra recule pour montrer un complexe à unités multiples, où l'on voit des gens occupés à différentes activités chez eux et dans leurs commerces. L'adresse Canada.ca/le-coronavirus apparaît à l'écran et la caméra fait un panoramique vers le ciel. Le mot-symbole « Canada » apparaît.

Version 2 : Vidéo

[GOVCDN 30FRE revised](#)

La publicité télévisée de la figure 2 présente une animation professionnelle, comportant une trame musicale et une narration hors champ. Le narrateur lit les phrases suivantes tandis que les séquences de dessins animés défilent à l'écran : « Nous faisons tous notre part pour lutter contre la propagation de la COVID-19. Si vous avez besoin d'aide financière pendant ces temps difficiles, du soutien est disponible. Du soutien pour vous, du soutien pour votre famille, du soutien pour votre entreprise. En s'appuyant les uns les autres, le Canada pourra revenir en force. Visitez Canada.ca/le-coronavirus pour faire une demande d'aide financière. Un message du gouvernement du Canada ».

Les images nous font entrer, par la fenêtre, dans les foyers de Canadiens. La première image montre une famille de quatre : une femme qui travaille à l'ordinateur, une fille en train de lire et un homme et un enfant qui jouent ensemble. La deuxième image montre un homme en train d'arroser des plantes et une femme qui joue de la guitare; et la troisième, un restaurant vide. Les mots « Prestation canadienne d'urgence », « Subvention salariale d'urgence du Canada » et « Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes » apparaissent à l'écran. La caméra recule pour montrer un complexe à unités multiples, où l'on voit des gens occupés à différentes activités chez eux et dans leurs commerces. L'adresse Canada.ca/le-coronavirus apparaît à l'écran et la caméra fait un panoramique vers le ciel. Le mot-symbole « Canada » apparaît.

Concept E — Expérience de la COVID-19

Version 1 : Script

Je m'appelle James/Isabelle.

J'ai 25 ans, je joue au hockey, et il n'y a pas si longtemps, j'étais à l'hôpital, à respirer à l'aide d'un tube en raison de la COVID-19.

Je ne pensais pas être à risque de cette maladie, et je ne prenais pas assez au sérieux la distanciation sociale.

Le jour où j'ai quitté l'hôpital, ma mère a obtenu un diagnostic d'infection au COVID-19. Et j'ai peur que ce soit de ma faute.

Ne faites pas l'erreur que j'ai faite. Si je peux être infectée, vous aussi pouvez l'être.

Restez à la maison. Sauvez des vies.

Annonceur : Un message du gouvernement du Canada