



Emploi et
Développement social Canada

Employment and
Social Development Canada

Évaluation de la campagne publicitaire Services pour les aînés 2022-2023

Rapport méthodologique de l'OECP

Préparé à l'intention d'Emploi et développement social Canada (EDSC)

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

Numéro de contrat : CW2238940

Valeur du contrat : 68 359,35 \$ (taxes incluses)

Date d'attribution des services : 29 août 2022

Date de livraison des services : 21 mars 2023

Numéro d'enregistrement : POR-025-22

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer à
nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca

This report is also available in English

Canada 

Évaluation de la campagne publicitaire Services pour les aînés 2022-2023

Rapport méthodologique de l'OECP

Préparé pour Emploi et développement social Canada (EDSC)

Nom du fournisseur :LES ASSOCIÉS DE RECHERCHEEKOS INC.

Date:21 mars 2023

Cette recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie pour l'exécution de deux sondages en ligne mené par Les Associés de recherche EKOS inc. pour le compte d'Emploi et développement social Canada (EDSC).

This publication is also available in English under the title: 2022-2023 Services for Seniors Advertising Campaign Evaluation: ACET methodological report.

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Pour toute autre utilisation, veuillez obtenir au préalable une permission écrite de Services publics et Approvisionnement Canada.

Ce document est offert sur demande en médias substitués (gros caractères, MP3, braille, fichiers de texte, DAISY) auprès du 1 800 O-Canada (1-800-622-6232). Si vous utilisez un téléscripteur (ATS), composez le 1-800-926-9105.

PDF

N° de cat. : Em12-83/2023F-PDF

ISBN : 978-0-660-47591-2

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, 2023

Pour des renseignements sur les droits de reproduction : droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire		4
A.	Contexte de la campagne	4
B.	Méthodologie	5
C.	Valeur du contrat	6
D.	Certification de neutralité politique	6
Annexes		7
A.	Méthodologie détaillée du sondage d'avant-campagne et du sondage post-campagne de l'OÉCP	7
B.	Questionnaire du sondage de référence d'avant-campagne de l'OÉCP	12
C.	Questionnaire du sondage post-campagne de l'OÉCP	19
D.	Publicités de la campagne	29

SOMMAIRE

A. CONTEXTE DE LA CAMPAGNE

Emploi et Développement social Canada (EDSC) soutient la ministre des Aînés et est le ministère du gouvernement du Canada responsable de l'élaboration, de la gestion et de la prestation d'une vaste gamme de programmes et de services sociaux à l'intention des aînés. La campagne Services aux aînés a été conçue pour appuyer la mission d'EDSC de bâtir un Canada plus fort et plus concurrentiel, ainsi que pour aider les Canadiens et Canadiennes à faire des choix qui leur permettent de vivre une vie productive et enrichissante. Cette campagne faisait suite aux campagnes de 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021 et 2021-2022 menées par EDSC en collaboration avec le Centre antifraude, l'Agence du revenu du Canada, le Bureau de la concurrence, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, Santé Canada et Anciens combattants Canada.

La campagne publicitaire Services aux aînés mettait en relief les programmes et les services du gouvernement du Canada qui profitent directement ou indirectement aux aînés, y compris les changements apportés au Régime de pensions du Canada (RPC) et à la Sécurité de la vieillesse (SV). Les Canadiens de 55 ans et plus qui se préparent à la retraite ou qui sont à la retraite constituaient le public cible de la campagne.

Puisque le coût de la campagne publicitaire est de plus d'un million de dollars, une recherche sur l'opinion publique est requise, comme le veut le Conseil du trésor, au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OÉCP), avec des questions supplémentaires de validation et d'analyse comparative à la suite de l'utilisation de l'OÉCP. La collecte de données d'évaluation de la campagne répond à l'objectif du gouvernement du Canada concernant l'analyse efficace du niveau de sensibilisation et de connaissances des Canadiens par rapport à des initiatives, ainsi que de l'efficacité de la campagne.

La recherche comprenait deux volets :

1. Évaluation d'avant-campagne à l'aide du sondage de référence en ligne normalisée de l'OÉCP, menée auprès du public cible afin de mesurer avant la tenue de la campagne les connaissances sur le sujet, notamment les éléments suivants :
 - reconnaissance assistée et spontanée de publicités du gouvernement du Canada et de publicités liées au sujet de la campagne; et
 - reconnaissance assistée et spontanée de publicités sur le sujet.

2. Évaluation post-campagne à l'aide du sondage en ligne normalisé de l'OÉCP, menée auprès du public principal afin d'évaluer les éléments suivants :
 - reconnaissance assistée et spontanée des publicités Services aux aînés et de la publicité générale du gouvernement du Canada;
 - rappel du message;
 - mesure dans laquelle les publicités :
 - attiraient l'attention;
 - étaient pertinentes;
 - étaient difficiles à suivre;
 - traitaient d'un sujet important;
 - fournissaient de nouvelles informations;
 - étaient efficaces pour promouvoir un appel à l'action;
 - reconnaissance assistée et spontanée de publicités sur le sujet.

B. MÉTHODOLOGIE

Deux sondages bilingues en ligne ont été menés à l'échelle du pays : un sondage de référence d'avant-campagne et un sondage de post-campagne¹ visant à évaluer les changements dans la reconnaissance et les répercussions de la campagne. Le sondage de référence, dont l'échantillon comprenait 2 018 Canadiens âgés de 55 ans ou plus, a eu lieu du 4 octobre au 24 octobre 2022. L'échantillon du sondage post-campagne comprenait 2 025 Canadiens, également âgés de 55 ans ou plus, et a eu lieu du 4 au 17 février 2023. Chaque questionnaire de sondage comprenait les questions de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OÉCP) émis par le Secrétariat des communications et consultation du Bureau du Conseil privé (BCP), ainsi que des questions supplémentaires spécifiques à la campagne qui visaient à établir l'incidence sur des perceptions et comportements ciblés tout au long de la campagne. Chaque échantillon se composait de répondants sélectionnés au hasard dans toutes les provinces et les territoires du Canada.

Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, assemblé au moyen de la composition aléatoire pour échantillonnage à partir d'une base composée de personnes dotées d'un téléphone cellulaire ou filaire, ce qui offre un recoupement de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement est réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la

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

définition de Statistique Canada). Ainsi, avec ses quelque 120 000 membres, le panel Probit peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans le panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur.

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

C. VALEUR DU CONTRAT

La valeur du contrat du projet est de 68 359,35 dollars (TVH incluse).

D. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

La présente certification s'appliquera au rapport définitif envoyé au chargé de projet.

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

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

Signé par :



Susan Galley(Vice-présidente)

ANNEXES

A. MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE DU SONDAGE D'AVANT-CAMPAGNE ET DU SONDAGE POST-CAMPAGNE DE L'OÉCP

L'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OÉCP) comprenait une enquête initiale et un sondage de post-campagne émis par le Secrétariat des communications et consultation du Bureau du Conseil privé (BCP). Toutes les campagnes publicitaires du Gouvernement du Canada qui ont un achat média total de plus d'un million de dollars sont évaluées à l'aide de l'OÉCP. La campagne publicitaire Services aux aînés comprenait des publicités télévisuelles, des documents imprimés, des vidéos numériques, des annonces sur Facebook, des bannières web animées, et du matériel de marketing dans divers moteurs de recherche. La campagne a duré 35 jours, soit du 9 janvier au 12 février 2023. L'OÉCP s'articulait autour de la reconnaissance de la campagne, ainsi que de questions portant sur l'incidence des annonces sur les perceptions et sur les comportements. Il fallait en moyenne sept minutes pour répondre au sondage de l'enquête initiale et dix minutes pour répondre au sondage de post-campagne. Avant son lancement, le sondage a été mis à l'essai par 47 répondants (27 en anglais, 20 en français), et le sondage de post-campagne a été mis à l'essai par 50 répondants (35 en anglais, 15 en français). Puisqu'aucun changement important n'a été apporté, ces cas ont été retenus dans l'échantillon final.

Dans les deux cas, les répondants au sondage en ligne, âgés de 55 ans et plus, ont été choisis au hasard du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, tel que décrit ci-dessous. L'échantillon du sondage comprenait des répondants de toutes les provinces et de tous les territoires au Canada, et les participants ont pu répondre en français ou en anglais, ainsi qu'à l'aide d'un lien aussi accessible pour ceux qui utilisent un téléphone mobile ou une technologie de lecture d'écran. Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, assemblé au moyen de la composition aléatoire à partir d'une base de personnes dotées d'un téléphone cellulaire ou filaire, ce qui offre un recoupement de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement était réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la définition de Statistique Canada). Ainsi, avec quelque 120 000 membres, le panel *Probit* peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans le panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur. Tous les ménages ou particuliers faisant partie de *Probit* sont d'abord joints au téléphone, la nature du panel leur est alors exposée en détail (tout

comme les politiques en matière de protection de la vie privée d'EKOS) et des données démographiques sont recueillies. La situation du répondant est dès lors établie, selon le mode de communication à employer lors d'un sondage, c'est-à-dire téléphone filaire ou cellulaire (la communication devant se faire en ligne, au téléphone ou par la poste). Cette variable du « genre de service téléphonique » (cellulaire seulement, ligne terrestre seulement, ou les deux), recueillie lors de la présélection, est utilisée pour créer l'échantillon de répondants utilisant un téléphone cellulaire seulement. Comme pour tout échantillon par composition aléatoire, les cas du panel *Probit* sont tenus pour former un échantillon probabiliste.

Dans l'enquête initiale, le nombre total de sondages terminés dans l'échantillon était de 2 018, recueilli entre le 4 et le 24 octobre 2022. Le sondage de post-campagne a eu lieu du 4 au 17 février 2023 auprès de 2 028 répondants et 2 025 cas ont été complétés². La marge d'erreur associée à chaque échantillon est de plus ou moins 2,2 %, à un intervalle de confiance de 0,95 (soit 19 fois sur 20). La répartition régionale non pondérée est la suivante :

Province/Région	Enquête initiale	Sondage de post-campagne
Colombie-Britannique & Yukon	298	287
Alberta & Territoires du Nord-Ouest	236	244
Manitoba & Saskatchewan & Nunavut	135	142
Ontario	807	805
Québec	412	425
Atlantique	130	122
Total	2 018	2 025

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

² La collecte de données du sondage post-campagne commençait environ une semaine avant la fin de la campagne publicitaire.

Les données ayant été recueillies, chaque base de données a été vérifiée pour en garantir la qualité. Le codage des questions ouvertes a aussi été mené à terme. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données de Statistique Canada concernant l'âge, le sexe, et la région afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population âgée de 55 ans et plus. Les tableaux ci-dessous comparent la distribution (pondérée et non pondérée) de ces caractéristiques démographiques.

Échantillon pondéré et non-pondéré par région pour l'enquête initiale		
Région	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Atlantique	130	153
Québec	412	492
Ontario	807	763
Manitoba/Saskatchewan/Nunavut	135	125
Alberta/Territoires du Nord-Ouest	236	197
Colombie-Britannique/Yukon	298	289

Échantillon pondéré et non-pondéré par âge pour l'enquête initiale		
Âge	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
55 à 64 ans	878	863
65 à 74 ans	667	668
75 ans et plus	473	487

Échantillon pondéré et non-pondéré par genre pour l'enquête initiale		
Genre	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Homme	985	948
Femme	1024	1061
Diversité de genre	3	3

Échantillon pondéré et non-pondéré par région pour le sondage post-campagne		
Région	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Atlantique	122	154
Québec	425	497
Ontario	805	768
Manitoba/Saskatchewan/Nunavut	142	124
Alberta/Territoires du Nord-Ouest	244	195
Colombie-Britannique/Yukon	287	287

Échantillon pondéré et non-pondéré par âge pour le sondage post-campagne		
Âge	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
55 à 64 ans	784	871
65 à 74 ans	684	667
75 ans et plus	557	487

Échantillon pondéré et non-pondéré par genre pour le sondage post-campagne		
Genre	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Homme	1004	948
Femme	1005	1061
Diversité de genre	8	8

Des tableaux de données ont été créés pour chaque sondage afin d'isoler les résultats des principaux sous-groupes à utiliser dans l'analyse (p. ex., résultats de chaque segment d'âge, sexe, région, scolarité et revenu du ménage). D'autres sous-groupes comprennent la langue maternelle, les répondants nés au Canada, la famille et les enfants, l'emploi, des gens se rappelant avoir vu une publicité du gouvernement du Canada (de portée générale et s'adressant aux Canadiens âgés ou aux aînés), l'identité axée sur le handicap, l'appartenance ethnique et l'identité autochtone.

Taux de réponse et biais de non-réponse

Le taux de réponse pour l'enquête préliminaire en ligne est de 44,3 %, selon la formule recommandée par le gouvernement du Canada : le taux de réponse/taux de participation = UR/(NR + UA + UR).

En tout, 5 327 invitations par courriel ont été envoyées, dont 296 n'ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 5 031 cas. En tout, 2 018 cas valides ont été achevés et combinés à 212 autres membres jugés inadmissibles³, ce qui a permis de créer le numérateur des réponses dans le calcul du taux de réponse. Pour le sondage de post-campagne, 5 415 invitations ont été envoyées, dont 223 n'ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 5 192 cas. En plus des 2 025 personnes qui ont complété le sondage, 237 personnes ont été jugées inadmissibles pour une participation au sondage, pour un taux de réponse est de 43,6 %.

	Enquête initiale	Sondage de post-campagne
Nombre total d'invitations	5 327	5 415
Non valides	212	237
Non résolus (NR)	2890	2753
Unités admissibles non répondantes (UA)	207	400
Unités répondantes (UR)	2 018	2 025
Taux de réponse UR/(NR + UA + UR)	39.5 %	39.1 %

³ Personnes âgées de moins de 55 ans travaillant pour une agence de publicité, une société de design graphique, des médias, une société d'études de marché, un parti politique, une société de relations publiques ou un gouvernement.

La comparaison de chaque échantillon non pondéré avec les données du recensement de 2016 de Statistique Canada laisse entrevoir des sources de biais systématique semblable dans chacun des échantillons des sondages, conformément au modèle qui se dégage de la plupart des sondages menés auprès du grand public. La proportion de répondants de l'échantillon ayant un niveau de scolarité supérieur dans chaque sondage est légèrement supérieure à ce que l'on retrouve dans la population, 30 % des répondants de l'enquête initiale et 29 % de ceux du sondage de post-campagne affirmant posséder un diplôme universitaire, alors que cette proportion est de 23 % au sein de la population. Il y a aussi une sous-représentation des Canadiens nés à l'extérieur du Canada dans chaque sondage (14 % dans l'enquête initiale et 14 % dans le sondage de post-campagne, comparativement à 22 % dans la population). Comme décrit précédemment, chaque échantillon a été pondéré en fonction de l'âge, du sexe et de la région.

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

WINTRO

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

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ 9 minutes à compléter.

Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage en entrant le code de projet 20221011-EK606 et ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veuillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide technique.

QORG [1,7]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Une firme de recherche en marketing	1
Une revue ou un journal	2
Une agence de publicité ou une entreprise de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station radiophonique ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial	7
Aucune de ces organisations	98

QGENDR

Quel est votre genre?

Homme	1
Femme	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année:	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE

Moins de 18 ans	1
18 à 24 ans	2
25 à 34 ans	3
35 à 44 ans	4
45 à 54 ans	5
55 à 64 ans	6
65 à 74 ans	7
75 ans et plus	8
Préfère ne pas répondre	99

QPROV

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE

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

Q1

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

Oui	1
Non	2

Q3 [1,3]

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 préciser: 77

T1A

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de **programmes et de services pour les Canadiens plus âgés ou pour les aînés?**

Oui	1
Non	2

T1B [1,8]

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les **programmes et les services pour les Canadiens plus âgés ou pour les aînés?**

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Journal imprimé	1
Télévision	2
Facebook	3
Site Internet	4
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	5
YouTube	6
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube)	7
Autre réponse, veuillez préciser	77

T1C [1,3]

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

Veuillez préciser:	77
--------------------	----

T1DA

Connaissez-vous le numéro de téléphone d'information générale du gouvernement du Canada : 1 800 O-Canada?

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

T1DB

Avez-vous composé le numéro 1 800 O-Canada au cours des 3 derniers mois?

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

T1EA [1,3]

En pensant spécifiquement aux programmes et services du gouvernement du Canada relativement au soutien aux Canadiens plus âgés ou aux aînés, quels programmes et services connaissez-vous?

Veuillez préciser :	77
Ne me souviens pas / Ne suis pas sûr(e)	99

T1EB [1,12]

En pensant toujours spécifiquement aux programmes et services du gouvernement du Canada relativement au soutien aux Canadiens plus âgés ou aux aînés, quels programmes et services parmi les suivants connaissez-vous?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Prestations pour Anciens combattants	1
Budgétisation et gestion financière	2
Régime de pensions du Canada	3
Prestations de survivant du Régime de pensions du Canada	4
Prestations pour proches aidants	5
Prévention de la fraude	6
Supplément de revenu garanti	7
Prestations de Supplément de revenu garanti pour époux ou conjoint de fait	8
Programmes de santé	9
Nouveaux Horizons pour les aînés	10
Sécurité de la vieillesse	11
Information sur les chutes	12
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

T1FA

Connaissez-vous la page Facebook Aînés au Canada du gouvernement du Canada?

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

T1FB

Au cours des trois derniers mois, avez-vous consulté la page Facebook Aînés au Canada?

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

T1FC [1,3]

Qu'aimez-vous de la page Facebook Aînés au Canada?

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas / Ne suis pas sûr(e)	99

T1G [1,7]

Laquelle des sources suivantes utiliseriez-vous probablement pour obtenir des renseignements sur les programmes et les services pour les Canadiens plus âgés ou les aînés :

Choisissez toutes les réponses qui s'appliquent

Sites Web du gouvernement du Canada	1
Sites Web du gouvernement provincial	2
Recherche générale sur Internet	3
Service Canada en personne	4

Numéro sans frais du gouvernement du Canada 1 800 O-Canada	5
Page Facebook Aînés au Canada du gouvernement du Canada	6
Ami ou membre de la famille	7
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

DEMIN

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

D1

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

NE CHOISIR QU'UNE CATÉGORIE

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

D2

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION

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

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 40 000 \$	2
Entre 40 000 \$ et 60 000 \$	3
Entre 60 000 \$ et 80 000 \$	4
Entre 80 000 \$ et 100 000 \$	5
Entre 100 000 \$ et 150 000 \$	6
Entre 150 000 \$ et 200 000 \$	7
200 000 \$ et plus	8
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

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

D6

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

Veillez indiquer l'année: 77

D7 [1,2]

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

EN CHOISIR AU PLUS DEUX

Anglais	1
Français	2
Autre langue; veuillez préciser :	77
Préfère ne pas répondre	99

D8A [1,3]

Vous considérez-vous autochtone; c'est-à-dire, descendant d'un peuple des Premières Nations, inuit ou métis?

Oui, membre d'une Première Nation	1
Oui, Inuit	2
Oui, Métis	3
Non	4
Je préfère ne pas répondre	99

D8B

Vivez-vous en majeure partie dans une réserve ou hors réserve?

Dans une réserve	1
Hors réserve	2
Préfère ne pas répondre	99

D9

Quelle est votre origine ethnique?

Caucasien	1
Chinois	2
Sud-Asiatique (c.-à-d., Inde, Pakistan, etc.)	3
Noir	4
Philippin	5
Latino-américain	6
Asiatique de l'Est ou du Sud-est (c.-à-d., Vietnam, etc.)	7
Arabe	8
Asiatique occidental (c.-à-d., Iran, Afghanistan, etc.)	9
Coréen	10
Japonais	11
Autochtone (membre d'une Première nation, Métis ou Inuit)	12
Autre (veuillez préciser)	77
Préfère ne pas répondre	99

D10

Vous identifiez-vous comme une personne avec incapacité? Une personne avec incapacité est une personne ayant une condition de longue durée ou récurrente (de la vision, l'ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile (comme à l'école, au travail ou dans la communauté en général).

Oui	1
Non	2
Ne sais pas	98
Préfère ne pas répondre	99

THNK

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

THNK2

Screened-out

Malheureusement, sur la base de vos réponses, vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de nous avoir accordé de votre temps!

C. QUESTIONNAIRE DU SONDAGE POST-CAMPAGNE DE L'OÉCP

WINTRO

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

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Le sondage prend environ 12 minutes à compléter.

Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage en entrant le code de projet 20221011-EK606 et ici pour lire notre politique de confidentialité.

Veuillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide technique.

QORG [1,7]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Une firme de recherche en marketing	1
Une revue ou un journal	2
Une agence de publicité ou une entreprise de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station radiophonique ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou un gouvernement provincial	7
Aucune de ces organisations	98

QGENDR

Quel est votre genre?

Homme	1
Femme	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année:	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE

Moins de 18 ans	1
18 à 24 ans	2

25 à 34 ans	3
35 à 44 ans	4
45 à 54 ans	5
55 à 64 ans	6
65 à 74 ans	7
75 ans et plus	8
Préfère ne pas répondre	99

QAGEYB

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

45 à 54 ans	5
55 à 64 ans	6
Préfère ne pas répondre	99

QPROV

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEUL CATÉGORIE

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

Q1

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

Oui	1
Non	2

Q3 [1,3]

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 préciser: 77

T1A

Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de **programmes et de services pour les Canadiens plus âgés ou pour les aînés?**

Oui	1
Non	2

T1B [1,8]

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur les **programmes et les services pour les Canadiens plus âgés ou pour les aînés?**

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Journal imprimé	1
Télévision	2
Facebook	3
Site Internet	4
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	5
YouTube	6
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube)	7
Autre réponse, veuillez préciser	77

T1C [1,3]

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

Veuillez préciser:	77
--------------------	----

T1DA

Connaissez-vous le numéro de téléphone d'information générale du gouvernement du Canada : 1 800 O-Canada?

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

T1DB

Avez-vous composé le numéro 1 800 O-Canada au cours des 3 derniers mois?

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

T1EA [1,3]

En pensant spécifiquement aux programmes et services du gouvernement du Canada relativement au soutien aux Canadiens plus âgés ou aux aînés, quels programmes et services connaissez-vous?

Veuillez préciser :	77
Ne me souviens pas / Ne suis pas sûr(e)	99

T1EB [1,12]

En pensant toujours spécifiquement aux programmes et services du gouvernement du Canada relativement au soutien aux Canadiens plus âgés ou aux aînés, quels programmes et services parmi les suivants connaissez-vous?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Prestations pour Anciens combattants	1
Budgétisation et gestion financière	2
Régime de pensions du Canada	3
Prestations de survivant du Régime de pensions du Canada	4
Prestations pour proches aidants	5
Prévention de la fraude	6
Supplément de revenu garanti	7
Prestations de Supplément de revenu garanti pour époux ou conjoint de fait	8
Programmes de santé	9
Nouveaux Horizons pour les aînés	10
Sécurité de la vieillesse	11
Information sur les chutes	12
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

T1FA

Connaissez-vous la page Facebook Aînés au Canada du gouvernement du Canada?

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

T1FB

Au cours des trois derniers mois, avez-vous consulté la page Facebook Aînés au Canada?

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

T1FC [1,3]

Qu'aimez-vous de la page Facebook Aînés au Canada?

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas / Ne suis pas sûr(e)	99

T1G [1,7]

Laquelle des sources suivantes utiliseriez-vous probablement pour obtenir des renseignements sur les programmes et les services pour les Canadiens plus âgés ou les aînés :

Choisissez toutes les réponses qui s'appliquent

Sites Web du gouvernement du Canada	1
Sites Web du gouvernement provincial	2
Recherche générale sur Internet	3
Service Canada en personne	4

Numéro sans frais du gouvernement du Canada 1 800 O-Canada	5
Page Facebook Aînés au Canada du gouvernement du Canada	6
Ami ou membre de la famille	7
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

PRET1H

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ci-dessous pour voir.

<Afficher l'annonce vidéo>

<Afficher une publicité Facebook>

<Afficher une publicité sur bannière >

<Afficher une publicité imprimée>

T1H

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

Oui	1
Non	2

T1I [1,9]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Journal imprimé	1
Télévision	2
Facebook	3
Site Internet	4
Sites web de nouvelles	5
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	6
YouTube	7
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube)	8
Autre réponse, veuillez préciser	77
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

T1J [1,3]

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

[Boîte]	77
---------	----

PRET1K

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

T1KA

Ces publicités attirent mon attention	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KB

Ces publicités me concernent	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KC

Ces publicités sont difficiles à suivre	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KD

Cette publicité ne favorise pas un parti politique plus qu'un autre	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KE

Ces publicités traitent d'un sujet important	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KF

Ces publicités fournissent de l'information nouvelle

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

T1KG

Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada a des **programmes et des services pour les Canadiens plus âgés ou pour les aînés**

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement en accord 5	5
Je ne sais pas / Pas de réponse	99

DEMIN

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

D1

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

NE CHOISIR QU'UNE CATÉGORIE

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

D2

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION

Huitième année ou moins	1
Quelques années d'études secondaires	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	4

Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire	5
Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat	6
Baccalauréat	7
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	8
Préfère ne pas répondre	99

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 40 000 \$	2
Entre 40 000 \$ et 60 000 \$	3
Entre 60 000 \$ et 80 000 \$	4
Entre 80 000 \$ et 100 000 \$	5
Entre 100 000 \$ et 150 000 \$	6
Entre 150 000 \$ et 200 000 \$	7
200 000 \$ et plus	8
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

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

D6

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

Veuillez indiquer l'année:	77
----------------------------	----

D7 [1,2]

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

EN CHOISIR AU PLUS DEUX

Anglais	1
Français	2
Autre langue; veuillez préciser :	77
Préfère ne pas répondre	99

D8A [1,3]

Vous considérez-vous autochtone; c'est-à-dire, descendant d'un peuple des Premières Nations, inuit ou métis?

Oui, membre d'une Première Nation	1
Oui, Inuit	2
Oui, Métis	3
Non	4
Je préfère ne pas répondre	99

D8B

Vivez-vous en majeure partie dans une réserve ou hors réserve?

Dans une réserve	1
Hors réserve	2
Préfère ne pas répondre	99

D9

Quelle est votre origine ethnique?

Caucasien	1
Chinois	2
Sud-Asiatique (c.-à-d., Inde, Pakistan, etc.)	3
Noir	4
Philippin	5
Latino-américain	6
Asiatique de l'Est ou du Sud-est (c.-à-d., Vietnam, etc.)	7
Arabe	8
Asiatique occidental (c.-à-d., Iran, Afghanistan, etc.)	9
Coréen	10
Japonais	11
Autochtone (membre d'une Première nation, Métis ou Inuit)	12
Autre (veuillez préciser)	77
Préfère ne pas répondre	99

D10

Vous identifiez-vous comme une personne avec incapacité? Une personne avec incapacité est une personne ayant une condition de longue durée ou récurrente (de la vision, l'ouïe, la mobilité, la flexibilité, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités à l'intérieur ou à l'extérieur du domicile (comme à l'école, au travail ou dans la communauté en général).

Oui	1
Non	2
Ne sais pas	98
Préfère ne pas répondre	99

THNK

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte d'Emploi et Développement social Canada.

Dans les mois à venir, le rapport sera disponible sur le site Web de Bibliothèque et Archives Canada.

Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

THNK2***Screened-out***

Malheureusement, sur la base de vos réponses, vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de nous avoir accordé de votre temps!

D. PUBLICITÉS DE LA CAMPAGNE

Voici quelques exemples d'éléments de la campagne qui ont été diffusés et qui étaient inclus dans la question T1H sur le rappel assisté de l'OÉCP du sondage post-campagne.

Publicités télévisuelles

Lien YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=A8VEFsIBjO8>

Transcription:

On sait comment improviser une recette.

Garder les traditions

Parler à nos amis sans wi-fi.

Allumer un feu, sans allumette.

Et entretenir la flamme.

Les aînés savent bien des choses

Mais il y a toujours plus à savoir

Pour un âge d'or sûr et paisible,

Renseignez-vous sur les avantages du Régime de pensions du Canada

(Texte à l'écran : Régime de pensions du Canada)

le Supplément de revenu garanti

(Texte à l'écran : Supplément de revenu garanti)

la prévention de la fraude et plus encore

(Texte à l'écran : Prévention de la fraude)

à Canada.ca/aines.

(Texte à l'écran : Canada.ca/aines.)

1 800 O-Canada)

Un message du gouvernement du Canada

Élément visuel : Le mot-symbole Canada est affiché.

Bannièrespublicitaires



Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés.

En savoir plus

Canada

Image d'aînés dans un café. Le texte se lit comme suit : "Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés."

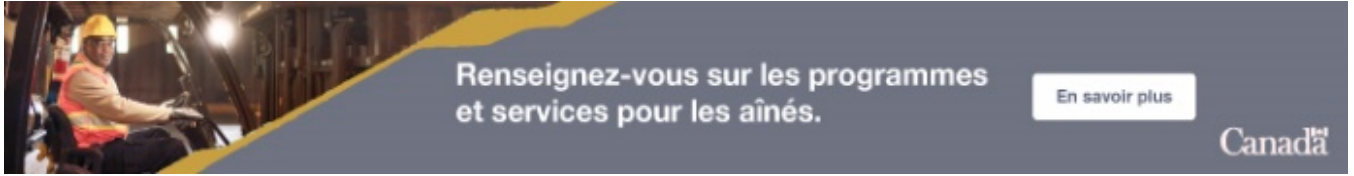
A photograph of two women dancing in a living room. The younger woman on the left has long red hair and is wearing a pink long-sleeved shirt and blue jeans. The older woman on the right has short grey hair and is wearing a purple cardigan over a white top and dark pants. They are both smiling and holding hands. The room has a window with curtains, a radiator, and framed pictures on the wall.

Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés.

En savoir plus

Canada

Image d'aînés dansant dans une maison. Le texte se lit comme suit : "Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés."



Renseignez-vous sur les programmes
et services pour les aînés.

En savoir plus

Canada

Image d'un homme âgé sur un chariot élévateur. Le texte se lit comme suit : "Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés."



Renseignez-vous sur les programmes
et services pour les aînés.

En savoir plus

Canada

Image d'un homme âgé utilisant un ordinateur. Le texte se lit comme suit : "Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés."



**Renseignez-vous sur les programmes
et services pour les aînés.**

[En savoir plus](#)

Canada

Image d'une femme âgée fixant les cheveux d'une autre femme. Le texte se lit comme suit :
"Renseignez-vous sur les programmes et services pour les aînés."

Annonces sur Facebook



Canada **Aînés au Canada**
Sponsored · 🌐

... ✕

Pour vieillir en tout sécurité, renseignez-vous sur les programmes, services et ressources accessibles aux aînés.

Les aînés en savent beaucoup

Canada

canada.ca/aines
Mais il y a plus à savoir.

Learn more

Une publication Facebook d'Aînés au Canada montrant des aînés dans un café. Le texte se lit comme suit : "Pour vieillir en toute sécurité renseignez-vous sur les programmes, services et ressources accessibles aux aînés. Les aînés en savent beaucoup mais il y a plus à savoir. [Canada.ca/aines](https://canada.ca/aines)"



Aînés au Canada

Sponsored · 🌐



Pour une retraite sécuritaire et confortable, renseignez-vous sur les avantages du Régime de pensions du Canada, et bien d'autres.



canada.ca/aines

Mais il y a plus à savoir.

[Learn more](#)

Une publication Facebook montrant une femme autochtone qui danse. Le texte se lit comme suit : “Pour une retraite sécuritaire et confortable, renseignez-vous sur les avantages du Régime de pensions du Canada, et bien d'autres. Les aînés en savent beaucoup mais il y a plus à savoir. Canada.ca/aines”



Aînés au Canada
Sponsored · 🌐



Pour vieillir en santé, informez-vous sur l'activité physique, la nutrition et la prévention des chutes.



Les aînés en savent beaucoup

Canada

canada.ca/aines

Mais il y a plus à savoir.

Learn more

Une publication sur Facebook montrant deux aînés dansant dans une maison. Le texte se lit comme suit : “Pour vieillir en santé, informez-vous sur l'activité physique, la nutrition et la prévention des chutes. Les aînés en savent beaucoup mais il y a plus à savoir. Canada.ca/aines”



Aînés au Canada

Sponsored · 🌐



Pour une retraite sécuritaire et confortable, renseignez-vous sur les avantages du Régime de pensions du Canada, et bien d'autres.



Les aînés en savent beaucoup

Canada

canada.ca/aines

Mais il y a plus à savoir.

Learn more

Une publication sur Facebook montrant un homme âgé utilisant un ordinateur. Le texte se lit comme suit : “Pour une retraite sécuritaire et confortable, renseignez-vous sur les avantages du Régime de pensions du Canada, et bien d'autres. Les aînés en savent beaucoup mais il y a plus à savoir. [Canada.ca/aines](https://canada.ca/aines)”

Publicités imprimées



Les aînés en savent beaucoup, mais il y a toujours plus à savoir.

Pour vieillir en toute sécurité, renseignez-vous sur les programmes, services et ressources accessibles aux aînés.

Rendez-vous à Canada.ca/aines ou appelez au 1 800 O-Canada (1 800 622-6232)

 Gouvernement du Canada / Government of Canada



Image d'aînés dans un café. Le texte se lit comme suit : "Les aînés en savent beaucoup mais il y a toujours plus à savoir. Pour vieillir en toute sécurité, renseignez-vous sur les programmes, services et ressources accessibles aux aînés. Rendez-vous à Canada.ca/aines ou appelez au 1 800 O-Canada (1 800 622-6232)"