



Parcs
Canada

Parks
Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024 Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : CW2336819

Valeur du contrat : 46 714,20 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 7 novembre 2022

Date de livraison : 27 juin 2024

No d'inscription : POR 082-23

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

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

Juin 2024

Ce rapport présente les détails méthodologiques de l'Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024 menée par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Cette étude a été réalisée du 9 janvier au 30 janvier 2024, sous la forme d'une enquête avant la campagne et du 21 mai au 11 juin 2024, 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 :

R62-583/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-72654-0

This report is also available in English under the title: Parks Canada Advertising Campaign Evaluation (ACET) 2024

Numéro de catalogue :

R62-583/2024E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-72653-3

TABLE DE MATIÈRES

- 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 9
- 9. Annexes : questionnaires 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 2024, notamment la télévision traditionnelle, les vidéos en prélecture des vidéos numériques, les plateformes de médias sociaux, les bannières Web, le marketing par moteur de recherche et les panneaux publicitaires. 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 et juin 2024. La campagne était axée sur la promotion des visites des parcs nationaux et des sites historiques nationaux ainsi que de la croissance 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 (OECPP), 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 souhaitait visiter les parcs nationaux ou les lieux historiques nationaux au cours de l'année à venir ou avait l'intention de les visiter.

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 9 janvier au 30 janvier 2024, 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 21 mai au 11 juin 2024. 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.

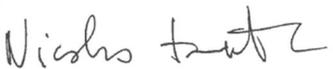
Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, celles de personnes qui ne vivent pas au Canada et celles de personnes qui travaillent pour des organisations qui ne seraient pas admissibles à la participation (p. ex., une entreprise d'études de marché). Au total, 4 118 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 46 714,20 \$ (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 2024, notamment la télévision traditionnelle, les vidéos en prélecture des vidéos numériques, les plateformes de médias sociaux, les bannières Web, le marketing par moteur de recherche et les panneaux publicitaires. 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 et juin 2024. La campagne était axée sur la promotion des visites des parcs nationaux et des sites historiques nationaux ainsi que de la croissance 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 souhaitait visiter les parcs nationaux ou les lieux historiques nationaux au cours de l'année à venir ou avait l'intention de les visiter.

3. Conception de l'enquête

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

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

Un pré-test a été réalisé le 9 janvier 2024 pour l'enquête avant la vague (19 en anglais et 10 en français) et le 21 mai 2024 pour l'enquête après la vague (15 en anglais et 20 en français). Les répondants ont été invités à donner leur avis sur l'enquête. Après le sondage-test suivant la campagne, il a été décidé de revoir la formulation de la déclaration d'introduction envoyée aux répondants avant qu'ils regardent les publicités et répondent aux questions relatives à ces publicités. La nouvelle formulation a précisé que le visionnement des trois publicités ne prendrait qu'une minute. Ce changement a été apporté pour réduire l'abandon du sondage aux questions sur le visionnement des publicités. 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 9 janvier au 30 janvier 2024, 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 21 mai au 11 juin 2024. 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/Nunavut	6,8 %	136
Alberta/Territoire du Nord-Ouest	11,6 %	232
Columbie-Britannique/Yukon	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, 30 713 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)	6 369	6 791	13 160
2	Invitation (FR)	1 828	1 535	3 363
3	Rappel 1 (EN)	3 147	4 841	7 988
4	Rappel 1 (FR)	588	1 188	1 776
5	Rappel 2 (EN)	849	2 533	3 382
6	Rappel 2 (FR)	456	588	1 044
Total		13 237	17 476	30 713

6. Enquêtes remplies et cibles

Au total, 16 523 Canadiens ont été invités à participer aux enquêtes avant et après la campagne, 8 197 à la première enquête avant la campagne et 8 326 à l'enquête après la campagne. La durée moyenne de l'enquête avant la vague était d'environ 4 minutes et 30 secondes et de 8 minutes et 36 secondes pour l'enquête après la vague. Au total, 4 118 enquêtes ont été réalisées au cours de la période de collecte des données – 2 079 enquêtes remplies dans l'enquête avant la vague et 2 042 dans l'enquête après la vague. Le taux de réponse pour l'enquête avant la vague était de 34,4 % et la marge d'erreur était de +/- 2,15, avec un intervalle de confiance de 95 %. Le taux de réponse pour l'enquête après la vague était de 31,7 % et la marge d'erreur était de +/- 2,17 %.

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	145	119
Québec	459	477	536
Ontario	775	784	749
Manitoba/Saskatchewan/Nunavut	136	127	125
Alberta/Territoire du Nord-Ouest	232	238	206
Columbia-Britannique/Yukon	262	305	307
Total	2 000	2 076	2 042

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	285	2	48	335
Après la vague	304	4	56	364
Total	589	6	104	699

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, 4 118 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/Nunavut, Alberta/Territoire du Nord-Ouest et Colombie-Britannique/Yukon. 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/NU, AB/NT, C.-B./YK
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 : Questionnaires

Questionnaire français : Avant la vague

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce sondage sur des enjeux d'actualité qui intéressent les Canadiens.

Votre participation est volontaire et vos réponses seront entièrement confidentielles.

Le sondage prendra **moins environ 5 minutes** à compléter. Si vous êtes interrompu pendant que vous remplissez le sondage, vous pouvez **cliquer sur le même lien** pour reprendre là où vous vous étiez arrêté.

Veillez communiquer avec nous pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

Le gouvernement du Canada a mandaté une société indépendante de recherche sur l'opinion publique, Advanis (<http://advanis.net>), pour réaliser l'étude en son nom. Vous avez déjà complété une étude MaVilleÉcoute (<http://www.tellcityhall.ca>) pour nous dans le passé et vous nous avez dit que vous pourriez participer à d'autres études de politique publique à l'avenir. Vos informations personnelles sont traitées avec les plus hauts standards de confidentialité par Advanis. Les réponses à l'enquête seront regroupées avec celles des autres participants et vos informations personnelles ne seront utilisées qu'aux fins indiquées dans l'enquête. Nous n'utiliserons pas ces informations à d'autres fins que celles conformes aux exigences et aux directives en matière d'études de marché.

Cette enquête est enregistrée auprès du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC). Le numéro de vérification du projet est : 20231212-AD318. Cliquez ici (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=fr>) si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage et ici (<http://www.tellcityhall.ca/privacy.html>) pour lire notre politique de confidentialité.

QA Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

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

Si QA est de 1 à 7 terminer

QB Quel est votre genre?

- 1 Homme
- 2 Femme
- 3 Autre
- 99 Je préfère ne pas répondre

QC Quelle est votre année de naissance? Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Je préfère ne pas répondre

Si le QC est âgé de moins de 18 ans (C > 2005), terminer.

Montrer si le QC préfère ne pas répondre

QD À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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

Terminer si le QD est âgé de moins de 18 ans ou s'il est refusé

QE Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

- 1 Alberta
- 2 Colombie-Britannique
- 3 Manitoba
- 4 Nouveau-Brunswick
- 5 Terre-Neuve-et-Labrador
- 6 Territoire du Nord-Ouest
- 7 Nouvelle-Écosse
- 8 Nunavut
- 9 Ontario
- 10 Île-du-Prince-Édouard
- 11 Québec
- 12 Saskatchewan
- 13 Yukon
- 99 Ailleurs dans le monde

Si QE, aucune province ou territoire terminer

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

- 1 Oui
- 2 Non

Montrer si Q1 a vu des publicités

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?

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

Montrer si T1a vu des publicités

T1b Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux?

- 1 Magazines
- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 22 Écran de divertissement à bord d'un avion
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 9 Une application mobile
- 11 Instagram
- 12 Site Internet
- 15 Sites web de nouvelles
- 17 Pinterest
- 8 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 10 TikTok
- 13 X (auparavant Twitter)
- 16 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 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 :

Montrer si T1a a vu des publicités

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

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 sait 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.

- 5 5 - Appuie totalement
- 4 4
- 3 3 - Ni pour, ni contre

- 2 2
- 1 1 - S'oppose totalement

T1G Dans quelle mesure êtes-vous intéressé à visiter un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

- 1 Très intéressé(e)
- 2 Assez intéressé(e)
- 3 Pas du tout intéressé(e)

T1H Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

- 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 foyer 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 Secondaire 2 ou moins / 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 foyer?

- 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 Entre 150 000 \$ et moins de 200 000 \$
- 8 200 000 \$ et plus
- 99 Je préfère ne pas répondre

D5 Où êtes-vous né(e)?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger, précisez quel pays :

Montrer si D5 est né en dehors de Can

D6 En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada? Minimum: 1900, Maximum: 2023

- 8 Je préfère ne pas répondre

D7 Quelle(s) est la première(s) langue(s) que vous avez 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 :

Montrer si ON C.-B. ou QC

D8

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

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

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

- 1 Oui
- 2 Non

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 (<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>).

Questionnaire français : Après la vague

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

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.

Le sondage prend environ 8 minutes à compléter. Si vous êtes interrompu pendant que vous remplissez le sondage, vous pouvez **cliquer sur le même lien** pour reprendre là où vous vous étiez arrêté.

Veillez communiquer avec nous pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

Cette enquête utilise la méthodologie de collecte de données MaVilleÉcoute (s'ouvre dans une autre fenêtre) (<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 : 20231212-AD318. Cliquez ici (s'ouvre dans une autre fenêtre) (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=fr>) pour vérifier la légitimité de ce sondage.

QA Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

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

Si QA est de 1 à 7 terminer

QB Quel est votre genre ?

- 1 Homme
- 2 Femme
- 3 Autre
- 8 Je préfère ne pas répondre

QC En quelle année êtes-vous né(e)? Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Je préfère ne pas répondre

Si le QC est âgé de moins de 18 ans (C > 2005), terminer.

Montrer si le QC préfère ne pas répondre

QD 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 Je préfère ne pas répondre
Terminer si le QD est âgé de moins de 18 ans ou s'il est refusé

QE 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

Si QE, aucune province ou territoire terminer

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

- 1 Oui
- 0 Non

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?

T1a Au cours des derniers mois, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux?

- 1 Oui
- 0 Non

Montrer si T1a Oui

T1b Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

- 1 Magazines
- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 22 Écran de divertissement à bord d'un avion
- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 9 Une application mobile
- 11 Instagram

- 12 Site Internet
- 15 Sites web de nouvelles
- 17 Pinterest
- 8 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 10 TikTok
- 13 X (auparavant Twitter)
- 16 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 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 :

Montrer si T1a Oui

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

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 sait 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.

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

T1G Dans quelle mesure êtes-vous intéressé à visiter un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

- 1 Très intéressé(e)
- 2 Assez intéressé(e)
- 3 Pas du tout intéressé(e)

T1H Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

- 1 Très probable
- 2 Assez probable

3 Pas probable

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

Publicité de 30 secondes

Publicité de 15 secondes

Publicité de 15 secondes

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

- 1 Oui
- 0 Non

Montrer si T1I Oui

T1J Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

- 1 Magazines
- 2 Journal imprimé
- 3 Radio
- 4 Télévision
- 5 Télévision numérique/en continue (p. ex. Netflix, Disney+)
- 6 Écran de divertissement à bord d'un avion
- 7 Snapchat
- 8 Facebook
- 9 Une application mobile
- 10 Instagram
- 11 Site Internet
- 12 Sites web de nouvelles
- 13 Pinterest
- 14 Radio numérique/en continue (p. ex. Spotify, Podcast)
- 15 TikTok
- 16 X (auparavant Twitter)
- 17 Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)
- 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 :

T1K Quel est, selon vous, le message principal que ces publicités tentent de véhiculer?

T1L Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

- 8. Ces publicités m'incitent à visiter un parc national ou un lieu historique national dans le cadre d'une visite d'une journée ou de vacances
- 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 lieux historiques *
9. Après avoir visionné les vidéos, mon opinion sur les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux en tant qu'attraction touristique s'est améliorée *

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

- | | |
|---|----------------------------|
| 1 | 1 - Fortement en désaccord |
| 3 | 2 |
| 4 | 3 |
| 5 | 4 |
| 6 | 5 - Fortement en accord |

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 autonome
- 4 Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- 5 Étudiant(e) à temps plein
- 6 Retraité
- 7 À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer 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 ayez atteint?

- 1 Secondaire 2 ou moins / 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 foyer?

- 1 Oui
- 0 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 150 000 \$
- 7 Entre 150 000 \$ et moins de 200 000 \$
- 8 200 000 \$ et plus
- 8 Préfère ne pas répondre

D5 Où êtes-vous né(e)?

- 1 Au Canada
- 2 À l'étranger, précisez quel pays :

Montrer si D5 est né en dehors de Can

D6 En quelle année êtes-vous arrivé(e) au Canada? Minimum: 1900, Maximum: 2024

- 8 Je préfère ne pas répondre

D7 Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez encore? En choisir au plus deux.

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

Montrer si C.-B. ON ou QC

D8

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

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

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

- 1 Oui
- 0 Non

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 (<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>).

English Survey: Pre-wave

Thank you for taking a few minutes to complete this survey on current issues that matter to Canadians.

Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential.

The survey takes about 5 minutes to complete. If you get interrupted while doing the survey, you **can select the same link** to pick up right where you left off.

If you require any technical assistance, please contact us.

This survey uses Advanis' (<http://advanis.net>) TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your participation is voluntary. 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: 20231212-AD318. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=en>) if you wish to verify the authenticity of this survey.

QA 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 The federal or provincial government
- 8 None of these organizations (Exclusive)

If QA is 1 through 7 terminate.

QB What is your gender?

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

QC In what year were you born? Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Prefer not to answer

If QC is under 18 (C > 2005) terminate.

Show if QC prefer not to answer

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

- 1 less than 18 years old
- 2 18 to 24
- 3 25 to 34

- 4 35 to 44
- 5 45 to 54
- 6 55 to 64
- 7 65 or older
- 99 Prefer not to answer

If QD under 18 or refused terminate.

QE 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

If QE no province or territory terminate.

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

- 1 Yes
- 2 No

Show if Q1 saw ads

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

T1a Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

- 1 Yes
- 2 No

Show if T1a saw ads

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+)
- 22 In-flight entertainment screen

- 6 Snapchat
- 7 Facebook
- 9 In a mobile app
- 11 Instagram
- 12 Internet website
- 15 Online news sites
- 17 Pinterest
- 8 Digital/Streaming radio (e.g., Spotify, Podcast)
- 10 TikTok
- 13 X (formerly known as Twitter)
- 16 Web search (e.g., Google, Bing)
- 18 YouTube
- 19 Outdoor billboards/signage
- 20 Transit (e.g., Inside/outside bus/subway or bus shelter)
- 21 Other, specify :

Show if T1a Yes

T1C What do you remember about this ad?

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?

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

T1G How interested are you in visiting a national park or a national historic site within the next year?

- 1 Very interested
- 2 Somewhat interested
- 3 Not at all interested

T1H How likely are you to visit a national park or national historic site within the next year?

- 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 or 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 Postgraduate 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 and just under \$40,000
- 3 Between \$40,000 and just under \$60,000
- 4 Between \$60,000 and just under \$80,000
- 5 Between \$80,000 and just under \$100,000
- 6 Between \$100,000 and just under \$150,000
- 7 Between \$150,000 and just under \$200,000
- 8 \$200,000 and above
- 99 Prefer not to answer

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada, specify:

Show if D5 is born outside Can

D6 In what year did you first move to Canada? Minimum: 1900, Maximum: 2023

- 8 Prefer not to answer

D7 Which language(s) did you first learn at home as a child and still understand? Select up to two.

- 1 English

- 2 French
- 77 Other language, specify

Show if BC ON or QC

D8

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

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

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

- 1 Yes
- 2 No

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 (<http://www.tellcityhall.ca/surveys.html>).

English Survey: Post-wave

Thank you for taking a few minutes to complete this survey on current issues that matter to Canadians.

Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential.

The survey takes about 8 minutes to complete. If you get interrupted while doing the survey, you **can select the same link** to pick up right where you left off.

If you require any technical assistance, please contact us.

This survey uses Advanis' (<http://advanis.net>) TellCityHall (<http://www.tellcityhall.ca>) data collection methodology. Your participation is voluntary. 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: 20231212-AD318. Click here (<https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=en>) if you wish to verify the authenticity of this survey.

QA 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 The federal or provincial government
- 8 None of these organizations (Exclusive)

If QA is 1 through 7 terminate.

QB What is your gender?

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

QC In what year were you born? Minimum: 1900, Maximum: 2020

- 8 Prefer not to answer

If QC is under 18 (C > 2005) terminate.

Show if QC prefer not to answer

QD 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 answer

If QD under 18 or refused terminate.

QE 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

If QE no province or territory terminate.

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

- 1 Yes
- 0 No

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?

T1a Over the past few months, have you seen, read or heard any Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

- 1 Yes
- 0 No

Show if T1a Yes

T1b Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

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

Show if T1a Yes

T1C What do you remember about this ad?

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?

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

T1G How interested are you in visiting a national park or a national historic site within the next year?

- 1 Very interested
- 2 Somewhat interested
- 3 Not at all interested

T1H How likely are you to visit a national park or national historic site within the next year?

- 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.

30-second ad

15-second ad

15-second ad

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

- 1 Yes
- 0 No

Show if heard about these ads

T1J Where have you seen, read or heard these ads? Select all that apply.

- 1 Print magazine
- 2 Print newspaper
- 3 Radio
- 4 Television
- 5 Digital/Streaming TV (e.g., Netflix, Disney+)
- 6 In-flight entertainment screen
- 7 Snapchat
- 8 Facebook
- 9 In a mobile app
- 10 Instagram

- 11 Internet website
- 12 Online news sites
- 13 Pinterest
- 14 Digital/Streaming radio (e.g., Spotify, Podcast)
- 15 TikTok
- 16 X (formerly known as Twitter)
- 17 Web search (e.g., Google, Bing)
- 18 YouTube
- 19 Outdoor billboards/signage
- 20 Transit (e.g., Inside/outside bus/subway or bus shelter)
- 21 Other, specify:

T1K What do you think is the main point these ads are trying to get across?

T1L Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads.

- 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**
 - 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 *
 - 9. After viewing the videos, my opinion of national parks and national historic sites as a tourism attraction has improved *

Levels marked with * are randomized

- 1 1 - Strongly Disagree
- 3 2
- 4 3
- 5 4
- 6 5 - Strongly Agree

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 or 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 Postgraduate degree above bachelor's level

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

- 1 Yes
- 0 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 and just under \$40,000
- 3 Between \$40,000 and just under \$60,000
- 4 Between \$60,000 and just under \$80,000
- 5 Between \$80,000 and just under \$100,000
- 6 Between \$100,000 and just under \$150,000
- 7 Between \$150,000 and just under \$200,000
- 8 \$200,000 and above
- 8 Prefer not to answer

D5 Where were you born?

- 1 Born in Canada
- 2 Born outside Canada, specify:

Show if D5 is born outside Can

D6 In what year did you first move to Canada? Minimum: 1900, Maximum: 2024

- 8 Prefer not to answer

D7 Which language(s) did you first learn at home as a child and still understand? Select up to two.

- 1 English
- 2 French
- 77 Other language, specify:

Show if BC ON or QC

D8

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

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

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

- 1 Yes
- 0 No

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.html) (<http://www.tellcityhall.ca/surveys.html>).