



Public Safety
Canada

Sécurité publique
Canada

Campagne de sensibilisation à la préparation aux situations d'urgence de base et de suivi – OECP

Rapport méthodologique

Préparé pour Sécurité publique Canada

Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos

Numéro de contrat : CW2247851

Valeur du contrat : 78 919,20 \$

Date d'attribution : 22 décembre 2022

Date de livraison : 30 avril 2023

Numéro d'enregistrement : POR 078-22

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à l'adresse suivante :

ps.communications-communications.sp@canada.ca.

Ce rapport est également disponible en anglais

ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

Je certifie par la présente, en tant que cadre supérieur d'Ipsos, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et les Procédures 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "M. Colledge". The signature is stylized and written in a cursive-like font.

Mike Colledge
Président
Affaires publiques Ipsos

Campagne de sensibilisation à la préparation aux situations d'urgence de base et de suivi – OECP
Rapport méthodologique

Préparé pour Sécurité publique Canada
Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos
Avril 2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente la méthodologie du sondage en ligne de la campagne de sensibilisation à la préparation aux situations d'urgence de base et de suivi de l'OECP réalisé par Affaires publiques Ipsos au nom de Sécurité publique Canada. Le sondage initial a été mené auprès d'un échantillon de n = 2 006 Canadiens âgés de 25 à 55 ans, du 31 janvier au 8 février 2023. Le sondage de suivi a été réalisé auprès d'un échantillon de n = 2 008 Canadiens âgés de 25 à 55 ans, du 15 au 24 mars 2023.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue de Sécurité publique Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Sécurité publique Canada à l'adresse ps.communications-communications.sp@canada.ca ou à l'adresse suivante :

Sécurité publique Canada
269, avenue Laurier Ouest
Ottawa
(Ontario) K1A 0K8

Numéro de catalogue :
PS9-29/1-2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :
978-0-660-47717-6

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 078-22)
Numéro de catalogue PS9-29/1-2023E-PDF (rapport définitif, en français)

ISBN 978-0-660-47715-2

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2023

Table des matières

1. Contexte	1
2. Objectifs de la recherche.....	1
3. Méthodologie.....	2
3.1 Échantillon en ligne	2
3.2 Recrutement des participants	3
4. Annexe.....	7
4.1 Version française du questionnaire en ligne initial.....	7
4.2 Version française du questionnaire en ligne après la campagne.....	15

Sommaire

1. Contexte

Au Canada, la fréquence et la gravité des catastrophes naturelles augmentent. Certaines des années les plus coûteuses en matière de pertes liées aux catastrophes ont eu lieu au cours de la dernière décennie au Canada. Les pertes liées aux catastrophes continueront probablement d'augmenter dans un avenir proche, en partie en raison des changements climatiques, dont les effets se font déjà sentir partout au Canada, augmentant la fréquence et l'intensité des dangers.

Un élément clé de la construction d'un Canada plus fort et plus résilient est de donner aux citoyens les moyens de s'informer et de prendre des mesures pour atténuer les risques pour leurs biens et leur sécurité personnelle. Une campagne publicitaire nationale visera à éduquer et à informer un large éventail de Canadiens sur les risques auxquels ils pourraient potentiellement s'exposer dans leur région. Cette initiative publicitaire vise à accroître l'état de préparation des Canadiens en cas de catastrophe et d'urgence, ce qui contribuera non seulement à réduire les coûts financiers de l'intervention et du rétablissement en cas de catastrophe, mais aussi à accroître la résilience de tous les individus et de toutes les collectivités au Canada.

La campagne nationale comprendra la poursuite de la campagne à succès de préparation aux situations d'urgence lancée en mars 2021 et permettra de rafraîchir la marque et ses actifs existants. Cette campagne publicitaire ciblera les Canadiens âgés de 25 à 55 ans, les nouveaux arrivants au Canada et les individus dont le statut socioéconomique est moins élevé et qui sont moins susceptibles de connaître les risques propres à leur région.

L'équipe de marketing de Sécurité publique Canada (SPC) aimerait effectuer une recherche sur l'opinion publique (ROP) pour évaluer à la fois la campagne de base et de suivi au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECPC) pour déterminer l'efficacité du rappel des messages publicitaires.

La valeur de ce contrat, TVH comprise, est de 78 919,20 \$.

2. Objectifs de la recherche

Les objectifs de la recherche pour l'évaluation de précampagne (OECPC) sont d'évaluer et de suivre ultérieurement la performance de la campagne à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires, conformément à la Politique sur les communications du gouvernement du Canada. Les résultats des tests de l'OECPC permettent une comparaison avec les campagnes passées et futures, fournissant ainsi des informations précieuses sur les tendances pour le département et permettant à Sécurité publique Canada d'évaluer le rendement de cette campagne et d'en améliorer les phases futures.

Les objectifs de recherche de l'OECPC (Outil d'évaluation des campagnes publicitaires) sont les suivants :

- Déterminer si les gens ont vu les publicités associées à la campagne
- Déterminer où les publicités ont été vues
- Mesurer le rappel d'éléments précis de la campagne
- Déterminer les changements d'attitudes et de comportements à la suite de la campagne publicitaire

Un sondage initial a été mené avant la diffusion des publicités dans les médias et le sondage post-campagne, utilisant le même échantillon permanent en ligne, et après la diffusion des publicités dans les médias. Les deux sondages ont posé des questions similaires afin de permettre des comparaisons.

La recherche pour l'évaluation de post-campagne est menée pour évaluer et suivre la performance de la campagne à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF), conformément à la Politique sur les communications du gouvernement du Canada.

La Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada exige l'évaluation de toutes les campagnes publicitaires de plus d'un million de dollars par le biais de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF).

Public cible

Le public cible des deux sondages était le suivant :

- Population canadienne générale âgée de 25 à 55 ans
- Nouveaux arrivants au Canada
- Canadiens dont le statut socioéconomique est moins élevé
- Communautés autochtones

Public cible secondaire :

- Propriétaires canadiens de résidence et de biens

3. Méthodologie

3.1 Échantillon en ligne

Ce projet comprenait deux (2) vagues du sondage : un sondage initial et un sondage post-campagne. Les deux sondages ont été réalisés en ligne à l'aide d'un comité en ligne non probabiliste. Il s'agit de l'approche standard pour tous les sondages d'évaluation de la publicité du gouvernement du Canada. Le sondage initial a été mené avant le lancement de la campagne alors que le sondage de suivi a été mené après la fin de la campagne.

Les répondants au sondage ont été tirés des échantillons choisis par un fournisseur de panels partenaire de confiance, Canadian Viewpoint Inc. Le sondage initial a été mené auprès d'un échantillon de n = 2 006 Canadiens âgés de 25 à 55 ans. Le sondage de suivi a été réalisé auprès d'un échantillon de n = 2 008 Canadiens âgés de 25 à 55 ans. Les entretiens se sont déroulés dans la langue de leur choix, soit en anglais ou en français.

Pour le sondage initial, une évaluation préliminaire a été menée le 31 janvier 2023. Celle-ci a obtenu 40 réponses (19 en anglais et 21 en français) pour confirmer la durée du sondage avant le déploiement complet du questionnaire. Une question ouverte était posée à la fin du sondage, permettant d'indiquer tout

problème, toute question ou tout énoncé imprécis. Aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 1^{er} et le 8 février 2023.

Pour le sondage de suivi, un prétest a été réalisé le 15 mars 2023. Celui-ci a obtenu 31 réponses (16 en anglais et 15 en français). Une question ouverte était posée à la fin du sondage, permettant d'indiquer tout problème, toute question ou tout énoncé imprécis. Encore une fois, aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 16 mars et le 24 mars 2023.

Pour les deux sondages, des quotas ont été fixés pour assurer une représentation adéquate par région, âge et sexe, selon les dernières données de recensement. En fin de compte, dans le cadre des retombées naturelles, nous avons obtenu nos objectifs sans avoir à suréchantillonner. Les chiffres non pondérés sont présentés ci-dessous.

	Sondage initial	Sondage de suivi
Canadiens dont le statut socioéconomique est moins	435	384
Communautés autochtones	75	87
Nouveaux arrivants au Canada (moins de 10 ans au	186	186
Propriétaires	1 070	1 111

La méthodologie d'échantillonnage a utilisé des invitations par courriel et la technologie du routeur pour inviter les participants. Chaque participant a reçu un lien URL unique. Ce lien ne pouvait être utilisé qu'une seule fois, les répondants étant autorisés à faire une pause pendant le processus et à revenir le terminer plus tard. En moyenne, les entretiens en ligne ont été réalisés en 7 minutes pour le sondage initial et en 10 minutes pour le sondage de suivi.

3.2 Recrutement des participants

Source de l'échantillon

Ipsos s'est associée au sous-traitant Canadian Viewpoint Inc (CVI), qui possède l'un des plus grands panels de consommateurs avec environ 300 000 panélistes actifs. Comme Ipsos, Canadian Viewpoint utilise des stratégies mixtes (par téléphone, en ligne et en personne) pour former son panel afin d'obtenir des échantillons plus représentatifs. Le panel de consommateurs en ligne de Canadian Viewpoint est également recruté à l'aide de sélectionneurs de publications lors de sondages téléphoniques, de Facebook, de listes approuvées en ligne et lors d'études en personne. Les incitatifs n'ont pas été utilisés à des fins de recrutement pour garantir la qualité, mais les répondants ont été récompensés d'avoir répondu au sondage de façon directement proportionnelle au temps nécessaire pour le faire et avec des incitatifs comparables offerts par d'autres sources de panel en ligne.

Les données complètes relatives au profilage du contexte ont été recueillies lorsque les répondants se sont joints au panel au moyen de questions de présélection, ce qui permet de cibler les répondants en fonction de critères clés, tels que la région, l'âge, le sexe, le niveau d'études et de revenu, l'intention d'acheter une maison dans les 12 mois, la profession et d'autres caractéristiques.

Le sondage en ligne a été mené à l'aide de la technologie d'entretien en ligne assisté par ordinateur. Chaque panéliste s'est inscrit ou a choisi de participer à des sondages de recherche. Les panélistes qui répondaient à nos critères ont été sélectionnés au hasard et ont reçu une invitation par courriel pour répondre au sondage. Les participants avaient le choix de répondre au sondage en anglais ou en français.

La plateforme de sondage était conforme à la Loi de sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario (LAPHO), conformément aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG 2.0AA).

Mesures incitatives et mesures de contrôle de la qualité

Canadian Viewpoint utilise une approche multidimensionnelle en matière de qualité, intégrant des mesures de contrôle et des pratiques exemplaires à chaque phase du processus. Les membres du panel proviennent de diverses sources entièrement certifiées. Une équipe dédiée surveille le rendement de chaque source à l'aide de boucles de rétroaction et de rapports continus pour prévenir la fraude. Notre équipe dédiée surveille les panels à la recherche de comportements potentiellement frauduleux et empêche les personnes fautives de participer aux sondages en appliquant des mesures de protection, y compris les suivantes :

- Un processus d'authentification de l'inscription double.
- Des mesures incitatives monétaires, sous forme de chèques, pour assurer la confirmation de l'identité des panélistes.
- Les répondants nous fournissent des renseignements légitimes sur leur identité et leur adresse afin de pouvoir recevoir leur chèque incitatif.
- L'examen immédiat des adresses de courriel suspectes, des comportements suspects ou des réponses irréalistes.
- L'expulsion rapide et définitive des contrevenants.
- CVI travaille avec nos clients pour mettre en place des mesures de contrôle de la qualité des données personnalisées pour les sondages que nous menons. Lorsque nous fournissons un échantillon uniquement, le client est responsable de mettre en place ses propres mesures de contrôle de la qualité des données.
- Nous limitons les invitations à trois par semaine. Le répondant moyen reçoit 1,38 sondage par mois de la part d'Ipsos et répond à 5 à 6 sondages par année.
- CVI conserve l'historique de participation, la date d'inscription et la source du répondant dans son dossier. L'analyse de projet de ces données peut être fournie sur demande à nos clients.
- La vérification exclusive est un ensemble de procédures de contrôle de la qualité, y compris les empreintes digitales numériques, la vérification des adresses à l'aide des bases de données de l'USPS (standard aux États-Unis et au Canada) et la vérification par un tiers sur demande.

Pondération de l'échantillon

Le tableau ci-dessous montre les distributions non pondérées et pondérées de l'échantillon en ligne. Une pondération a été appliquée à l'échantillon afin que les données finales reflètent la population adulte générale

par région, âge et genre selon le recensement de 2021. Une technique de méthode itérative aléatoire a été appliquée pour la pondération.

Échantillon en ligne pondéré et non pondéré

	Sondage initial		Sondage de suivi	
	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré	Taille de l'échantillon non pondéré	Taille de l'échantillon pondéré
Canada	2 006	2 006	2 008	2 008
Région				
Colombie-Britannique et Yukon	282	263	247	263
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	222	253	196	253
Prairies (Manitoba et Saskatchewan) et Nunavut	142	124	126	124
Ontario	763	774	805	775
Québec	461	469	482	470
Canada atlantique	136	122	152	122
Genre				
Homme	992	980	876	983
Femme	1 000	1 012	1 122	1 015
Divers/Je préfère ne pas répondre	14	14	10	10
Âge				
25 à 34 ans	618	633	607	634
35 à 44 ans	624	613	641	614
45 ans et plus	764	760	760	760

Les chiffres présentés dans le tableau ci-dessus montrent des différences minimales entre les échantillons non pondérés et pondérés. En raison de la forte représentativité des données non pondérées, le facteur de pondération le plus important appliqué à un répondant est de 1,29, ce qui se situe dans une fourchette acceptable pour un sondage auprès de la population générale.

Statistiques sur les courriels

Un routeur a été utilisé pour ce sondage. Par conséquent, il est impossible de calculer le taux de réponse. Cependant, le taux de participation au sondage initial était de 96 % et celui du sondage de suivi de 93 %. Le taux de participation est calculé comme suit : (remplis - qualifiés + contingent d'extra + terminés)/clic publicitaire.

Achèvements	Sondage initial	Sondage de suivi
Clic publicitaire	3 112	4 126

– Questionnaires partiellement remplis	128	235
– Terminés	362	812
– Contingent d’extra	616	1 030
Remplis – Qualifiés	2 006	2 008
Taux de participation	96 %	93 %

Analyse des non-réponses

Les résultats de ce sondage ne sont pas statistiquement projetables à la population cible, car la méthode d’échantillonnage utilisée ne garantit pas que l’échantillon représente la population cible avec une marge d’erreur d’échantillonnage connue. Les pourcentages rapportés ne peuvent pas être généralisés à un groupe autre que l’échantillon étudié, et donc aucune inférence statistique formelle ne peut être tirée entre les résultats de l’échantillon et la population cible plus large qu’il est censé refléter. Les données ont été pondérées pour refléter la composition démographique des adultes canadiens âgés de 22 ans à 55 ans.

Le tableau ci-dessous compare les échantillons non pondérés du sondage aux résultats du recensement de 2021 par région, âge et genre.

	Sondage initial		Sondage de suivi	
	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021	Pourcentage non pondéré	Proportions du recensement de 2021
Région*				
Colombie-Britannique et Yukon	14 %	13 %	12 %	13 %
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	11 %	13 %	10 %	13 %
Prairies (Manitoba et Saskatchewan) et Nunavut	7 %	6 %	6 %	6 %
Ontario	38 %	39 %	40 %	39 %
Québec	23 %	23 %	24 %	23 %
Atlantique	7 %	6 %	8 %	6 %
Genre*				
Homme	49 %	49 %	44 %	49 %
Femme	50 %	51 %	56 %	51 %
Divers/Je préfère ne pas répondre	1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Âge*				
25 à 34 ans	31 %	32 %	30 %	32 %
35 à 44 ans	31 %	31 %	32 %	31 %
45 ans et plus	38 %	38 %	38 %	38 %

* Indique les variables incluses dans le système de pondération.

Les différences entre les variables intégrées dans le barème de pondération sont minimales. La répartition de l’échantillon est uniforme, et les différences sont légères entre les pourcentages non pondérés et les données du recensement de 2021.

4. Annexe – Questionnaire du sondage

4.1 Questionnaire initial en français

INTRODUCTION

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. Préférez-vous continuer en français ou en anglais? / Do you prefer to continue in English or French?

- Anglais / English
- Français / French

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ dix minutes pour répondre au sondage.

DÉBUT DU SONDAGE

Cliquez ici pour vérifier l'authenticité de ce sondage. Cliquez ici pour consulter notre politique de confidentialité.

Si vous avez besoin d'assistance technique, veuillez contacter Daniel Kunasingam à daniel.kunasingam@ipsos.com

a) Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez toutes les réponses applicables.

- Une firme de recherche en marketing
- Un magazine ou un quotidien
- Une agence de publicité ou de conception graphique
- Un parti politique
- Une station radiophonique ou de télévision
- Une firme de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou provincial
- Aucune de ces organisations **[Réponse exclusive]**

SI « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

b) Êtes-vous...

- de genre masculin
- de genre féminin
- de diverses identités de genre

c) Quelle est votre année de naissance?

AAAA

TRANCHE ADMISSIBLE 1967-2006

SI L'ANNÉE <> 1967-2006, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE.

d) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEULE CATÉGORIE.

- Moins de 18 ans
- 18 à 24
- 25 à 34
- 35 à 44
- 45 à 54
- 55 à 64
- 65 et plus

SI LE RÉPONDANT A MOINS DE 25 ANS OU PLUS DE 55 ANS, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

E) Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE PROVINCE OU QU'UN TERRITOIRE.

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon
- Je ne vis pas au Canada **[REMERCIER ET TERMINER]**

F1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de moins de 19 ans?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants) **[ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE] [RÉPONSES POSSIBLES : ENTRE 1 ET 10]**

Non

[Si Oui à la question F1 poser la question F2, autrement passer à la question QG]

F2. Veuillez indiquer l'âge de votre/vos enfant(s) ci-dessous. Si votre enfant a moins de 1 an, veuillez inscrire 0

Enfant n° 1 [ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE, ENTRE 0 ET 4]

Enfant n° 2 [ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE, ENTRE 0 ET 4]

[INSÉRER DES ZONES DE TEXTE CORRESPONDANT AU NOMBRE D'ENFANTS - ENFANT 1, ENFANT 2, ENFANT 3,...ENFANT 10]

QUESTIONS DE BASE

À POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

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

- Oui
- Non

=> ALLER À T1A

Q2 : Effacée

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

Q4 : Effacée

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

À POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A : Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada sur la préparation aux situations d'urgence, telles qu'une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité?

- Oui
- Non

=> ALLEZ À T1D

T1B : Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur la préparation aux urgences? Sélectionnez toutes les réponses applicables.

Sélectionnez toutes les réponses applicables

Publications imprimées	
Feuillet/brochure/carte postale (par courrier)	Journal imprimé
Magazine imprimé	
Radio/télédiffusions	
Radio	Télévision
En ligne / numériques	
TV numérique/en continu (p. ex. Netflix, Disney+)	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continu (p. ex. Spotify, Baladodiffusion)
Par appli mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Web	Twitter
LinkedIn	Jeu vidéo
Sites de nouvelles en ligne	Recherche Web (p. ex. Google, Bing)
Pinterest	YouTube
À l'extérieur de la maison (affichage intérieur et extérieur)	

Voici des exemples de lieux d'affichage.	
Veillez sélectionner les lieux qui s'appliquent ou ajoutez ceux qui sont propres à la campagne.	
Aréna/stade	Panneaux d'autoroute
Aéroport	Affichage à un point de vente
Cinéma	Restaurant
Campus	Toilettes
Panneau numérique	Centre commercial
Bureau du médecin	Pharmacie
Ascenseur	En déplacement (p. ex. À l'intérieur ou l'extérieur d'un autobus/du métro ou dans un abribus)
Option(s) obligatoire(s)	
Autre (précisez) :	

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

À POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1D. Sauriez-vous où trouver des informations sur la manière de se préparer à une urgence, telle qu'une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité?

Oui

Non

Ne sait pas

[SI OUI POSER LA QUESTION T2D; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T3D]

T2D. Vers quelle source vous tourneriez-vous?

[zone de texte]

Ne sait pas

T3D. Le gouvernement du Canada a créé un site Web conçu pour aider les Canadiens à se préparer à des situations d'urgence telles qu'une catastrophe naturelle ou un événement lié aux conditions météorologiques. Il fournit une variété d'informations, notamment sur ce qu'il faut faire avant, pendant et après une catastrophe naturelle, sur l'élaboration d'un plan d'urgence et sur la composition d'une trousse d'urgence. Avant aujourd'hui, connaissiez-vous ce site Web?

Oui

Non

Ne sait pas

[SI OUI POSER LA QUESTION T4D; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T5D]

T4D. Quel est le nom du site web? Veuillez inscrire l'adresse URL ci-dessous.

[zone de texte]

Ne sait pas

T5D. Le site Web dont nous parlons est preparez-vous.ca, avez-vous déjà visité ce site Web auparavant?

Oui

Non

Ne sait pas

T6D. Au cours des 12 derniers mois, est-ce que vous ou un membre de votre famille avez pris des mesures pour préparer votre maison à une urgence météorologique ou à une catastrophe naturelle comme une violente tempête de neige, une inondation ou une panne de courant, etc.?

Oui

Non

Ne sait pas

[SI OUI POSER LA QUESTION T6D2; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T7D]

T6D2. Quelle mesure vous ou un membre de votre famille avez prise?

[zone de texte]

Ne sait pas

T7D. À votre connaissance, quel est le risque que votre maisonnée soit exposée à une urgence météorologique ou à une catastrophe naturelle comme une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité, etc.?

RANGÉES DU TABLEAU

Violente tempête de neige

Inondation

Panne d'électricité

COLLONNES DU TABLEAU

Très grand risque

Risque moyen

Risque faible

Aucun risque

T8D. À quel point êtes-vous inquiet devant le risqué que votre maisonnée soit touché par une urgence météorologique ou une catastrophe naturelle?

Très inquiet

Moyennement inquiet

Pas très inquiet

Pas inquiet du tout

Ne sait pas

Pretest 1: Y avait-il un élément du sondage d'aujourd'hui qui portait à confusion?

Oui (précisez, s.v.p.)

Non

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

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)
- Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travailleur/travailleuse autonome
- Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- Étudiant(e) à temps plein
- Retraité(e)

- À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi)
 - Autre situation
-

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.

- Huitième année
 - Quelques années d'études secondaires
 - Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
 - Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
 - Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
 - Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
 - Baccalauréat
 - Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat
-

D3 : Effacée

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE.

- Moins de 20 000 \$
 - Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
 - Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
 - Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
 - Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
 - Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
 - 150 000 \$ et plus
 - Préfère ne pas répondre
-

D5 : Où êtes-vous né(e)?

- Au Canada
- À l'étranger

↳ Précisez quel pays :

DEMANDEZ SI D5=NÉ(E) À L'ÉTRANGER

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

AAAA

PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2020

D7 : Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez encore aujourd'hui?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

Anglais

Français

Autre langue; veuillez préciser _____

D8. Êtes-vous membre des Premières Nations, Métis ou Inuit?

SÉLECTIONNEZ UNE SEULE RÉPONSE.

Oui

Non

Préfère ne pas répondre

D11. Quelle est la situation qui correspond le mieux à la vôtre?

SÉLECTIONNEZ UNE SEULE RÉPONSE.

Est propriétaire d'une maison

Est propriétaire d'un condo ou d'un logement en coopérative

Est locataire

Vit avec ses parents ou d'autres membres de la famille

Autre

Préfère ne pas répondre

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Sécurité publique Canada.

Dans les mois à venir, le rapport sera disponible à Bibliothèque et Archives Canada.

Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps d'y participer.

4.2 Questionnaire de suivi en français

INTRODUCTION

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. Préférez-vous continuer en français ou en anglais? / Do you prefer to continue in English or French?

- Anglais / English
- Français / French

Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles. Il faut environ cinq minutes pour répondre au sondage.

DÉBUT DU SONDAJE

Cliquez ici pour vérifier l'authenticité de ce sondage. Cliquez ici pour consulter notre politique de confidentialité.

Si vous avez besoin d'assistance technique, veuillez contacter Daniel Kunasingam à daniel.kunasingam@ipsos.com

e) Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez toutes les réponses applicables.

- Une firme de recherche en marketing
- Un magazine ou un quotidien
- Une agence de publicité ou de conception graphique
- Un parti politique
- Une station radiophonique ou de télévision
- Une firme de relations publiques
- Le gouvernement fédéral ou provincial
- Aucune de ces organisations [**Réponse exclusive**]

SI « AUCUNE DE CES ORGANISATIONS », POURSUIVEZ. SINON, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAJE.

f) Êtes-vous...

- de genre masculin
- de genre féminin
- de diverses identités de genre

g) Quelle est votre année de naissance?

AAAA

TRANCHE ADMISSIBLE 1967-2006

SI L'ANNÉE <> 1967-2006, REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION C EST VIDE.

h) À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE SEULE CATÉGORIE.

- Moins de 18 ans
- 18 à 24
- 25 à 34
- 35 à 44
- 45 à 54
- 55 à 64
- 65 et plus

SI LE RÉPONDANT A MOINS DE 25 ANS OU PLUS DE 55 ANS, REMERCIEZ-LE ET METTEZ FIN AU SONDAGE.

E) Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

NE CHOISIR QU'UNE PROVINCE OU QU'UN TERRITOIRE.

- Alberta
- Colombie-Britannique
- Manitoba
- Nouveau-Brunswick
- Terre-Neuve-et-Labrador
- Territoire du Nord-Ouest
- Nouvelle-Écosse
- Nunavut
- Ontario
- Île-du-Prince-Édouard
- Québec
- Saskatchewan
- Yukon
- Je ne vis pas au Canada **[REMERCIER ET TERMINER]**

F1. Êtes-vous le parent ou le tuteur légal d'un enfant âgé de moins de 19 ans?

Oui (veuillez indiquer le nombre d'enfants) **[ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE] [RÉPONSES POSSIBLES : ENTRE 1 ET 10]**

Non

[Si Oui à la question F1 poser la question F2, autrement passer à la question QG]

F2. Veuillez indiquer l'âge de votre/vos enfant(s) ci-dessous. Si votre enfant a moins de 1 an, veuillez inscrire 0

Enfant n° 1 [ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE, ENTRE 0 ET 4]

Enfant n° 2 [ZONE DE TEXTE POUR VALEUR NUMÉRIQUE, ENTRE 0 ET 4]

[INSÉRER DES ZONES DE TEXTE CORRESPONDANT AU NOMBRE D'ENFANTS - ENFANT 1, ENFANT 2, ENFANT 3,...ENFANT 10]

QUESTIONS DE BASE

À POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

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

- Oui
- Non

=> ALLER À T1A

Q2 : Effacée

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

Q4 : Effacée

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE

À POSER À TOUS LES RÉPONDANTS.

T1A : Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada sur la préparation aux situations d'urgence, telles qu'une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité?

- Oui
- Non

=> ALLEZ À T1D

T1B : Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité sur la préparation aux urgences? Sélectionnez toutes les réponses applicables.

Sélectionnez toutes les réponses applicables

Publications imprimées	
Feuillet/brochure/carte postale (par courrier)	Journal imprimé
Magazine imprimé	
Radio/télédiffusions	
Radio	Télévision
En ligne / numériques	
TV numérique/en continu (p. ex. Netflix, Disney+)	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continu (p. ex. Spotify, Baladodiffusion)
Par appli mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Web	Twitter
LinkedIn	Jeu vidéo
Sites de nouvelles en ligne	Recherche Web (p. ex. Google, Bing)
Pinterest	YouTube
À l'extérieur de la maison (affichage intérieur et extérieur)	
<p>Voici des exemples de lieux d'affichage.</p> <p>Veillez sélectionner les lieux qui s'appliquent ou ajoutez ceux qui sont propres à la campagne. [Veillez ne pas montrer]</p>	
Aréna/stade	Panneaux d'autoroute

Aéroport	Affichage à un point de vente
Cinéma	Restaurant
Campus	Toilettes
Panneau numérique	Centre commercial
Bureau du médecin	Pharmacie
Ascenseur	En déplacement (p. ex. À l'intérieur ou l'extérieur d'un autobus/du métro ou dans un abribus)
Option(s) obligatoire(s)	
Autre (précisez)	

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

ASK ALL RESPONDENTS

T1D. Sauriez-vous où trouver des informations sur la manière de se préparer à une urgence, telle qu'une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[SI OUI POSER LA QUESTION T2D; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T3D]

T2D. Vers quelle source vous tourneriez-vous?

- [text box]
- Don't know

T3D. Le gouvernement du Canada a créé un site Web conçu pour aider les Canadiens à se préparer à des situations d'urgence telles qu'une catastrophe naturelle ou un événement lié aux conditions météorologiques.

Il fournit une variété d'informations, notamment sur ce qu'il faut faire avant, pendant et après une catastrophe naturelle, sur l'élaboration d'un plan d'urgence et sur la composition d'une trousse d'urgence. Avant aujourd'hui, connaissiez-vous ce site Web?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

[SI OUI POSER LA QUESTION T4D; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T5D]

T4D. Quel est le nom du site web? Veuillez inscrire l'adresse URL ci-dessous.

- [zone de texte]
 - Ne sait pas
-

T5D. Le site Web dont nous parlons est preparez-vous.ca, avez-vous déjà visité ce site Web auparavant?

- Oui
 - Non
 - Ne sait pas
-

T6D. Au cours des 12 derniers mois, est-ce que vous ou un membre de votre famille avez pris des mesures pour préparer votre maisonnée à une urgence météorologique ou à une catastrophe naturelle comme une violente tempête de neige, une inondation ou une panne de courant, etc.?

- Oui
- Non
- Ne sait pas / Incertain

[SI OUI POSER LA QUESTION T6D2; AUTREMENT, PASSER À LA QUESTION T7D]

T6D2. Quelle mesure vous ou un membre de votre famille avez prise?

- [zone de texte]
 - Ne sait pas
-

T7D. À votre connaissance, quel est le risque que votre maisonnée soit exposée à une urgence météorologique ou à une catastrophe naturelle comme une violente tempête de neige, une inondation ou une panne d'électricité, etc.?

RANGÉES DU TABLEAU

Violente tempête de neige
Inondation
Panne d'électricité

COLLONNES DU TABLEAU

Très grand risque
Risque moyen
Risque faible
Aucun risque

T8D. À quel point êtes-vous inquiet devant le risqué que votre maisonnée soit touché par une urgence météorologique ou une catastrophe naturelle?

Très inquiet
Moyennement inquiet
Pas très inquiet
Pas inquiet du tout
Ne sait pas

QUESTIONS SUR LE RAPPEL DES ANNONCES [POSEZ UNIQUEMENT DANS LE SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE]

T1H : Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour les visionner.

[INSÉREZ 2 VIDÉOS DANS CHAQUE LANGUE]

[CLIQUEZ POUR PASSER À LA PAGE SUIVANTE]

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

- Oui
- Non

=> PASSEZ À T1J

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

[REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI AJOUTER D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES RUBRIQUES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Publications imprimées	
Feuillet/brochure/carte postale (par courrier)	Journal imprimé
Magazine imprimé	
Radio/télédiffusion	
Radio	Télévision
En ligne/numérique	
Télévision numérique/en continu (p. ex., Netflix, Disney+)	Snapchat
Facebook	Radio numérique/en continu (p. ex., Spotify, baladodiffusion)
Appli mobile	TikTok
Instagram	Twitch
Site Web	Twitter
LinkedIn	Jeux vidéo
Sites Web de nouvelles	Recherche en ligne (p. ex., Google, Bing)
Pinterest	YouTube
À l'extérieur de la maison (affichage intérieur et extérieur)	
<p>Voici des exemples de lieux d'affichage.</p> <p>Veillez sélectionner les lieux qui s'appliquent ou ajoutez ceux qui sont propres à la campagne.</p> <p>[ne pas afficher]</p>	
Aréna/stade	Panneau d'autoroute
Aéroport	Affichage à un point de vente
Cinéma	Restaurant

Campus	Toilettes
Panneau numérique	Centre commercial
Bureau du médecin	Pharmacie
Ascenseur	En déplacement (p. ex., à l'intérieur ou l'extérieur d'un autobus/du métro ou dans un abribus)
Option(s) obligatoire(s)	
Autre (précisez)	

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

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

ÉNONCÉS ALÉATOIRES

	1	2	3	4	5
	Fortement en désaccord				Fortement d'accord
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités me sont pertinentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités sont difficiles à suivre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités traitent d'un sujet important	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités fournissent de nouveaux renseignements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ces publicités communiquent clairement que le gouvernement du Canada [INSERT CAMPAIGN TOPIC AREA]	<input type="radio"/>				
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Pretest 1 : Y avait-il un élément du sondage d'aujourd'hui qui portait à confusion?

Oui (précisez, s.v.p.)

Non

QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

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)
- Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- Travailleur/travailleuse autonome
- Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- Étudiant(e) à temps plein
- Retraité(e)
- À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi, mais pas à la recherche d'un emploi)
- Autre situation

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.

- Huitième année
- Quelques années d'études secondaires
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire
- Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat

D3 : Effacée

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

NE CHOISIR QU'UNE SEULE RÉPONSE.

- Moins de 20 000 \$
- Entre 20 000 \$ et 40 000 \$
- Entre 40 000 \$ et 60 000 \$
- Entre 60 000 \$ et 80 000 \$
- Entre 80 000 \$ et 100 000 \$
- Entre 100 000 \$ et 150 000 \$
- 150 000 \$ et plus
- Préfère ne pas répondre

D5: Où êtes-vous né(e)?

- Au Canada
- À l'étranger

→ Précisez quel pays :

DEMANDEZ SI D5=NÉ(E) À L'ÉTRANGER

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

AAAA

PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2020

D7 : Quelle est la première langue que vous avez apprise lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez encore aujourd'hui?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

Anglais

Français

Autre langue; veuillez préciser _____

D8. Êtes-vous membre des Premières Nations, Métis ou Inuit?

SÉLECTIONNEZ UNE SEULE RÉPONSE.

- Oui
 - Non
 - Préfère ne pas répondre
-

D11. Quelle est la situation qui correspond le mieux à la vôtre?

SÉLECTIONNEZ UNE SEULE RÉPONSE.

- Est propriétaire d'une maison
 - Est propriétaire d'un condo ou d'un logement en coopérative
 - Est locataire
 - Vit avec ses parents ou d'autres membres de la famille
 - Autre
 - Préfère ne pas répondre
-

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