



Emploi et
Développement social Canada

Employment and
Social Development Canada

2023-2024 Évaluation de la campagne publicitaire Services pour les aînés

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 : CW2325136

Valeur du contrat : 70 314,25 \$ (taxes incluses)

Date d'attribution des services : 4 août 2023

Date de livraison des services : 12 février 2024

Numéro d'enregistrement : POR 029-23

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 

2023-2024 Évaluation de la campagne publicitaire Services pour les aînés

Rapport méthodologique de l'OECP

Préparé pour Emploi et développement social Canada (EDSC)

Nom du fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.

Date: 12 février 2024

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).

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.

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

Numéro de catalogue : Em12-83/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-69807-6

This publication is also available in English under the title: 2023-2024 Services for Seniors Advertising Campaign Evaluation: ACET methodological report.

Numéro de catalogue : Em12-83/2024E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-69806-9

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, 2024

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	23
D.	Publicités de la campagne	36

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, 2021-2022 et 2022-2023 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 âgés 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 était de plus d'un million de dollars, une recherche sur l'opinion publique était requise, comme le veut la directive sur la gestion des communications du Conseil du trésor, au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OÉCP), fourni par le Secrétariat des communications et consultation du Bureau du Conseil privé (BCP), 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 2 028 Canadiens âgés de 55 ans ou plus, a eu lieu du 10 octobre au 22 octobre 2023. L'échantillon du sondage post-campagne comprenait 2 054 Canadiens, également âgés de 55 ans ou plus, et a eu lieu du 11 décembre au 20 décembre 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

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

recoupement de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement est réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la définition de Statistique Canada). Ainsi, avec ses quelque 120 000 membres, le panel Probit peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans le panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur.

L'annexe A fournit des détails sur la méthodologie utilisée lors du sondage d'avant campagne et du sondage post-campagne. Les questionnaires 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 70 314,25 dollars (TVH incluse).

D. CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

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

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

Signé par :



Susan Galley (Vice-présidente)

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 imprimées, des publicités extérieures (centres commerciaux, panneaux d'affichage, transports en communs, etc.), des vidéos numériques programmés, StackAdapt, des bannières web animées, des vidéos YouTube, et du marketing sur les moteurs de recherche (MMR). La campagne a duré 45 jours, soit du 1^{er} novembre au 15 décembre 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 huit minutes pour répondre au sondage de l'enquête initiale et onze minutes pour répondre au sondage de post-campagne. Avant son lancement, le sondage de référence d'avant-campagne a été mis à l'essai le 28 septembre auprès de 35 répondants (25 en anglais, 10 en français), alors la mise à l'essai du sondage post-campagne a eu lieu le 23 novembre auprès de 38 répondants (24 en anglais, 14 en français). Un essai préliminaire a été effectué pour s'assurer qu'il n'y avait aucun problème avec la logique de programmation, pour vérifier si le flux des questions était sensé, pour vérifier si des questions, des termes ou des catégories de réponses n'étaient pas clairs pour les répondants, et pour veiller à ce qu'il n'y ait aucun problème technique. Puisqu'aucun changement 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 2 028, recueilli entre le 10 octobre et le 22 octobre 2023. Le sondage de post-campagne a eu lieu du 11 décembre au 20 décembre 2023 et 2 054 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 :

Tableau 1: Répartition régionale de l'échantillon

Province/Région	Enquête initiale	Sondage de post-campagne
Colombie-Britannique & Yukon	273	283
Alberta & Territoires du Nord-Ouest	236	236
Manitoba & Saskatchewan & Nunavut	159	142
Ontario	767	772
Québec	451	485
Atlantique	142	136
Total	2 028	2 054

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

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

de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information*, et veillaient à ce que ces droits soient protégés au cours du processus de recherche. Les mesures suivantes ont donc été prises : informer les répondants du but de la recherche; nommer le ministère qui commanditait la recherche et le fournisseur de la recherche; informer les répondants du fait que leur participation à l'étude était volontaire et que les renseignements qu'ils fourniraient seraient protégés en vertu des dispositions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Les données ayant été recueillies, chaque base de données a été vérifiée pour en garantir la qualité. Le codage des questions ouvertes a aussi été mené à terme. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données du recensement de 2021 de Statistique Canada³ 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 les distributions non pondérées et pondérées de ces caractéristiques démographiques.

Tableau 2: Caractéristiques de l'échantillon pondéré et non-pondéré (l'enquête initiale et le sondage post-campagne)

Échantillon pondéré et non-pondéré par région pour l'enquête initiale		
Région	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Atlantique	142	154
Québec	451	493
Ontario	767	771
Manitoba / Saskatchewan / Nunavut	159	123
Alberta / Territoires du Nord-Ouest	236	197
Colombie-Britannique/Yukon	273	289

Échantillon pondéré et non-pondéré par âge pour l'enquête initiale		
Âge	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
55 à 64 ans	891	867
65 à 74 ans	655	673
75 ans et plus	482	489

Échantillon pondéré et non-pondéré par genre pour l'enquête initiale		
Genre	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré

³ Basé sur les données du recensement de 2021 de Statistique Canada (<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2021/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F>)

Homme	984	952
Femme	1 032	1 064
Diversité de genre	5	5

Échantillon pondéré et non-pondéré par région pour le sondage post-campagne		
Région	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Atlantique	136	157
Québec	485	500
Ontario	772	777
Manitoba / Saskatchewan / Nunavut	142	126
Alberta / Territoires du Nord-Ouest	236	198
Colombie-Britannique/Yukon	283	295

Échantillon pondéré et non-pondéré par âge pour le sondage post-campagne		
Âge	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
55 à 64 ans	911	879
65 à 74 ans	647	679
75 ans et plus	496	496

Échantillon pondéré et non-pondéré par genre pour le sondage post-campagne		
Genre	Échantillon non-pondéré	Échantillon pondéré
Homme	990	963
Femme	1 050	1 077
Diversité de genre	6	6

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 40,7 %, selon la formule recommandée par le gouvernement du Canada : le taux de réponse/taux de participation = $UR/(NR + UA + UR)$.

Pour le sondage de référence d'avant-campagne, en tout, 5 183 invitations par courriel ont été envoyées, dont 147 n'ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 5 036 cas. En tout, 2 028 cas valides ont complété le sondage et combinés à 203 autres membres jugés inadmissibles⁴, ce qui a permis de créer le numérateur des réponses dans le calcul du taux de réponse.

Pour le sondage de post-campagne, 5 988 invitations ont été envoyées, dont 243 n'ont pu être distribués au destinataire, pour un échantillon valide de 5 745 cas. En plus des 2 054 personnes qui ont complété le sondage, 195 personnes ont été jugées inadmissibles pour une participation au sondage, pour un taux de réponse est de 35,5 %.

Tableau 3: Taux de réponses – L'enquête initiale et le sondage post-campagne

	Sondage de référence d'avant-campagne	Sondage de post-campagne
Nombre total d'invitations	5 183	5 988
Non valides	203	195
Non résolus (NR)	2 797	3 422
Unités admissibles non répondantes (UA)	155	317
Unités répondantes (UR)	2 028	2 054
Taux de réponse UR/(NR + UA + UR)	40,7%	35,5%

La comparaison de chaque échantillon non pondéré avec les données du recensement de 2021 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, 26 % des répondants de l'enquête initiale et 27 % 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 (13 % dans l'enquête initiale et 13 % 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.

⁴ 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.

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 5 minutes à compléter.

[Cliquez ici](#) si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage en entrant le code de projet 20230929-EK424 et [ici](#) pour lire notre politique de confidentialité.

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

QORG [1,7]

Est-ce que vous ou un membre de votre foyer travaillez actuellement dans l'une 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

[AQAGEX not = 1968]	
Moins de 18 ans	1
[AQAGEX not = 1968]	
18 à 24 ans	2
[AQAGEX not = 1968]	
25 à 34 ans	3
[AQAGEX not = 1968]	
35 à 44 ans	4
45 à 54 ans	5
55 à 64 ans	6
[AQAGEX not = 1968]	
65 à 74 ans	7
[AQAGEX not = 1968]	
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 [1,12]

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
Magazines 2
Site Internet 4
Sites web de nouvelles 5
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing) 6
YouTube 7
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube) 8
Panneau d'affichage 9
Panneau d'affichage numérique 10
Centre commercial 11
Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus) 12
Autre, veuillez préciser : 77

T1C [1,3]

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

Veillez préciser: 77

T1D [1,3]

Savez-vous où trouver de l'information sur les programmes et services du gouvernement du Canada destinés aux Canadiens âgés et/ou aux aînés?

Oui – précisez où : 77
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e) 99

T1E [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	8
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

T1F_A

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

T1F_B

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

T1G_A [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

T1G_B [1,15]

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?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Prestations pour Anciens combattants	1
Budgétisation et gestion financière	2
Prestation dentaire canadienne	3
Régime de pensions du Canada	4
Prestations de survivant du Régime de pensions du Canada	5

Prestations pour proches aidants	6
Prévention de la fraude	7
Supplément de revenu garanti	8
Prestations de Supplément de revenu garanti pour époux ou conjoint de fait	9
Programmes de santé	10
Nouveaux Horizons pour les aînés Sécurité de la vieillesse	11
Sécurité de la vieillesse	12
Estimateur des prestations de la Sécurité de la vieillesse	13
Carrefour retraite (page Web sur les ressources et les outils de planification de la retraite)	14
Information sur les chutes	15
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)	99

T1G_C

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

T1G_D

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

T1G_E

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

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

PRET1G_F

À quelle fréquence visitez-vous les sites de médias sociaux suivants?

T1G_FA

Facebook	
Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FB

YouTube

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FC

Twitter/X

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FD

Instagram

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FE

LinkedIn

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FF

Reddit

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6

Jamais 7

T1G_FG

Snapchat
Plusieurs fois par jour 1
Environ une fois par jour 2
Quelques fois par semaine 3
Environ une fois par semaine 4
Toutes les quelques semaines 5
Moins souvent 6
Jamais 7

T1G_FH

Twitch
Plusieurs fois par jour 1
Environ une fois par jour 2
Quelques fois par semaine 3
Environ une fois par semaine 4
Toutes les quelques semaines 5
Moins souvent 6
Jamais 7

T1G_FI

Pinterest
Plusieurs fois par jour 1
Environ une fois par jour 2
Quelques fois par semaine 3
Environ une fois par semaine 4
Toutes les quelques semaines 5
Moins souvent 6
Jamais 7

T1G_FJ

WhatsApp
Plusieurs fois par jour 1
Environ une fois par jour 2
Quelques fois par semaine 3
Environ une fois par semaine 4
Toutes les quelques semaines 5
Moins souvent 6
Jamais 7

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.

Moins qu'un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers	3
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire	4
Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat	5
Baccalauréat	6
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	7
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?

Année : 77

D7 [1,2]

Quelle langue avez-vous apprise en premier à la maison lorsque vous étiez enfant, et que vous comprenez encore?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

Anglais 1

Français 2

Autre langue; veuillez préciser : 77

Préfère ne pas répondre 99

D8

Quelle est la population de la communauté dans laquelle vous vivez actuellement?

Ville de plus d'un million d'habitants 1

Ville de 100 000 à un million d'habitants 2

Ville ou petite agglomération de 30 000 à 99 999 habitants 3

Petite agglomération de 1 000 à 29 999 habitants 4

Région rurale comptant moins de 1 000 habitants 5

Préfère ne pas répondre 99

D10 [1,13]

Quelle est votre origine ethnique ou culturelle?

Cette question permet de recueillir des données conformément à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, sa réglementation et ses directives, pour appuyer les programmes qui donnent à chacun une chance égale de participer à la vie sociale, culturelle et économique du Canada.

Choisissez toutes les réponses applicables.

Caucasien / Blanc 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(se) ou Inuit(e))	12
Autre (veuillez préciser)	77
Préfère ne pas répondre	99

D9_A [1,3]

Vous identifiez-vous comme une personne autochtone; c'est-à-dire, Première Nation, Métis ou Inuk (Inuit)?

Note : Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord) comprend les Indiens avec statut et les Indiens sans statut.

Cette question permet de recueillir des données conformément à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, sa réglementation et ses directives, pour appuyer les programmes qui donnent à chacun une chance égale de participer à la vie sociale, culturelle et économique du Canada.

Oui, Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord)	1
Oui, Métis	2
Oui, Inuk (Inuit)	3
Non, pas Première Nation, Métis ou Inuk (Inuit)	4
Préfère ne pas répondre	99

D11

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

D12 [1,10]

Comment décririez-vous votre handicap?

Choisissez toutes les réponses applicables.

Handicap visuel ou de la vision, également appelé déficience visuelle (p. ex., cécité ou malvoyance, même si la personne porte des lunettes ou des lentilles de contact)	1
Handicap auditif, également appelé surdité ou malentendance (p. ex., acouphène)	2
Handicap lié à la mobilité qui affecte la capacité à marcher ou à se déplacer (p. ex., recours à un fauteuil roulant, etc.)	3
Handicap lié à la souplesse ou à la dextérité qui affecte la capacité d'une personne à bouger ses articulations (p. ex., arthrite grave, paralysie, perte d'un membre)	4
Handicap lié à la douleur, également appelé syndrome de douleur chronique ou incapacité liée à une douleur chronique (p. ex., douleur ressentie sur une longue période et perturbant le quotidien)	5

Handicap lié à l'apprentissage, également appelé trouble d'apprentissage (p. ex., dyslexie, aphasie, hyperactivité, dyscalculie, dysgraphie, TDAH, etc.)	6
Handicap lié au développement, également appelé déficience intellectuelle (p. ex., syndrome de Down, autisme, syndrome d'Asperger)	7
Handicap lié à la mémoire, également appelé trouble de mémoire pouvant affecter la capacité à retenir de l'information (p. ex., démence, maladie d'Alzheimer, etc.)	8
Trouble de santé mentale, également appelé maladie mentale (p. ex., dépression, schizophrénie, trouble bipolaire, trouble de la personnalité limite, trouble obsessionnel-compulsif ou TOC, etc.)	9
Autres handicaps (veuillez préciser) :	77
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. Vos réponses ont été enregistrées et vous pouvez maintenant fermer la fenêtre de votre navigateur.

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 20230929-EK424 et [ici](#) pour lire notre politique de confidentialité.

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

QORG [1,7]

Est-ce que vous ou un membre de votre foyer travaillez actuellement dans l'une 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

[AQAGEX not = 1968]	
Moins de 18 ans.....	1
[AQAGEX not = 1968]	
18 à 24 ans.....	2
[AQAGEX not = 1968]	
25 à 34 ans.....	3
[AQAGEX not = 1968]	
35 à 44 ans.....	4
45 à 54 ans.....	5
55 à 64 ans.....	6
[AQAGEX not = 1968]	
65 à 74 ans.....	7
[AQAGEX not = 1968]	
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 [1,12]

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
Magazines..... 2
Site Internet 4
Sites web de nouvelles..... 5
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing) 6
YouTube..... 7
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube)..... 8
Panneau d'affichage..... 9
Panneau d'affichage numérique 10
Centre commercial..... 11
Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un ariibus)..... 12
Autre, veuillez préciser : 77

T1C [1,3]

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

Veuillez préciser: 77

T1D [1,3]

Savez-vous où trouver de l'information sur les programmes et services du gouvernement du Canada destinés aux Canadiens âgés et/ou aux aînés?

Oui précisez où : 77
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e)..... 99

T1E [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	8
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e).....	99

T1F_A

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

T1F_B

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

T1G_A [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

T1G_B [1,15]

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?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES

Prestations pour Anciens combattants	1
Budgétisation et gestion financière.....	2
Prestation dentaire canadienne	3
Régime de pensions du Canada	4
Prestations de survivant du Régime de pensions du Canada	5
Prestations pour proches aidants.....	6
Prévention de la fraude	7
Supplément de revenu garanti	8
Prestations de Supplément de revenu garanti pour époux ou conjoint de fait	9
Programmes de santé	10
Nouveaux Horizons pour les aînés Sécurité de la vieillesse	11
Sécurité de la vieillesse.....	12
Estimateur des prestations de la Sécurité de la vieillesse	13
Carrefour retraite (page Web sur les ressources et les outils de planification de la retraite)	14
Information sur les chutes.....	15
Aucune de ces réponses	98
Ne sais pas / ne suis pas sûr(e).....	99

T1G_C

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

T1G_D

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

T1G_E

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

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

PRET1G_F

À quelle fréquence visitez-vous les sites de médias sociaux suivants?

T1G_FA

Facebook

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FB

YouTube

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FC

Twitter/X

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4

Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FD

Instagram

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FE

LinkedIn

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FF

Reddit

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FG

Snapchat

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FH

Twitch

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4

Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FI

Pinterest

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

T1G_FJ

WhatsApp

Plusieurs fois par jour	1
Environ une fois par jour	2
Quelques fois par semaine	3
Environ une fois par semaine	4
Toutes les quelques semaines	5
Moins souvent	6
Jamais	7

PRET1H

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

<Publicité vidéo>

<Publicité imprimée>

<3 sur 6 publicités sur bannière sélectionnées au hasard>

T1H

Au cours des trois dernières semaines avez-vous vu, lu ou entendu l'une ou l'autre de ces publicités?

Oui	1
Non	2

T1I [1,12]

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

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Journal imprimé.....	1
Magazines.....	2
Site Internet	4
Sites web de nouvelles.....	5
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	6

YouTube.....	7
Digital / Diffusion vidéo (excluant YouTube).....	8
Panneau d'affichage.....	9
Panneau d'affichage numérique.....	10
Centre commercial.....	11
Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un aribus).....	12
Autre, 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 de texte ouverte] 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

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.

Moins qu'un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent.....	1
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers	3
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire	4
Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat.....	5
Baccalauréat	6
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat.....	7
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?

Année :	77
---------------	----

D7 [1,2]

Quelle langue avez-vous apprise en premier à la maison lorsque vous étiez enfant, et que vous comprenez encore?

EN CHOISIR AU PLUS DEUX.

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

D8

Quelle est la population de la communauté dans laquelle vous vivez actuellement?

Ville de plus d'un million d'habitants.....	1
Ville de 100 000 à un million d'habitants	2
Ville ou petite agglomération de 30 000 à 99 999 habitants.....	3
Petite agglomération de 1 000 à 29 999 habitants	4
Région rurale comptant moins de 1 000 habitants.....	5
Préfère ne pas répondre	99

D10 [1,13]

Quelle est votre origine ethnique ou culturelle?

Cette question permet de recueillir des données conformément à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, sa réglementation et ses directives, pour appuyer les programmes qui donnent à chacun une chance égale de participer à la vie sociale, culturelle et économique du Canada.

Choisissez toutes les réponses applicables.

Caucasien / Blanc	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 occidentale (c.-à-d., Iran, Afghanistan, etc.)	9
Coréen	10
Japonais	11
Autochtone (membre d'une Première nation, Métis(se) ou Inuit(e))	12
Autre (veuillez préciser)	77
Préfère ne pas répondre	99

D9_A [1,3]

Vous identifiez-vous comme une personne autochtone; c'est-à-dire, Première Nation, Métis ou Inuk (Inuit)?

Note : Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord) comprend les Indiens avec statut et les Indiens sans statut.

Cette question permet de recueillir des données conformément à la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, sa réglementation et ses directives, pour appuyer les programmes qui donnent à chacun une chance égale de participer à la vie sociale, culturelle et économique du Canada.

Oui, Première Nation (Indien de l'Amérique du Nord).....	1
Oui, Métis	2
Oui, Inuk (Inuit).....	3
Non, pas Première Nation, Métis ou Inuk (Inuit)	4
Préfère ne pas répondre	99

D11

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

D12 [1,10]

Comment décririez-vous votre handicap?

Choisissez toutes les réponses applicables.

Handicap visuel ou de la vision, également appelé déficience visuelle (p. ex., cécité ou malvoyance, même si la personne porte des lunettes ou des lentilles de contact)	1
Handicap auditif, également appelé surdité ou malentendance (p. ex., acouphène) ...	2
Handicap lié à la mobilité qui affecte la capacité à marcher ou à se déplacer (p. ex., recours à un fauteuil roulant, etc.)	3
Handicap lié à la souplesse ou à la dextérité qui affecte la capacité d'une personne à bouger ses articulations (p. ex., arthrite grave, paralysie, perte d'un membre)	4
Handicap lié à la douleur, également appelé syndrome de douleur chronique ou incapacité liée à une douleur chronique (p. ex., douleur ressentie sur une longue période et perturbant le quotidien).....	5
Handicap lié à l'apprentissage, également appelé trouble d'apprentissage (p. ex., dyslexie, aphasie, hyperactivité, dyscalculie, dysgraphie, TDAH, etc.)	6
Handicap lié au développement, également appelé déficience intellectuelle (p. ex., syndrome de Down, autisme, syndrome d'Asperger)	7
Handicap lié à la mémoire, également appelé trouble de mémoire pouvant affecter la capacité à retenir de l'information (p. ex., démence, maladie d'Alzheimer, etc.).....	8
Trouble de santé mentale, également appelé maladie mentale (p. ex., dépression, schizophrénie, trouble bipolaire, trouble de la personnalité limite, trouble obsessionnel-compulsif ou TOC, etc.)	9

Autres handicaps (veuillez préciser) :.....	77
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. Vos réponses ont été enregistrées et vous pouvez maintenant fermer la fenêtre de votre navigateur.

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.

Bannières publicitaires



Image d'aînés dans un café. 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'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."



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



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



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."

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.

Canada.ca/aînés
1 800 O-Canada

 Gouvernement du Canada Government of Canada

Canada^{ca}

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."