



Parcs
Canada

Parks
Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2023

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : CW2237374

Valeur du contrat : 54 785,58 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 10 août 2022

Date de livraison : 9 août 2023

No d'inscription : POR 022-22

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

This report is also available in English

Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2023

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

Août 2023

Ce rapport présente les détails méthodologiques de l'évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2023 menée par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Cette étude a été réalisée du 5 janvier au 31 janvier 2023, sous la forme d'une enquête avant la campagne et du 13 juin au 10 juillet 2023, sous la forme d'une enquête après la campagne. Les deux vagues ont été réalisées à partir de l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

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

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

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

Numéro de catalogue :

R62-583/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-48907-0

This report is also available in English under the title: Parks Canada Advertising Campaign Evaluation (ACET) 2023

Numéro de catalogue :

R62-583/2023E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-48906-3

TABLE DE MATIÈRES

TABLE DE MATIÈRES.....	3
1. SOMMAIRE	4
2. INTRODUCTION	6
3. CONCEPTION DE L'ENQUÊTE.....	6
4. ÉCHANTILLON.....	7
5. INVITATIONS	7
6. ENQUETES REMPLIES ET CIBLES	8
7. BIAIS DE NON-RÉPONSE.....	9
8. PONDÉRATION, BASE DE DONNÉES ET BANNIÈRES.....	10
9. ANNEXES : QUESTIONNAIRE.....	11

1. Sommaire

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

Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale qui a été diffusée sur diverses plateformes au cours de l'hiver et du printemps 2023, notamment la télévision traditionnelle, la télévision numérique et en continu, les plateformes de médias sociaux, le marketing par moteur de recherche et les panneaux d'affichage. Chaque plateforme a été diffusée sur le marché à des moments différents, mais dans son ensemble, la campagne a été diffusée sur le marché entre février 2023 et juin 2023. La campagne était axée sur la promotion des visites des parcs nationaux et des sites historiques nationaux ainsi que de la reprise de l'industrie touristique du Canada.

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

- mesurer le rendement de la publicité;
- comprendre ce que le public a retenu du message de la campagne;
- mesurer la sensibilisation du public canadien à Parcs Canada, avec ou sans aide;
- mesurer le soutien du mandat de Parcs Canada;
- comprendre si le public a l'intention de visiter les parcs nationaux ou les sites historiques nationaux en 2023.

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

Cette étude a été réalisée du 5 janvier au 31 janvier 2023, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne ou « après la vague » a été menée du 13 juin au 10 juillet 2023. Un ensemble cohérent de questions est utilisé dans les deux enquêtes pour comparer les périodes pendant lesquelles la campagne publicitaire entre et sort du domaine public.

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

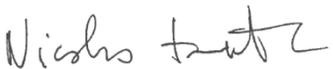
Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, celles de personnes qui ne vivent pas au Canada et celles de personnes qui travaillent pour des organisations qui ne seraient pas admissibles à la participation (p. ex., une entreprise d'études de marché). Au total, 4 117 adultes canadiens ont participé à l'étude. Pour l'évaluation du rappel assisté, trois versions différentes des créations vidéo pouvaient être visionnées, d'une durée variable, soit deux vidéos de 15 secondes ou une vidéo de 60 secondes.

Le coût total de cette recherche s'est élevé à 54 785,58 \$ (taxes comprises).

Déclaration de neutralité politique

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

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

Signé : 

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

2. Introduction

Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale qui a été diffusée sur diverses plateformes au cours de l'hiver et du printemps 2023, notamment la télévision traditionnelle, la télévision numérique et en continu, les plateformes de médias sociaux, le marketing par moteur de recherche et les panneaux d'affichage. Chaque plateforme a été diffusée sur le marché à des moments différents, mais dans son ensemble, la campagne a été diffusée sur le marché entre février 2023 et juin 2023. La campagne était axée sur la promotion des visites des parcs nationaux et des sites historiques nationaux ainsi que de la reprise de l'industrie touristique du Canada.

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

- mesurer le rendement de la publicité;
- comprendre ce que le public a retenu du message de la campagne;
- mesurer la sensibilisation du public canadien à Parcs Canada, avec ou sans aide;
- mesurer le soutien du mandat de Parcs Canada;
- comprendre si le public a l'intention de visiter les parcs nationaux ou les sites historiques nationaux en 2022.

3. Conception de l'enquête

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

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

Un pré-test a été réalisé entre le 5 janvier et 9 janvier 2023 pour l'enquête avant la vague (29 en anglais et 14 en français) et le 13 juin 2023 pour l'enquête après la vague (14 en anglais et 21 en français). Les répondants ont été invités à donner leur avis sur l'enquête. Les pré-tests linguistiques n'ont pas mis en évidence de difficultés liées à l'enquête elle-même ou à la collecte des données. Les données recueillies lors du pré-test ont été retenues pour l'analyse.

4. Échantillon

4.1 CARACTERISTIQUES DU PROJET

Cette étude a été réalisée du 5 janvier au 31 janvier 2023, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne a été menée du 13 juin au 10 juillet 2023. Les mêmes questions sont posées aux participants dans chacune des vagues pour des raisons de comparaison. Des questions supplémentaires sont posées dans l'enquête après la campagne précise à la campagne actuelle, alors que les participants voient les publicités diffusées sur les principales plateformes médiatiques.

4.2 PLAN D'ÉCHANTILLONNAGE

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

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

Région	Pourcentage de la population	Population cible
Provinces atlantiques	6,8 %	136
Québec	22,9 %	459
Ontario	38,7 %	775
Manitoba/Saskatchewan	6,8 %	136
Alberta	11,6 %	232
Columbia-Britannique	13,1 %	262
Total	100 %	2 000

5. Invitations

Les invitations ont été envoyées par messages textes et regroupées par province, afin de garantir qu'elles soient envoyées aux heures appropriées dans chaque fuseau horaire. Après l'envoi de l'invitation initiale, un message de rappel a été envoyé 3 jours plus tard aux candidats qui n'ont pas répondu à l'enquête ou qui n'ont pas été écartés de l'enquête. Un maximum de 2 messages de rappel a été envoyé. Au total, 25 743 messages textes ont été envoyés pendant la collecte des données pour ces enquêtes.

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

ID du message	Objectif	Avant la vague	Après la vague	Total envoyé
1	Invitation (EN)	3 297	5 856	9 153
2	Invitation (FR)	1 010	1 870	2 880
3	Rappel 1 (EN)	1 540	4 256	5 796
4	Rappel 1 (FR)	578	1 420	1 998
5	Rappel 2 (EN)	1 088	3 283	4 371
6	Rappel 2 (FR)	401	1 135	1 536
Total		7 914	17 820	25 734

Une différence dans le processus de recrutement avant et après les vagues de la campagne a entraîné l'envoi d'un plus grand nombre d'invitations à l'enquête après la campagne. Avant la vague de la campagne, des invitations par courriel ont été envoyées aux personnes auxquelles Advanis s'adressait directement, tandis qu'après la vague, des invitations par courriel ont été envoyées aux personnes auxquelles Advanis s'adressait directement, ainsi qu'aux personnes qui avaient déjà accepté de participer à l'étude et qui ont été directement appelées sur leur boîte vocale. Cette différence explique également le taux de réponse plus faible dans les résultats postérieurs à la vague, comme indiqué à la section 6.

6. Enquêtes remplies et cibles

Au total, 12 033 Canadiens ont été invités à participer aux enquêtes avant et après la campagne, 4 307 à la première enquête avant la campagne et 7 726 à l'enquête après la campagne. La durée moyenne de l'enquête avant la vague était d'environ 6 minutes et de 7 minutes pour l'enquête après la vague. Au total, 4 117 enquêtes ont été réalisées au cours de la période de collecte des données – 2 026 enquêtes remplies dans l'enquête avant la vague et 2 091 dans l'enquête après la vague. Le taux de réponse pour l'enquête avant la vague était de 55,4 % et la marge d'erreur était de +/-2,18, avec un intervalle de confiance de 95 %. Le taux de réponse pour l'enquête après la vague était de 32,0 % et la marge d'erreur était de +/- 2,14 %.

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

Province/Région	Cible	Enquêtes remplies avant la vague	Enquêtes remplies après la vague
Provinces atlantiques	136	121	123
Québec	459	549	537
Ontario	775	659	780
Manitoba/ Saskatchewan	136	151	124
Alberta	232	249	221
Columbie-Britannique	262	297	306
Total	2 000	2 026	2 091

Tableau 4 : Nombre de participants éliminés par vague

Vague	Travaille dans un secteur non admissible	Ne réside pas au Canada	Moins de 18 ans	Total
Avant la vague	318	3	37	358
Après la vague	340	2	41	383
Total	658	5	78	741

7. Biais de non-réponse

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

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

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

8. Pondération, base de données et bannières

Au total, 4 117 enquêtes ont été remplies. La pondération de chaque ensemble de données (avant/après la vague) était basée sur 3 variables : l'âge, le sexe et la région. Voici les six régions utilisées pour la pondération : Canada atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan, Alberta et Colombie-Britannique. Le Nord a été exclu. Une valeur de pondération de 1 a été attribuée aux répondants dont l'information sur une variable de pondération était manquante. Les pondérations sont fondées sur les données de recensement les plus récentes de Statistique Canada qui sont accessibles au public, le recensement de 2021.

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

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

Région	Atlantique, QC, ON, SK/MB, AB, C.-B.
Genre	Homme, femme
Âge	18 à 34, 35 à 54, 55 et plus
Éducation	École secondaire ou moins, collège/école de métier, université
Revenu	Moins de 40 000 \$, 40 000 \$ à 100 000 \$, 100 000 \$ et plus
Language	Français, anglais, autre
Immigration	Né au Canada, né à l'extérieur du Canada
Situation familiale	Enfants à la maison, pas d'enfants à la maison
Urbain	Montréal, Vancouver, Toronto
<i>Notoriété</i>	Inconscient, conscient
<i>Publicité (après l'enquête)</i>	a vu la publicité, n'a pas vu la publicité

9. Annexes : Questionnaire

Questionnaire français : Avant la vague

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens. If you prefer to complete the survey in English, please click on English.

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ 5 minutes à compléter. Si vous êtes interrompu pendant le questionnaire, vous pouvez cliquer sur le même lien pour reprendre là où vous vous étiez arrêté.

Le gouvernement du Canada a contracté une société indépendante de recherche sur l'opinion publique, Advanis (<http://advanis.net>), pour mener la recherche en leur nom. Cette enquête utilise la méthodologie de collecte de données MaVilleÉcoute (<http://www.mavilleecoute.ca>) d'Advanis. Vos informations personnelles sont traitées avec les plus hauts standards de confidentialité par Advanis. Les réponses au sondage seront regroupées avec les réponses des autres participants et vos renseignements personnels ne seront utilisés qu'aux fins énoncées dans le sondage. Nous n'utiliserons pas ces informations à d'autres fins que celles conformes aux exigences et directives des études de marché. Cette enquête est enregistrée auprès du Service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20221130-AD156. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

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

S1 Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes ?

Choisissez toutes les réponses applicables

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

Montrer si S1 8/ Aucune de ces organisations

S2 À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus ?

- 1 Homme
- 2 Femme
- 3 Autre
- 99 Préfère ne pas le dire

S3 Quelle est votre année de naissance ?

Minimum : 1900, Maximum : 2020

- 8 Préfère ne pas répondre

S4 Montrer si S3 -8/ Préfère ne pas répondre

S4 À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?

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

S5 Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?

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

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

- 1 Oui
- 2 Non

Q3 Montrer si Q1 oui

Q3 Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ?

Veillez ne pas entrer d'informations d'identification personnelle (par exemple, nom, adresse courriel, numéro de téléphone, adresse postale), car tout ce que vous entrez peut être partagé avec le sponsor de cette recherche.

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

- 1 Oui
- 2 Non

T1B Montrer si T1A oui

T1B Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux ?

Sélectionner tout ce qui s'applique

- 1 Magazines

- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 9 Une application mobile
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Site Internet
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Sites web de nouvelles
- 16 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Panneaux d'affichage extérieurs
- 20 Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)
- 21 Autres, veuillez préciser :

T1C Montrer si T1A oui

T1C De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ?

Veuillez ne pas entrer d'informations d'identification personnelle (par exemple, nom, adresse courriel, numéro de téléphone, adresse postale), car tout ce que vous entrez peut être partagé avec le sponsor de cette recherche.

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

- 1 Non
- 2 Oui, veuillez préciser :

T1E Montrer si Ne connaît pas Parcs Canada

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

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

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

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

T1G Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national cette année (en 2023) ?

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

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

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

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

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

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

- 1 Oui
- 2 Non

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

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

D5 Où êtes-vous né(e) ?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger (Précisez quel pays) :

D6 Montrer si D5 né(e) à l'étranger

D6 En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada ?

Minimum : 1900, Maximum : 2022

-8 Préfère ne pas répondre

D7 Quelle(s) première(s) langue(s) avez-vous apprise(s) lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours ? En choisir au plus deux

- 1 Anglais
- 2 Français
- 77 Autre langue ; veuillez préciser :

C1new Montrer si C.-B. ON ou QC

C1new (si QE C.-B.) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver ?

C1new (si QE ON) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto (GTA) ?

C1new (si QE QC) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal ?

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

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Parcs Canada. Dans les mois à venir, le rapport sera disponible via Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

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

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

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

© 2023 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

Questionnaire français : Après la vague

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

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

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

et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20221130-AD156. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

© 2023 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

S1 Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes ?

Choisissez toutes les réponses applicables

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

Montrer si S1 8/ Aucune de ces organisations

S2 À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus ?

- 1 Homme
- 2 Femme
- 3 Autre
- 99 Préfère ne pas le dire

S3 Quelle est votre année de naissance ?

Minimum : 1900, Maximum : 2020

- 8 Préfère ne pas répondre

S4 Montrer si S3 -8/ Préfère ne pas répondre

S4 À quelle catégorie d'âge appartenez-vous ?

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

S5 Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous ?

- 1 Alberta
- 2 Colombie-Britannique
- 3 Manitoba
- 4 Nouveau-Brunswick
- 5 Terre-Neuve-et-Labrador
- 6 Territoires du Nord-Ouest

- 7 Nouvelle-Écosse
- 8 Nunavut
- 9 Ontario
- 10 Île-du-Prince-Édouard
- 11 Québec
- 12 Saskatchewan
- 13 Yukon
- 99 Aucune de ces réponses

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

- 1 Oui
- 2 Non

Q3 Montrer si Q1 oui

Q3 Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ?

Veillez ne pas entrer d'informations d'identification personnelle (par exemple, nom, adresse courriel, numéro de téléphone, adresse postale), car tout ce que vous entrez peut être partagé avec le sponsor de cette recherche.

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

- 1 Oui
- 2 Non

T1B Montrer si T1A oui

T1B Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux ?

Sélectionner tout ce qui s'applique

- 1 Magazines
- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 9 Une application mobile
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Site Internet
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Sites web de nouvelles
- 16 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Panneaux d'affichage extérieurs

20 Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)

21 Autres, veuillez préciser :

T1C Montrer si T1A oui

T1C De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité ?

Veuillez ne pas entrer d'informations d'identification personnelle (par exemple, nom, adresse courriel, numéro de téléphone, adresse postale), car tout ce que vous entrez peut être partagé avec le sponsor de cette recherche.

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

1 Non

2 Oui, veuillez préciser :

T1E Montrer si ne connaît pas Parcs Canada

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

1 Oui, j'en ai entendu parler

2 Non, je n'en ai pas entendu parler

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

1 5 - Appuie totalement

2 4

3 3 - Ni pour, ni contre

4 2

5 1 - S'oppose totalement

T1G Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national cette année (en 2023) ?

1 Très probable

2 Assez probable

3 Pas probable

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour voir.

Cliquez sur la flèche droite pour aller à la page suivante.

Publicité de 15 secondes (version 1)

Publicité de 15 secondes (version 2)

Publicité de 30 secondes

T1H Au cours des derniers mois avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités ou des variations de celles-ci ?

1 Oui

2 Non

T1I Montrer si T1H oui

T1I Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités ?

Choisissez toutes les réponses applicables

- 1 Magazines
- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 9 Une application mobile
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Site Internet
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Sites web de nouvelles
- 16 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Panneaux d'affichage extérieurs
- 20 Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)
- 21 Autres, veuillez préciser :

T1J Quel est, selon vous, le message principal que ces publicités tentent de véhiculer ?

T1K Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

1. **Ces publicités attirent mon attention ***
2. **Ces publicités me concernent ***
3. **Ces publicités sont difficiles à suivre ***
4. **Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre ***
5. **Ces publicités traitent d'un sujet important ***
6. **Ces publicités fournissent de l'information nouvelle ***
7. **Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada invite les Canadiens à visiter les parcs nationaux et les sites historiques ***
8. **Ces publicités m'incitent à considérer la visite d'un parc national ou d'un lieu historique national dans le cadre d'une excursion d'une journée ou de vacances ***

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

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

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

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

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

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

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

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

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

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

D5 Où êtes-vous né(e) ?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger (Précisez quel pays) :

D6 Montrer si D5 à l'étranger

D6 En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada ?

Minimum : 1900, Maximum : 2021

- 8 Préfère ne pas répondre

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

- 1 Anglais
- 2 Français
- 77 Autre langue ; veuillez préciser :

C1new Montrer si C.-B. ON ou QC

C1new (si QE BC) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver ?

C1new (si QE ON) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto (GTA) ?

C1new (si QE QC) Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal ?

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

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Parcs Canada. Dans les mois à venir, le rapport sera disponible via Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

Cette étude a été créée et financée par la firme de recherche sociale et marketing : (<https://www.advanis.net/fr>) en utilisant notre méthode de collecte de données : Ma Ville Écoute (<http://www.mavilleecoute.ca/>)

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

© 2023 Politique de confidentialité (<http://www.mavilleecoute.ca/privacy.html>) Engagement du CRIC (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/Engagement-du-CRIC-aupres-des-Canadiens.pdf>)

Page d'aide : Si vous éprouvez du stress ou des difficultés émotionnelles en ce moment, il pourrait être utile de parler à quelqu'un. J'ai un numéro sans frais que je pourrais vous donner si vous souhaitez parler à quelqu'un. Canada : 1-800-784-2433 ou 1-800-273-TALK (1-800-273-8255), États-Unis : 1-800-273-8255

English Survey: Pre-wave

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

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

The Government of Canada has contracted an independent public opinion research company, Advanis (<http://advanis.net>), to conduct the research on their behalf. This survey uses Advanis' TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your personal information is treated with the highest standards of confidentiality by Advanis. Survey answers will be grouped with other participant responses, and your personal information will only be used for the purposes stated in the survey. We will

not use this information for any purposes other than those consistent with market research requirements and guidelines.

This survey is registered with the Canadian Research Insights Council's (CRIC) Research Verification Service. The project verification number is: 20221130-AD156. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) to verify the legitimacy of this survey.

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

S1 Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

Select all that apply

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

Show if QA 8/None of these organizations

S2 With which gender category do you most identify?

- 1 Male
- 2 Female
- 3 Other
- 99 Prefer not to answer

S3 In what year were you born?

Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Prefer not to say

Show if S3 -8/Prefer not to say

S4 In which of the following age categories do you belong?

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

S5 In which province or territory do you live?

- 1 Alberta
- 2 British Columbia
- 3 Manitoba

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

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

- 1 Yes
- 2 No

Q3 Show if Q1 yes

Q3 Think about the most recent Government of Canada ad that comes to mind. What do you remember about this ad?

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

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

- 1 Yes
- 2 No

T1B Show if T1A yes

T1B Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

- 1 Print magazine
- 2 Print newspaper
- 3 Radio
- 4 Television
- 5 Digital/Streaming TV (e.g., Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Digital/Streaming radio (e.g., Spotify, Podcast)
- 9 In a mobile app
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Internet website
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Online news sites
- 16 Web search (e.g., Google, Bing)

- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Outdoor billboards/signage
- 20 Transit (e.g., Inside/outside bus/subway or bus shelter)
- 21 Other, specify:

T1C Show if T1A yes

T1C What do you remember about this ad?

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

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

- 1 No
- 2 Yes, specify:

T1E Show if Does not know Parks Canada

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

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

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

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

T1G How likely are you to visit a national park or national historic site this year (in 2023)?

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

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

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

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

- 1 Grade 8 or less
- 2 Some high school

- 3 High school diploma or equivalent
- 4 Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- 5 College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 University certificate or diploma below bachelor's level
- 7 Bachelor's degree
- 8 Post graduate degree above bachelor's level

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

- 1 Yes
- 2 No

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

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

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada (Specify the country):

D6 Show if D5 bornoutsideCAN

D6 In what year did you first move to Canada?

Minimum: 1900, Maximum: 2022

- 8 Prefer not to say

D7 What is the language(s) you first learned at home as a child and still understand? Select up to two

- 1 English
- 2 French
- 77 Other (specify):

C1new Show if BC ON or QC

C1new (if QE BC) Do you live in the Vancouver metropolitan area?

C1 new (if QE ON) Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?

C1new (if QE QC) Do you live in the Montreal metropolitan area?

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

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

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

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

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

English Survey: Post-wave

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

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

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

This survey is registered with the Canadian Research Insights Council's (CRIC) Research Verification Service. The project verification number is: 20221130-AD156. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/>) to verify the legitimacy of this survey.

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

S1 Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

Select all that apply

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

Show if QA 8/None of these organizations

S2 With which gender category do you most identify?

- 1 Male
- 2 Female
- 3 Other
- 99 Prefer not to answer

S3 In what year were you born?

Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Prefer not to say

Show if S4 -8/Prefer not to say

S4 In which of the following age categories do you belong?

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

S5 In which province or territory do you live?

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

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

- 1 Yes
- 2 No

Q3 Show if Q1 yes

Q3 Think about the most recent Government of Canada ad that comes to mind. What do you remember about this ad?

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

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

- 1 Yes
- 2 No

T1B Show if T1A yes

T1B Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

- 1 Print magazine
- 2 Print newspaper
- 3 Radio
- 4 Television
- 5 Digital/Streaming TV (e.g., Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Digital/Streaming radio (e.g., Spotify, Podcast)
- 9 In a mobile app
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Internet website
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Online news sites
- 16 Web search (e.g., Google, Bing)
- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Outdoor billboards/signage
- 20 Transit (e.g., Inside/outside bus/subway or bus shelter)
- 21 Other, specify:

T1C Show if T1A yes

T1C What do you remember about this ad?

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

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

- 1 No
- 2 Yes, specify:

T1E Show if Does not know Parks Canada

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

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

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

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

T1G How likely are you to visit a national park or national historic site this year (in 2023)?

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

Here are some ads that have recently been broadcast on various media. Click here to watch. Click on the right arrow to go to the next page.

15-second ad (version 1)

15-second ad (version 2)

30-second ad

T1H Over the past few months, have you seen, read or heard these ads or any variations of these ads?

- 1 Yes
- 2 No

T1I Show if T1H have seen read heard ad

T1I Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

- 1 Print magazine
- 2 Print newspaper
- 3 Radio
- 4 Television
- 5 Digital/Streaming TV (e.g., Netflix, Disney+)
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 8 Digital/Streaming radio (e.g., Spotify, Podcast)
- 9 In a mobile app
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 Internet website
- 13 Twitter
- 14 LinkedIn
- 15 Online news sites
- 16 Web search (e.g., Google, Bing)
- 17 Pinterest
- 18 YouTube
- 19 Outdoor billboards/signage
- 20 Transit (e.g., Inside/outside bus/subway or bus shelter)

21 Other, specify:

T1J What do you think is the main point these ads are trying to get across?

T1K Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads.

1. These ads catch my attention *
2. These ads are relevant to me *
3. These ads are difficult to follow *
4. These ads do not favour one political party over another *
5. These ads talk about an important topic *
6. These ads provide new information *
7. These ads clearly convey that the Government of Canada is inviting Canadians to visit national parks and historic sites *
8. These ads motivate me to consider visiting a national park and/or a national historic site as part of a day visit or vacation *

Levels marked with * are randomized

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

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

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

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

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

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

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

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

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

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada (Specify):

D6 Show if D5 outside of Canada

D6 In what year did you first move to Canada?

Minimum: 1901, Maximum: 2023

- 8 Prefer not to say

D7 What is the language(s) you first learned at home as a child and still understand? Select up to two.

- 1 English
- 2 French
- 77 Other (specify):

C1new Show if BC ON or QC

C1new (if QE BC) Do you live in the Vancouver metropolitan area?

C1new (if QE ON) Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?

C1new (if QE QC) Do you live in the Montreal metropolitan area?

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

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Parks Canada. In the coming months the report will be available from Library and Archives Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

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

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

© 2023 Privacy Policy (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) CRIC Pledge (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/wp-content/uploads/2020/09/CRIC-Pledge-to-Canadians.pdf>)

Help Page: If you are having some stress/emotional difficulties at this time, it might help to talk to someone. I have a toll-free number I could give you if you were interested in talking to someone.
Canada: 1-800-784-2433 or 1-800-273-TALK (1-800-273-8255) US: 1-800-273-8255