



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Évaluation de la campagne de sensibilisation du public aux armes à feu

Rapport méthodologique de l'OÉCP

Préparé à l'intention de Sécurité publique et de la Protection civile

Nom de la firme de recherche : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Numéro de contrat : OD160-220836/001/CY

Valeur du contrat : 56 400,01 \$

Date d'attribution des services : 2 juin 2021

Date de livraison des services : 31 mars 2022

Numéro d'enregistrement : ROP 010-21

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer à ps.communications-communications.sp@canada.ca

This report is also available in English

Canada 

Évaluation de la campagne de sensibilisation du public aux armes à feu

Rapport méthodologique de l'OÉCP

Préparé pour Sécurité publique et de la Protection civile

Nom du fournisseur : **LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**

Date : 31 mars 2022

Cette recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie pour l'exécution de deux sondages en ligne mené par Les Associés de recherche EKOS inc. pour le compte de Sécurité publique Canada. Cette étude a été menée en deux phases, la première, menée auprès de 2 118 Canadiens adultes a été collectée entre le 17 et le 29 juin 2021. La seconde phase, menée auprès de 2 019 Canadiens adultes a été collectée entre le 7 et le 18 mars 2022.

This publication is also available in English under the title: Firearms Public Awareness Campaign Evaluation – ACET Methodological Report.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Pour toute autre utilisation, veuillez obtenir au préalable une permission écrite de Sécurité publique Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer à ps.communications-communications.sp@canada.ca.

Numéro de catalogue : PS4-288/1-2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : ISBN 978-0-660-42903-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR-010-21)

Numéro de catalogue PS4-288/1-2022E -PDF (English Report)

ISBN 978-0-660-42902-1

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2022

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	4
A. Contexte de la campagne	4
B. Méthodologie – Recherche quantitative	5
C. Certification de neutralité politique	6

Annexe A : Méthodologie détaillée

Annexe B : Questionnaire du sondage de référence d’avant-campagne de l’OÉCP

Annexe C : Questionnaire du sondage de post-campagne de l’OÉCP

SOMMAIRE

Les Associés de recherche EKOS inc. sont ravis de soumettre à Sécurité publique Canada ce rapport, qui décrit en détail la méthodologie utilisée lors de deux sondages en ligne évaluant le rappel publicitaire de la campagne de sensibilisation du public aux armes à feu. L'objectif de cette campagne était de sensibiliser le public à la montée de la violence par les armes à feu au Canada et aux mesures que prend le gouvernement du Canada pour remédier à ce problème.

A. CONTEXTE DE LA CAMPAGNE

La lettre de mandat du ministre de la Sécurité publique soulignait l'engagement du gouvernement à prendre des mesures visant à réduire davantage la violence liée aux armes à feu, notamment en renforçant les lois sur le contrôle des armes à feu, en ciblant la violence liée aux gangs et la contrebande d'armes à feu illégales, et en interdisant les armes à feu de style arme d'assaut. Le 1^{er} mai 2020, le gouvernement du Canada a annoncé l'interdiction de plus de 1 500 modèles d'armes à feu de style arme d'assaut et de composantes d'armes à feu dorénavant interdites. Ces modèles représentent neuf catégories d'armes à feu et deux types définis par des caractéristiques.

Sécurité publique Canada a élaboré une campagne nationale visant à sensibiliser les Canadiens et les propriétaires d'armes à feu à la nécessité de réduire les crimes violents en limitant l'accès illicite aux armes à feu. La campagne se concentrait sur la sensibilisation et la compréhension de Canadiens âgés de 18 ans et plus (avec un léger biais à l'égard des hommes). Son objectif était d'accroître leur sensibilisation aux mesures qu'a prises le gouvernement du Canada pour lutter contre la violence liée aux armes à feu et d'augmenter leur compréhension de ces mesures.

La recherche comprenait deux volets :

1. Évaluation d'avant-campagne à l'aide du sondage de référence en ligne normalisée de l'OÉCP, menée auprès du public cible afin de mesurer avant la tenue de la campagne les connaissances sur le sujet, notamment les éléments suivants :
 - reconnaissance assistée et spontanée de publicités générales du gouvernement du Canada, ainsi que des publicités liées aux armes au Canada;
 - reconnaissance assistée et spontanée de publicités sur le sujet
2. Évaluation post-campagne à l'aide du sondage en ligne normalisé de l'OÉCP, menée auprès de Canadiens adultes afin d'évaluer :

- reconnaissance assistée et spontanée des publicités de la campagne de sensibilisation du public aux armes à feu;
- rappel du message;
- ou les publicités ont été vues
- reconnaissance assistée et spontanée sur la connaissance des armes au Canada.

Application des résultats

Les résultats de cette recherche permettront à Sécurité publique Canada d'évaluer le rappel de la campagne publicitaire en fonction de rétroactions issues des données et de l'analyse du sondage.

B. MÉTHODOLOGIE – RECHERCHE QUANTITATIVE

Deux sondages bilingues en ligne ont été menés à l'échelle du pays : un sondage de référence d'avant-campagne et un sondage de post-campagne visant à évaluer les changements dans la reconnaissance et les répercussions de la campagne. Le sondage de référence, dont l'échantillon comprenait 2 118 Canadiens adultes, a eu lieu entre le 17 et le 29 juin 2021. L'objectif consistait à obtenir une représentation de 60 % d'hommes dans chaque échantillon, les recherches antérieures menées pour le compte de Sécurité publique Canada ayant démontré que les hommes sont un peu plus nombreux à posséder des armes à feu et que cette donnée démographique devait être prise en compte en raison de l'objet de la campagne. L'échantillon du sondage post-campagne comprenait 2 019 Canadiens adultes, et a eu lieu du 7 au 18 mars 2022. Chaque questionnaire de sondage comprenait les questions de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OÉCP) dont se sert le gouvernement du Canada dans tous ses travaux d'évaluation d'une campagne publicitaire, ainsi que des questions supplémentaires qui visaient à établir l'incidence sur des perceptions et comportements ciblés tout au long de la campagne. Chaque échantillon se composait de répondants sélectionnés au hasard dans toutes les provinces et les territoires.

Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, assemblé au moyen de la composition aléatoire pour échantillonnage à partir d'une base composée de personnes dotées d'un téléphone cellulaire ou filaire, ce qui offre un recoupement de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement est réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la définition de Statistique Canada). Ainsi, avec ses quelque 120 000 membres, le panel *Probit* peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée

comprise dans le panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur.

L'annexe A fournit des détails sur la méthodologie utilisée lors du sondage d'avant campagne et du sondage post-campagne. Les questionnaires de ces sondages se trouvent aux annexes B et C.

Notes sur l'interprétation des résultats

Les opinions et les observations exprimées dans le présent document ne reflètent pas celles de Sécurité publique Canada. Ce rapport a été rédigé par les Associés de recherche EKOS inc. à partir de recherches menées précisément dans le cadre de ce projet.

C. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur des Associés de recherche EKOS Inc., j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

En particulier, les documents remis ne contiennent pas de renseignements 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.

Signé par :



Susan Galley (Vice-présidente)

ANNEXE A

**MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE INITIALE ET DU
SONDAGE POST-CAMPAGNE DE L'OÉCP**

ANNEXE A : Méthodologie de l'Enquête initiale et du sondage post-campagne de l'OÉCP

L'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OÉCP) comprenait une enquête initiale et un sondage de post-campagne comportant des questions qu'utilise le gouvernement du Canada dans toutes ses recherches sur l'évaluation de publicités. L'OÉCP s'articulait autour de la reconnaissance de la campagne, ainsi que de questions portant sur l'incidence des annonces sur les perceptions et sur les comportements. Il fallait en moyenne sept minutes pour répondre au sondage de l'enquête initiale et dix minutes pour répondre au sondage de post-campagne. L'enquête initiale a été mise à l'essai par 30 répondants (20 en anglais, 10 en français), et le sondage de post-campagne a été mis à l'essai par 27 répondants (17 en anglais, 10 en français). Puisqu'aucun changement important n'a été apporté, ces cas ont été retenus dans l'échantillon final.

Dans les deux cas, les répondants au sondage en ligne, âgés de 18 ans et plus, ont été choisis au hasard, recherchant un mélange de 60 % d'hommes et 40 % de femmes. L'échantillon comprenait des répondants de toutes les provinces et de tous les territoires, et l'enquête a été menée en français et en anglais, ainsi qu'à l'aide d'un lien accessible pour ceux qui utilisent un téléphone mobile ou une technologie de lecture d'écran. Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, assemblé au moyen de la composition aléatoire à partir d'une base de personnes dotées d'un téléphone cellulaire ou filaire, ce qui offre un recoupement de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement était réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la définition de Statistique Canada). Ainsi, avec quelque 120 000 membres, le panel *Probit* peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans le panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur. Tous les ménages ou particuliers faisant partie de *Probit* sont d'abord joints au téléphone, la nature du panel leur est alors exposée en détail (tout comme les politiques en matière de protection de la vie privée d'EKOS) et des données démographiques sont recueillies. La situation du répondant est dès lors établie, selon le mode de communication à employer lors d'un sondage, c'est-à-dire téléphone filaire ou cellulaire (la communication devant se faire en ligne, au téléphone ou par la poste). Cette variable du « genre de service téléphonique » (cellulaire seulement, ligne terrestre seulement, ou les deux), recueillie lors de la présélection, est utilisée pour créer l'échantillon de répondants utilisant un téléphone cellulaire seulement. Comme pour tout échantillon par composition aléatoire, les cas du panel *Probit* sont tenus pour former un échantillon probabiliste.

Dans l'enquête initiale, le nombre total de sondages terminés dans l'échantillon était de 2 118, recueilli entre le 17 et le 29 juin 2021. Le sondage de post-campagne a eu lieu entre le 7 et 18 mars 2022 auprès de 2 019 répondants¹. La marge d'erreur associée à chaque échantillon est de plus ou moins 2,2 %, à un intervalle de confiance de 0,95 (soit 19 fois sur 20). La répartition régionale est la suivante :

Répartition Régionale

Province/Région	Enquête initiale	Sondage de post-campagne
Colombie-Britannique	303	280
Alberta	243	248
Manitoba & Saskatchewan	142	139
Ontario	836	814
Québec	452	428
Atlantique	142	110
Total	2,118	2,019

La collecte des données de l'enquête respectait les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada. Les Associés de recherche EKOS informaient les répondants de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information*, et veillaient à ce que ces droits soient protégés au cours du processus de recherche. Les mesures suivantes ont donc été prises : informer les répondants du but de la recherche; nommer le ministère qui commanditait la recherche et le fournisseur de la recherche; informer les répondants du fait que leur participation à l'étude était volontaire et que les renseignements qu'ils fourniraient seraient protégés en vertu des dispositions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Les données ayant été recueillies, chaque base de données a été vérifiée pour en garantir la qualité. Le codage a aussi été mené à terme. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données de Statistique Canada concernant l'âge, le sexe, et la région afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus.

¹ La collecte de données du sondage post-campagne commençait environ une semaine avant la fin de la campagne publicitaire.

Des tableaux de données ont été créés pour chaque sondage afin d’isoler les résultats des principaux sous-groupes à utiliser dans l’analyse (p. ex., résultats de chaque segment d’âge, sexe, région, scolarité et revenu du ménage). D’autres sous-groupes comprennent la langue maternelle, les répondants nés au Canada, la famille et les enfants, l’emploi, des gens se rappelant avoir vu une publicité du gouvernement du Canada (en général les publicités pour les armes).

Taux de réponse et biais de non-réponse

Le taux de réponse pour l’enquête préliminaire en ligne est de 18,7 %, selon la formule recommandée par le gouvernement du Canada. En tout, 13 237 invitations par courriel ont été envoyées, dont 58 n’ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 13 179 cas. En tout, 2 118 cas valides ont été achevés et combinés à 356 autres membres jugés inadmissibles², ce qui a permis de créer le numérateur des réponses dans le calcul du taux de réponse. Pour le sondage de post-campagne, 9 673 invitations ont été envoyées, dont 495 n’ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 9 178 cas. En plus des 2 019 répondants recrutés, 293 personnes ont été jugées inadmissibles pour une participation au sondage, pour un taux de réponse est de 25,1 %.

Taux de réponse

	Enquête initiale	Sondage de post-campagne
Nombre total d’invitations	13,237	9,673
Invalides	0	0
Non résolus (U)	58	495
À l’intérieur du champ – Réponse (IS)	10,705	6,866
Unités répondantes (R)	2,474	2,312
Taux de réponse (R/(U+IS+R))	18,7 %	25,1 %

La comparaison de chaque échantillon non pondéré avec les données du recensement de 2016 de Statistique Canada laisse entrevoir des sources de biais systématique semblable dans chacun des échantillons des sondages, conformément au modèle qui se dégage de la plupart des sondages menés auprès du grand public. La proportion de répondants de l’échantillon ayant un niveau de scolarité supérieur dans chaque sondage est légèrement supérieure à ce que l’on retrouve dans la population, 31 % des répondants de l’enquête initiale et 29 % de ceux du

² Personnes âgées de moins de 18 ans travaillant pour une agence de publicité, une société de design graphique, des médias, une société d’études de marché, un parti politique, une société de relations publiques ou un gouvernement.

sondage de post-campagne affirmant posséder un diplôme universitaire, alors que cette proportion est de 23 % au sein de la population. Il y a aussi une sous-représentation des Canadiens nés à l'extérieur du Canada dans chaque sondage (14 % dans l'enquête initiale et 12 % dans le sondage de post-campagne, comparativement à 22 % dans la population). Comme décrit précédemment, chaque échantillon a été pondéré en fonction de l'âge, du sexe et de la région.

ANNEXE B
QUESTIONNAIRE DU SONDAGE DE RÉFÉRENCE
D'AVANT-CAMPAGNE DE L'OÉCP

ANNEXE B : QUESTIONNAIRE DU SONDAGE DE RÉFÉRENCE D'AVANT-CAMPAGNE DE L'OÉCP

INTRO

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens.

If you wish to complete the survey in English, please click English.

Le sondage est mené par Les Associés de recherche EKOS et prend environ 10 minutes pour y répondre. **Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.**

Le sondage est enregistré auprès du service de vérification des recherches géré par le Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien. Veuillez [cliquer ici](#) si vous souhaitez vérifier son authenticité (code du projet 20210614-EK988053-21Quantitative2021-06-142021-07-10130002000). Cliquez ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

D1A [1,7]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Une firme de recherche en marketing	1
Un magazine ou un quotidien	2
Une agence de publicité ou de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station de radio ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou provincial	7
Aucune de ces organisations	98
Préfère ne pas répondre	99

D1B

Êtes-vous...

Genre masculin	1
Genre féminin	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année :	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

Hésitant, QAGEX; <18 ou pas de réponse, terminer

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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

D1E

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

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

Q1

QUESTIONS CLÉS

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

Oui	1
Non	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q2 [1,19]

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

Choisissez toutes les réponses applicables

Cinéma	1
Site Internet	2
Magazines	3
Journal (quotidien)	4
Journal (hebdomadaire ou communautaire)	5
Panneaux d'affichage extérieurs	6

Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	7
Transport public (autobus ou métro)	8
Radio	9
Télévision	10
Twitter	11
YouTube	12
Facebook	13
Instagram	14
LinkedIn	15
Snapchat	16
Spotify	17
Autre, veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q3

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	97

Q4

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	97

T1A

QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada concernant les armes à feu ou la violence liée aux armes à feu?

Oui	1
Non	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1B [1,20]

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement sur les armes à feu ou la violence liée aux armes à feu?

Choisissez toutes les réponses applicables

Cinéma	1
Facebook	2
Sites Web	3
Magazines	4
Journaux quotidiens	5
Journaux hebdomadaires ou communautaires	6
Panneaux d'affichage extérieurs	7
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	8
Transport public (autobus ou métro)	9
Radio	10
Télévision	11

Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
Snapchat	15
Spotify	17
LinkedIn	18
Autre, veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1C [1,3]

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1DA

Avez-vous entendu parler de la réduction de la violence liée aux armes à feu au Canada?

Oui, j'en ai entendu parler et je me souviens de certains détails	1
Oui, j'en ai entendu parler, mais je ne connais aucun détail	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1DB [1,19]

Où avez-vous vu, lu ou entendu parler de la réduction de la violence liée aux armes à feu?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Cinéma	1
Site Internet	2
Magazines	3
Journal (quotidien)	4
Journal (hebdomadaire ou communautaire)	5
Panneaux d'affichage extérieurs	6
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	7
Transport public (autobus ou métro)	8
Radio	9
Télévision	10
Twitter	11
YouTube	12
Facebook	13
Instagram	14
LinkedIn	15
Snapchat	16
Spotify	17
Autre, veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1E

Avez-vous entendu parler de nouvelles mesures que le gouvernement du Canada a annoncées dernièrement pour lutter contre la violence liée aux armes à feu?

Oui	1
Non	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1E2

De quelles nouvelles mesures avez-vous entendu parler ou vu?

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1F

À votre avis, dans quelle mesure la violence liée aux armes à feu est-elle une menace à la sécurité publique dans votre collectivité?

Aucune menace	1
Menace minimale	2
Menace modérée	3
Menace considérable	4
Menace importante	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1G

Diriez-vous que la réglementation en matière d'armes à feu au Canada est trop stricte, pas assez stricte ou parfaitement équilibrée?

Pas assez stricte	1
Parfaitement équilibrée	2
Trop stricte	3
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1H

Dans quelle mesure êtes-vous en faveur ou contre l'interdiction des armes d'assaut au Canada?

Fortement contre	1
Légèrement contre	2
Ni contre ni en faveur	3
Légèrement en faveur	4
Fortement en faveur	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

DEMIN

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

Finalement, nous aimerions vous poser quelques questions à des fins statistiques exclusivement. Soyez assuré(e) que toutes vos réponses demeureront entièrement confidentielles.

D1

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

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

D2

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

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

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus de votre foyer, incluant les revenus de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts?

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	2
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	3

Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	4
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	5
Entre 100 000 \$ et 149 999 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

Au Canada	1
À l'extérieur du Canada (Veuillez spécifier le pays) :	2
Préfère ne pas répondre	99

D6

Né(e) à l'extérieur du Canada, D5

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

Veuillez indiquer l'année :	77
Préfère ne pas répondre	99

D7 [1,2]

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER JUSQU'À DEUX RÉPONSES

Anglais	1
Français	2
Autre, veuillez spécifier la langue :	77
Préfère ne pas répondre	99

D8

Vivez-vous dans un foyer où des armes à feu sont présentes?

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre/Ne sais pas	99

THNK

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Sécurité publique Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

THNK2

Nous regrettons, mais vos réponses nous indiquent que vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de votre temps.

ANNEXE C

QUESTIONNAIRE DU SONDAGE DE POST-CAMPAGNE DE L'OÉCP

ANNEXE C : QUESTIONNAIRE DU SONDAGE DE POST-CAMPAGNE DE L'OÉCP

INTRO

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens.

If you wish to complete the survey in English, please click English.

Le sondage est mené par Les Associés de recherche EKOS et prend environ 10 minutes pour y répondre. **Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.**

Le sondage est enregistré auprès du service de vérification des recherches géré par le Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien. Veuillez [cliquer ici](#) si vous souhaitez vérifier son authenticité (code du projet 20210614-EK988053-21Quantitative2021-06-142021-07-10130002000). Cliquez ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

D1A [1,7]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Une firme de recherche en marketing	1
Un magazine ou un quotidien	2
Une agence de publicité ou de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station de radio ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou provincial	7
Aucune de ces organisations	98
Préfère ne pas répondre	99

D1B

Êtes-vous...

Genre masculin	1
Genre féminin	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année :	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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

D1E

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

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

Q1

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

Oui	1
Non	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q2 [1,19]

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

Choisissez toutes les réponses applicables

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

Télévision	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
LinkedIn	15
Snapchat	16
Spotify	17
Autre, veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q3

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	97

Q4

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	97

T1A

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada concernant les armes à feu ou la violence liée aux armes à feu?

Oui	1
Non	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1B [1,20]

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement sur les armes à feu ou la violence liée aux armes à feu?

Choisissez toutes les réponses applicables

Cinéma	1
Facebook	2
Sites Web	3
Magazines	4
Journaux quotidiens	5
Journaux hebdomadaires ou communautaires	6
Panneaux d'affichage extérieurs	7
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	8
Transport public (autobus ou métro)	9
Radio	10
Télévision	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
LinkedIn	15
Snapchat	16
Spotify	17
Autre, veuillez préciser :	77

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1C [1,3]

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

Veillez préciser : 77

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1DA

Avez-vous entendu parler de la réduction de la violence liée aux armes à feu au Canada?

Oui, j'en ai entendu parler et je me souviens de certains détails 1

Oui, j'en ai entendu parler, mais je ne connais aucun détail 2

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1DB [1,19]

Où avez-vous vu, lu ou entendu parler de la réduction de la violence liée aux armes à feu?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Cinéma 1

Site Internet 2

Magazines 3

Journal (quotidien) 4

Journal (hebdomadaire ou communautaire) 5

Panneaux d'affichage extérieurs 6

Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste 7

Transport public (autobus ou métro) 8

Radio 9

Télévision 10

Twitter 11

YouTube 12

Facebook 13

Instagram 14

LinkedIn 15

Snapchat 16

Spotify 17

Autre, veuillez préciser : 77

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1E

Avez-vous entendu parler de nouvelles mesures que le gouvernement du Canada a annoncées dernièrement pour lutter contre la violence liée aux armes à feu?

Oui 1

Non 2

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1E2

De quelles nouvelles mesures avez-vous entendu parler ou vu?

Veillez préciser : 77

Ne sais pas/ne suis pas sûr(e) 99

T1F

À votre avis, dans quelle mesure la violence liée aux armes à feu est-elle une menace à la sécurité publique dans votre collectivité?

Aucune menace	1
Menace minimale	2
Menace modérée	3
Menace considérable	4
Menace importante	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1G

Diriez-vous que la réglementation en matière d'armes à feu au Canada est trop stricte, pas assez stricte ou parfaitement équilibrée?

Pas assez stricte	1
Parfaitement équilibrée	2
Trop stricte	3
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1H

Dans quelle mesure êtes-vous en faveur ou contre l'interdiction des armes d'assaut au Canada?

Fortement en désaccord	1
Légèrement en désaccord	2
Ni en désaccord ni en accord	3
Légèrement en accord	4
Fortement en accord	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1IAINTRO

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias.

T1IA

<Affiche une publicité vidéo YouTube de 30 secondes>

<Affiche une publicité vidéo Youtube de 6 secondes, aléatoire parmi 3>

Au cours des deux derniers mois, avez-vous vu ces publicités?

Oui	1
Non	2
Ne me me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1IBINTRO

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias.

T1IB

<Affiche un ensemble de 3 bannières publicitaires, aléatoire parmi 3 ensembles>
Au cours des deux derniers mois, avez-vous vu cette publicité?

Oui	1
Non	2
Ne me me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1ICINTRO

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias.

T1IC

<Affiche un ensemble de 3 bannières publicitaires, aléatoire parmi 2 ensembles>

Au cours des deux derniers mois, avez-vous vu cette publicité?

Oui	1
Non	2
Ne me me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1J [1,20]

Où avez-vous vu ces <[T1IA = 1 et T1IB = 2,99 et T1IC = 2,99]publicités vidéo?[AUTRE] publicités?>

Cliquez ici pour revoir les publicités que vous avez vues

Choisissez toutes les réponses applicables

Cinéma	1
Magazines	2
Journaux quotidiens	3
Journaux hebdomadaires ou communautaires	4
Panneaux d'affichage extérieurs	5
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	6
Transport public (autobus ou métro)	7
Radio	8
Télévision	9
Facebook	10
Twitter	11
YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Sites Internet	15
Autre, veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1K [1,5]

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

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/Pas de réponse	99

PRET1L

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

[Cliquez ici pour revoir les publicités](#)

T1LA

Ces publicités attirent mon attention

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1LB

Ces publicités me concernent

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1LC

Ces publicités sont difficiles à suivre

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1LD

Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1LE

Ces publicités traitent d'un sujet important

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5

Pas de réponse 99

T1LF

Ces publicités fournissent de l'information nouvelle

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1LG

Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada a récemment pris des mesures pour lutter contre la violence liée aux armes à feu.

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

DEMIN

Finalement, nous aimerions vous poser quelques questions à des fins statistiques exclusivement. Soyez assuré(e) que toutes vos réponses demeureront entièrement confidentielles.

D1

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

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

D2

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER UNE SEULE RÉPONSE

Secondaire 2 ou moins/8 ième année ou moins	1
Quelques années d'étude au secondaire	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	4
Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire	5

Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat	6
Baccalauréat	7
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	8
Préfère ne pas répondre	99

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus de votre foyer, incluant les revenus de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts?

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 39 999 \$	2
Entre 40 000 \$ et 59 999 \$	3
Entre 60 000 \$ et 79 999 \$	4
Entre 80 000 \$ et 99 999 \$	5
Entre 100 000 \$ et 149 999 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

Au Canada	1
À l'extérieur du Canada (Veuillez spécifier le pays) :	2
Préfère ne pas répondre	99

D6

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

Veuillez indiquer l'année :	77
Préfère ne pas répondre	99

D7 [1,2]

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

VEUILLEZ SÉLECTIONNER JUSQU'À DEUX RÉPONSES

Anglais	1
Français	2
Autre, veuillez spécifier la langue :	77
Préfère ne pas répondre	99

D8

Vivez-vous dans un foyer où des armes à feu sont présentes?

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre/Ne sais pas	99

THNK

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Sécurité publique Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

THNK2

Nous regrettons, mais vos réponses nous indiquent que vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de votre temps.