



Health  
Canada Santé  
Canada

## Rapport

# OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES (OECF) – CAMPAGNE DE LA PRESTATION DENTAIRE CANADIENNE

Présenté à Santé Canada  
Numéro de contrat : CW2332909

Préparé par : Léger

Valeur du contrat : 54 867,15\$ (taxes applicables incluses)

Date d'octroi : 4 octobre 2023

Date de livraison : 28 février 2024

Numéro d'enregistrement : POR 061-23

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca).

Léger  
507, Place d'Armes, bureau 700  
Montréal, Québec  
H2Y 2W8  
Téléphone : 514 982-2464  
Téléc. : 514 987-1960

This report is also available in English.

# OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES (OECP) – CAMPAGNE DE LA PRESTATION DENTAIRE CANADIENNE

## Rapport

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Léger

Février 2024

Ce rapport présente la méthodologie des sondages en ligne menés par Léger pour le compte de Santé Canada. Cette recherche a été menée en une seule phase et s'est déroulée en ligne juste après la fin de la campagne publicitaire. L'objectif du sondage était d'évaluer la connaissance de la prestation dentaire canadienne (y compris les critères d'admissibilité et le processus de demande), chez les parents canadiens d'enfants de moins de 12 ans dont le revenu du ménage est inférieur à 90 000 \$ (avec des quotas pour les répondants de communautés racialisées ainsi que pour les répondants résidant dans des régions rurales). Le sondage comprenait des participants détenant une assurance dentaire privée et des participants qui n'en détenaient pas (70 % sans assurance, 30 % avec assurance). La recherche a été effectuée entre le 17 octobre et le 6 novembre 2023.

This report is also available in English under the name: Post Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET) - Canada Dental Benefit Campaign

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue de l'Agence de la santé publique du Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez écrire à l'adresse [hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca).

**Numéro de catalogue :** H14-575/2024F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :** 978-0-660-70135-6

**Publications associées (numéro d'enregistrement : POR 061-23) :**

Numéro de catalogue : H14-575/2024E-PDF (Rapport final en anglais)

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de la Santé, 2023.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>1. SOMMAIRE</b>	<b>4</b>
1.1 Mise en contexte et objectifs	4
1.2 Utilisation des résultats	5
1.3 Méthodologie – Recherche quantitative	5
1.4 Remarques sur l'interprétation des conclusions	7
1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées	7
<b>ANNEXE A – MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE DÉTAILLÉE</b>	<b>8</b>
A.1 Méthodologie quantitative	8
<b>ANNEXE B— QUESTIONNAIRE</b>	<b>17</b>

# 1. Sommaire

La firme Léger est heureuse de présenter à Santé Canada ce rapport détaillant la méthodologie d'un sondage en ligne évaluant le rappel des publicités pour la campagne de la prestation dentaire canadienne. L'objectif de cette campagne était de faire connaître la prestation (y compris les critères d'admissibilité et la procédure de demande) aux parents canadiens d'enfants de moins de 12 ans dont le revenu familial est inférieur à 90 000 \$.

## 1.1 Mise en contexte et objectifs

Dans son budget 2022, le gouvernement du Canada a engagé 5,3 milliards de dollars sur cinq ans pour fournir des soins dentaires aux 7 à 9 millions de Canadiens qui ne peuvent pas recevoir de soins dentaires appropriés en raison de leur coût. À titre de mesure provisoire, le Cabinet a autorisé le ministre de la Santé à mettre en place, à partir de décembre 2022, un paiement forfaitaire fondé sur les demandes pour les Canadiens admissibles, appelé prestation dentaire canadienne. Les parents et les tuteurs dont le revenu familial net rajusté est inférieur à 90 000 \$ peuvent faire une demande si l'enfant qui reçoit des soins dentaires est âgé de moins de 12 ans et n'a pas accès à un régime privé d'assurance dentaire.

La première période de prestations visait les enfants âgés de moins de 12 ans au 1<sup>er</sup> décembre 2022, qui ont reçu des soins dentaires entre le 1<sup>er</sup> octobre 2022 et le 30 juin 2023. Une deuxième période de prestations a été ouverte aux demandes le 1<sup>er</sup> juillet 2023, pour les enfants âgés de moins de 12 ans au 1<sup>er</sup> juillet 2023, pour les soins dentaires reçus entre le 1<sup>er</sup> juillet 2023 et le 30 juin 2024.

En fonction du revenu familial net rajusté, un paiement non imposable de 260 \$, 390 \$ ou 650 \$ est offert pour chaque enfant admissible. Les demandeurs peuvent bénéficier d'un maximum de deux paiements pour chaque enfant admissible. Le paiement des prestations est pris en charge par l'Agence du revenu du Canada (ARC).

La première campagne publicitaire sur la prestation dentaire canadienne provisoire s'est déroulée du 1<sup>er</sup> décembre 2022 au 19 mars 2023, et visait à sensibiliser les groupes admissibles à la prestation, notamment aux critères d'admissibilité et au processus de demande. Une deuxième campagne de publicité s'est déroulée du 1<sup>er</sup> juillet au 8 octobre 2023 pour faire connaître la deuxième période de prestations. Le marketing par l'entremise de moteurs de recherche est déployé en continu depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2022.

## Justification et utilisation prévue de la recherche

Comme il s'agit d'une prestation entièrement nouvelle pour les Canadiens, un sondage de référence a été mené en mars 2023 pour affiner les activités de communication et de marketing relatives à la prestation dentaire provisoire, ainsi que pour évaluer le taux de mémorisation de la campagne publicitaire de 2022-2023. Pour les données de référence et le rapport, veuillez consulter [l'Enquête de référence sur la prestation dentaire](#)

[canadienne : rapport final](#). Cet outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF) sert à évaluer la mémorisation de la campagne publicitaire sur la prestation dentaire canadienne 2023-2024 par rapport aux données de mémorisation recueillies dans le cadre du sondage de mars 2023, afin d'évaluer la deuxième campagne publicitaire.

La Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada exige l'évaluation des campagnes publicitaires dépassant un million de dollars d'achats d'espace à l'aide de l'outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF). L'OECF a été créé en 2002 à la suite d'une directive du Cabinet qui établissait le besoin d'une approche standard d'évaluation de la publicité dans tous les ministères. Ses principaux objectifs étaient d'apporter de la rigueur et de la cohérence à l'évaluation des campagnes publicitaires et d'élaborer des normes concernant les paramètres d'évaluation des campagnes.

### **Objectifs de l'étude de marché**

Les objectifs de la recherche étaient les suivants :

- Déterminer si le public a vu les publicités associées à la campagne;
- Déterminer où les publicités ont été vues;
- Mesurer la mémorisation des éléments précis de la campagne;
- Mesurer l'amélioration des connaissances;
- Déterminer les changements d'attitude et de comportements résultant de la campagne publicitaire.

### **1.2 Utilisation des résultats**

Les résultats de cette recherche permettront à Santé Canada d'évaluer le rappel de la campagne publicitaire en fonction des conclusions de l'enquête et de l'analyse des données.

### **1.3 Méthodologie – Recherche quantitative**

La recherche quantitative a été réalisée au moyen de sondages en ligne, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO). Le public cible du sondage était les parents d'enfants de moins de 12 ans dont le revenu du ménage est inférieur à 90 000 \$. Selon les quotas établis, 70 % des répondants n'avaient pas d'assurance dentaire privée et 30 % des répondants en avaient une. Un quota minimum de 100 a été fixé pour les répondants issus de communautés racialisées (y compris les répondants noirs, chinois, latino-américains, arabes, asiatiques occidentaux, sud-asiatiques et philippins). Un autre quota minimum de 100 a également été fixé pour les répondants vivant en région rurale. Aucun quota régional n'a été fixé, mais nous avons veillé à ce qu'il y ait un nombre minimum de répondants dans chaque région du pays.

D'après les données du recensement national de Statistique Canada de 2021, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de parents de ce sondage selon le genre, l'âge, la région et l'accès à une assurance dentaire privée.

Étant donné qu'un échantillon provenant d'un panel Internet n'est pas probabiliste, il n'est pas possible de calculer la marge d'erreur de ce sondage. Les détails des procédures de pondération et du taux de participation se trouvent à l'annexe A.

Léger satisfait aux lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. Le questionnaire a été préparé conformément aux normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – Sondages en ligne.

Les détails de la procédure méthodologique et des renseignements supplémentaires sur les mécanismes de contrôle de la qualité de Léger sont présentés à l'annexe A. Le questionnaire se trouve à l'annexe B.

#### ***Détails de l'étude post-campagne***

Le travail sur le terrain s'est déroulé entre le 17 octobre et le 6 novembre 2023. Le taux de participation national au sondage a été d'environ 22 %. Le calcul du taux de participation au sondage en ligne est présenté à l'annexe A. Un prétest du questionnaire programmé a été réalisé dans les deux langues officielles le 12 octobre 2023.

Un échantillon total de 2 012 parents d'enfants de moins de 12 ans dont le revenu est inférieur à 90 000 \$ a été interrogé. Le tableau suivant montre les échantillons représentatifs recueillis :

**Tableau 1. Répartition par région :**

<b>Régions</b>	<b>Échantillon n =</b>
<b>Atlantique (Nouveau-Brunswick + Nouvelle-Écosse + Terre-Neuve-et-Labrador + Île-du-Prince-Édouard)</b>	143
<b>Québec</b>	678
<b>Ontario</b>	687
<b>Prairies (Saskatchewan et Manitoba)</b>	133
<b>Alberta</b>	203
<b>Colombie-Britannique et Territoires du Nord-Ouest</b>	168
<b>TOTAL</b>	<b>2 012</b>

Le tableau suivant montre l'échantillon représentatif recueilli par Léger :

**Tableau 2. Répartition par public cible**

<b>Groupe</b>	<b>Échantillon n =</b>
<b>Répondants ayant une assurance dentaire privée</b>	603
<b>Répondants sans assurance dentaire privée</b>	1 409
<b>Répondants issus de communautés ethniques minoritaires</b>	697
<b>Répondants qui vivent dans des régions rurales</b>	331

#### **1.4 Remarques sur l'interprétation des conclusions**

Les opinions et les observations exprimées dans ce document ne reflètent pas celles de Santé Canada. Ce rapport a été rédigé par la firme Léger d'après la recherche menée expressément dans le cadre de ce projet. Cette recherche n'est pas probabiliste; les résultats ne peuvent pas être transposés à la population générale du Canada. La recherche n'a pas été conçue avec cet objectif en tête.

#### **1.5 Déclaration de neutralité politique et coordonnées**

J'atteste, par la présente, à titre de vice-président directeur de Léger, l'entière conformité des produits livrables relativement aux exigences en matière de neutralité de la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et de la [Directive sur la gestion des communications](#) (annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique).

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

Signé par :



Christian Bourque  
Vice-président directeur et associé  
Léger  
507, Place d'Armes, bureau 700  
Montréal, Québec  
H2Y 2W8  
[cbourque@leger360.com](mailto:cbourque@leger360.com)

# Annexe A – Méthodologie de recherche détaillée

## A.1 Méthodologie quantitative

### A.1.1 Méthodes

La recherche a été réalisée au moyen de sondages en ligne, à l'aide de la technologie d'interview Web assistée par ordinateur (IWAO).

Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. La recherche a été menée conformément aux exigences du gouvernement du Canada en recherche quantitative, y compris les normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – série A – Recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages en ligne.

Les répondants ont été assurés du caractère volontaire, confidentiel et anonyme de cette recherche. Comme pour toutes les recherches menées par Léger, toute information susceptible de permettre l'identification des répondants a été supprimée des données, conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Le questionnaire est présenté à l'annexe B.

### A.1.2 Procédures d'échantillonnage

*Interview Web assistée par ordinateur (IWAO)*

La sélection des participants a été faite de manière aléatoire à partir du panel en ligne de *LegerWeb*. Léger possède et exploite un panel Internet incluant plus de 400 000 Canadiens d'un océan à l'autre. Un panel en ligne est constitué d'utilisateurs du Web sélectionnés sur la base de différentes variables sociodémographiques. La majorité des membres du panel de Léger (61 %) ont été recrutés au hasard par téléphone au cours des dix dernières années, ce qui rend l'échantillon hautement similaire à la population canadienne actuelle sur le plan de nombreuses caractéristiques démographiques.

Puisqu'un échantillon Internet (du panel) est de nature non probabiliste, la marge d'erreur ne s'applique pas.

### A.1.3 Collecte des données

Le travail sur le terrain réalisé dans le cadre de ce sondage s'est déroulé entre le 17 octobre et le 6 novembre 2023. Le taux de participation national au sondage a été d'environ 22 %. Un prétest du questionnaire en anglais et en français a été réalisé le 12 octobre 2023. Aucune modification n'a été apportée au questionnaire après le prétest, de sorte que les résultats du prétest ont été inclus dans les résultats finaux. Un échantillon total de 2 012 parents canadiens d'enfants de moins de 12 ans a été interrogé.

D'après les données du recensement national de Statistique Canada de 2021, Léger a pondéré les résultats du sondage selon le genre, l'âge, la région et l'accès à une assurance dentaire privée. La pondération de chacun des sous-groupes interrogés a ensuite été ajustée pour assurer une bonne représentativité la population cible. Plus de détails sur les procédures de pondération sont présentés ci-dessous.

### A.1.4 Taux de participation au sondage en ligne

Le taux de participation national au sondage a été d'environ 22 %. Le calcul du taux de participation au sondage Web est présenté ci-dessous. Le taux de participation est calculé à l'aide de la formule suivante : Taux de participation/taux de réponse =  $R \div (U + IS + R)$ . Le tableau ci-dessous fournit les détails du calcul.

**Tableau 3. Taux de participation**

	<b>Public cible</b>
<b>Cas non valides</b>	
Invitations envoyées par erreur à des personnes qui ne respectaient pas les conditions requises pour l'étude	-
Adresses courriel incomplètes ou manquantes	-
<b>Non résolu (U)</b>	<b>32 379</b>
Invitations par courriel ayant rebondi	751
Invitations par courriel sans réponse	31 628
<b>Unités non répondantes du champ du sondage (IS)</b>	<b>732</b>
Non-réponse de répondants admissibles	-
Refus de répondants	379
Problème de langue	-
Répondant sélectionné non disponible (maladie, congé, vacances, autre)	-
Fins prématurées	353

<b>Unités de réponse (R)</b>	<b>9 270</b>
Sondages terminés disqualifiés (quota rempli)	7 106
Sondages terminés disqualifiés (autres raisons)	152
Entrevues terminées	2 012
<b>POTENTIELLEMENT ADMISSIBLES (U + IS + R)</b>	<b>42 381</b>
<b>Taux de participation = <math>R \div (U + IS + R)</math>.</b>	<b>21,87 %</b>

#### A.1.5 Biais de non-réponse et analyse sociodémographique supplémentaire

Le taux de participation au sondage a été d'environ 22 %. Un taux de participation de 22 % du public cible est conforme aux sondages similaires. D'autre part, en raison de la particularité du public cible, des parents d'enfants âgés de moins de 12 ans, Léger a dû inviter un nombre élevé de parents à participer. Comme l'âge des enfants n'est indiqué que par tranches d'âge dans le profil des panélistes, nous avons dû poser la question à un nombre élevé de parents afin de cibler ceux qui peuvent participer au sondage et d'atteindre les quotas.

#### A.1.6 Échantillons non pondérés et pondérés

Les tableaux ci-dessous présentent la répartition géographique des répondants, leur genre, leur âge, leur langue, leur niveau d'éducation, leur lieu de naissance, leur origine ethnique et la présence d'enfants dans le ménage avant et après pondération.

Certaines proportions ne correspondaient pas à la population réelle. Les quotas imposés pour des cibles particulières (parents, accès à une assurance dentaire privée, répondants issus de minorités ethniques et répondants résidant dans des régions rurales) expliquent les écarts par rapport à la population canadienne réelle. Le processus de pondération a permis de corriger ces différences.

**Tableau 4. Distribution non pondérée et pondérée selon la région**

<b>Province ou territoire</b>	<b>Non pondérée</b>	<b>Pondérée</b>
<b>Colombie-Britannique et Territoires du Nord-Ouest</b>	168	215
<b>Alberta</b>	203	245
<b>Prairies</b>	133	163

Ontario	687	821
Québec	678	418
Canada atlantique	143	151

**Tableau 5. Distribution non pondérée et pondérée selon le genre**

Genre	Non pondérée	Pondérée
Homme	651	833
Femme	1 354	1 169

**Tableau 6. Distribution non pondérée et pondérée selon le groupe d'âge**

Âge	Non pondérée	Pondérée
18 à 24	81	111
25 à 34	700	739
35 à 44	844	836
45 à 54	287	244
55 à 64	68	58
65 et plus	32	24

**Tableau 7. Distribution non pondérée et pondérée selon la langue**

Langue	Non pondérée	Pondérée
Anglais	1 201	1 422
Français	640	417
Autre	267	261

**Tableau 8. Distribution non pondérée et pondérée selon le niveau d'éducation**

Niveau d'éducation	Non pondérée	Pondérée
Niveau secondaire ou moins	522	508
Niveau collégial ou école de métier	741	716
Niveau universitaire	749	788

**Tableau 9. Distribution non pondérée et pondérée selon le lieu de naissance**

Lieu de naissance	Non pondérée	Pondérée
Canada	1 429	1 431
Autre	583	581

**Tableau 10. Distribution non pondérée et pondérée selon l'origine ethnique**

<b>Origine ethnique</b>	<b>Non pondérée</b>	<b>Pondérée</b>
<b>Blanc</b>	1 365	1 343
<b>Autochtone</b>	87	92
<b>Sud Asiatique</b>	146	168
<b>Noir</b>	166	146
<b>Autres groupes culturels</b>	244	249

**A.1.7 Facteurs de pondération**

Certains sous-groupes ont parfois tendance à être sous-représentés ou surreprésentés dans un échantillon par rapport à la population cible. La pondération d'un échantillon permet de corriger les différences dans la représentation des divers sous-groupes de cet échantillon par rapport à ce qu'on observe habituellement dans la population générale à l'étude. Les facteurs de pondération constituent donc le poids donné à chaque répondant correspondant à un sous-groupe de l'échantillon.

La pondération appliquée a corrigé le déséquilibre d'origine aux fins de l'analyse des données; aucune autre manipulation n'a été nécessaire. D'après les données du recensement national de Statistique Canada en 2021, Léger a pondéré les résultats de l'échantillon de ce sondage selon le genre, l'âge, la région et l'accès à une assurance dentaire privée.

Les tableaux suivants illustrent la proportion allouée à chaque public cible dans l'échantillon.

**Tableau 11. Pondération selon le genre, l'âge et la région**

<b>Genre * Région</b>	<b>Pondération</b>
Colombie-Britannique, hommes, 18 à 24 ans	0,04
Colombie-Britannique, hommes, 25 à 34 ans	0,30
Colombie-Britannique, hommes, 35 à 44 ans	2,41

Colombie-Britannique, hommes, 45 à 54 ans	0,20
Colombie-Britannique, hommes, 55 à 64 ans	0,23
Colombie-Britannique, hommes, 65 ans et plus	0,22
Colombie-Britannique, femmes, 18 à 24 ans	0,37
Colombie-Britannique, femmes, 25 à 34 ans	2,63
Colombie-Britannique, femmes, 35 à 44 ans	3,01
Colombie-Britannique, femmes, 45 à 54 ans	0,88
Colombie-Britannique, femmes, 55 à 64 ans	0,28
Colombie-Britannique, femmes, 65 ans et plus	0,12
Alberta, hommes, 18 à 24 ans	0,00
Alberta, hommes, 25 à 34 ans	2,65
Alberta, hommes, 35 à 44 ans	2,45
Alberta, hommes, 45 à 54 ans	0,64
Alberta, hommes, 55 à 64 ans	0,13
Alberta, hommes, 65 ans et plus	0,02
Alberta, femmes, 18 à 24 ans	0,80
Alberta, femmes, 25 à 34 ans	2,46
Alberta, femmes, 35 à 44 ans	2,51
Alberta, femmes, 45 à 54 ans	0,43
Alberta, femmes, 55 à 64 ans	0,02
Alberta, femmes, 65 ans et plus	0,06
Région des Prairies, hommes, 18 à 24 ans	0,00
Région des Prairies, hommes, 25 à 34 ans	0,63
Région des Prairies, hommes, 35 à 44 ans	1,85
Région des Prairies, hommes, 45 à 54 ans	0,63
Région des Prairies, hommes, 55 à 64 ans	0,05
Région des Prairies, hommes, 65 ans et plus	0,00
Région des Prairies, femmes, 18 à 24 ans	0,43
Région des Prairies, femmes, 25 à 34 ans	1,85
Région des Prairies, femmes, 35 à 44 ans	2,02

Région des Prairies, femmes, 45 à 54 ans	0,59
Région des Prairies, femmes, 55 à 64 ans	0,03
Région des Prairies, femmes, 65 ans et plus	0,03
Ontario, hommes, 18 à 24 ans	0,08
Ontario, hommes, 25 à 34 ans	7,55
Ontario, hommes, 35 à 44 ans	6,13
Ontario, hommes, 45 à 54 ans	2,26
Ontario, hommes, 55 à 64 ans	0,51
Ontario, hommes, 65 ans et plus	0,35
Ontario, femmes, 18 à 24 ans	1,35
Ontario, femmes, 25 à 34 ans	8,80
Ontario, femmes, 35 à 44 ans	9,93
Ontario, femmes, 45 à 54 ans	2,66
Ontario, femmes, 55 à 64 ans	0,87
Ontario, femmes, 65 ans et plus	0,29
Québec, hommes, 18 à 24 ans	0,81
Québec, hommes, 25 à 34 ans	2,56
Québec, hommes, 35 à 44 ans	3,86
Québec, hommes, 45 à 54 ans	1,85
Québec, hommes, 55 à 64 ans	0,23
Québec, hommes, 65 ans et plus	0,03
Québec, femmes, 18 à 24 ans	1,29
Québec, femmes, 25 à 34 ans	4,19
Québec, femmes, 35 à 44 ans	4,79
Québec, femmes, 45 à 54 ans	1,07
Québec, femmes, 55 à 64 ans	0,06
Québec, femmes, 65 ans et plus	0,02
Région de l'Atlantique, hommes, 18 à 24 ans	0,00
Région de l'Atlantique, hommes, 25 à 34 ans	1,57
Région de l'Atlantique, hommes, 35 à 44 ans	1,21

Région de l'Atlantique, hommes, 45 à 54 ans	0,19
Région de l'Atlantique, hommes, 55 à 64 ans	0,28
Région de l'Atlantique, hommes, 65 ans et plus	0,00
Région de l'Atlantique, femmes, 18 à 24 ans	0,33
Région de l'Atlantique, femmes, 25 à 34 ans	1,56
Région de l'Atlantique, femmes, 35 à 44 ans	1,39
Région de l'Atlantique, femmes, 45 à 54 ans	0,73
Région de l'Atlantique, femmes, 55 à 64 ans	0,21
Région de l'Atlantique, femmes, 65 ans et plus	0,04
Total	100

**Tableau 12. Pondération par région (RMR/Autre)**

Région	Pondération
Colombie-Britannique (RMR de Vancouver)	5,31
Colombie-Britannique (autre)	5,39
Alberta (RMR de Calgary)	4,02
Alberta (RMR d'Edmonton)	4,53
Alberta (autre)	3,62
Saskatchewan	3,47
Manitoba	4,62
Ontario (RMR de Toronto)	15,88
Ontario (autre)	24,91
Québec (RMR de Montréal)	9,87
Québec (RMR de la ville de Québec)	1,11
Québec (autre)	9,78
Nouveau-Brunswick	2,37
Nouvelle-Écosse	3,04
Île-du-Prince-Édouard	0,78
Terre-Neuve-et-Labrador	1,30
Total	100

**Tableau 13. Pondération selon le genre et l'accès à une assurance dentaire privée**

Région	Pondération
Accès à une assurance dentaire privée, hommes	26,67
Pas accès à une assurance dentaire privée, hommes	15,24
Accès à une assurance dentaire privée, femmes	34,06
Pas accès à une assurance dentaire privée, femmes	24,03
Total	100

# Annexe B— Questionnaire

## OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SONDAGE DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE

Les sections du sondage de référence doivent être posées avant la diffusion des annonces dans les médias.  
Toutes les sections doivent être posées après la diffusion des annonces dans les médias.

### INTRODUCTION [DEMANDER DANS LES SONDES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS LA CAMPAGNE]

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

**Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.** Le sondage prend environ 11 minutes à compléter.

Veuillez copier le lien suivant si vous souhaitez vérifier l'authenticité de ce sondage : <https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=fr>. Code de vérification : 20231006-LE523

Pour lire notre politique de confidentialité : <https://www.legeropinion.com/fr/confidentialite/>

Veuillez communiquer avec [support@legeropinion.com](mailto:support@legeropinion.com) pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

### DÉBUT DU SONDAGE

#### POSER À TOUS – MENTIONS MULTIPLES

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

#### CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

- une firme de recherche en marketing
- un magazine ou un quotidien
- une agence de publicité ou de conception graphique
- un parti politique
- une station radio ou de télévision
- une firme de relations publiques
- une entreprise médiatique, y compris les médias numériques
- le gouvernement fédéral ou provincial
- aucune de ces organisations

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

#### POSER À TOUS – MENTION SIMPLE

b) Quel est votre genre?

- homme
- femme
- autre
- je préfère ne pas répondre

c) Quelle est votre année de naissance?

YYYY

**TRANCHE ADMISSIBLE : 1900 À 2005**

**SI L'ANNÉE EST > 2005, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.**

**POSEZ LA QUESTION D SI LA CASE À LA QUESTION QA3 EST VIDE – MENTION SIMPLE.**

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 À MOINS DE 18 ANS, REMERCIEZ ET METTEZ FIN AU SONDAGE.**

**ASK ALL**

- e) Puis-je avoir les trois premiers caractères de votre code postal? [NP : SUIVRE LES QUOTAS PAR PROVINCE OU PAR RÉGION]

- Je préfère ne pas répondre

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

**NE CHOISIR QU'UN 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

**SI AUCUNE PROVINCE OU AUCUN TERRITOIRE N'EST CHOISI(E), REMERCIEZ LE RÉPONDANT ET METTEZ FIN AU SONDAGE.**

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

- g) Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu total de votre ménage l'an dernier, avant impôts, pour vous et votre conjoint(e) ou conjoint(e) de fait, en excluant tout revenu associé à la Prestation universelle pour la garde d'enfants (PUGE) et au régime enregistré d'épargne-invalidité (REEI)?
- Moins de 20 000 \$  CONTINUER
  - 20 000 \$ à 29 999 \$  CONTINUER
  - 30 000 \$ à 39 999 \$  CONTINUER
  - 40 000 \$ à 49,999 \$  CONTINUER
  - 50 000 \$ à 59 999 \$  CONTINUER
  - 60,000 \$ à 69,999  CONTINUER
  - 70 000 \$ à 79 999 \$  CONTINUER
  - 80 000 \$ à 89 999 \$  CONTINUER
  - 90 000 \$ à 99 999 \$  METTRE FIN AU SONDAGE
  - 100 000 \$ ou plus  METTRE FIN AU SONDAGE
  - Je préfère ne pas répondre  METTRE FIN AU SONDAGE

**POSER À TOUS – MENTIONS MULTIPLES**

QETHN. La question suivante a pour objet de recueillir des renseignements conformément à la Loi sur l'équité en matière d'emploi et aux règlements et directives qui en découlent, afin de soutenir des programmes qui garantissent l'égalité des

chances pour tous dans la participation à la vie sociale, culturelle et économique du Canada. Êtes-vous...? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent. [SURVEILLER LES QUOTAS]

- Blanc
- Autochtone (comprend les membres des Premières Nations [Indiens inscrits, non-inscrits, des traités, non soumis aux traités] Inuits, Métis)
- Sud-Asiatique (p. ex. Indien d'Asie, Pakistanais, Sri-Lankais)
- Chinois
- Noir
- Philippin
- Arabe
- Latino-Américain
- Asiatique du Sud-Est (p. ex. Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais)
- Asiatique occidentale (p. Ex., Iranien, Afghan)
- Coréen
- Japonais
- Autre, veuillez préciser
- Je ne sais pas [EXCLUSIF]
- Je préfère ne pas répondre [EXCLUSIF]

#### POSER À TOUS – MENTIONS MULTIPLES

- h) Votre ménage compte-t-il des enfants appartenant aux catégories d'âge suivantes? Veuillez choisir toutes les réponses qui s'appliquent.
- Moins de 12 ans  CONTINUER
  - 12 à 17 ans  CONTINUER SI « MOINS DE 12 ANS » A ÉGALEMENT ÉTÉ COCHÉ
  - 18 ans ou plus  CONTINUER SI « MOINS DE 12 ANS » A ÉGALEMENT ÉTÉ COCHÉ
  - Je n'ai pas d'enfant  METTRE FIN AU SONDAGE [NP : EXCLUSIF]
  - Je préfère ne pas répondre  METTRE FIN AU SONDAGE

#### POSER À TOUS – MENTION SIMPLE

- i) Avez-vous accès à une assurance dentaire privée pour vous et votre famille par l'intermédiaire d'un employeur, d'un régime de retraite ou d'un régime d'assurance individuel? Cela ne comprend pas la couverture offerte par des régimes d'assurance dentaire du gouvernement provincial ou fédéral.
- Oui  CONTINUER [SUIVRE LES QUOTAS - 30%]
  - Non  CONTINUER [SUIVRE LES QUOTAS - 70%]
  - Je préfère ne pas répondre  TERMINER

#### POSER À TOUS – MENTION SIMPLE

- j) À quelle distance se trouve la clinique dentaire la plus proche de votre domicile?
- Moins de 5 km
  - 5 à 25 km
  - 26 à 50 km
  - 51 à 100 km
  - 101 à 350 km
  - Plus de 350 km
  - Préfère ne pas répondre

#### [À DEMANDER SEULEMENT À CEUX QUI ONT DIT « JE PRÉFÈRE NE PAS RÉPONDRE » À LA QA5]

- k) Habitez-vous dans une région urbaine ou rurale?
- Urbaine (dans une ville ou une grande municipalité)
  - Rurale (à l'extérieur d'une ville ou d'une grande municipalité)
  - Je préfère ne pas répondre  TERMINATE

### QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

#### POSER À TOUS LES RÉPONDANTS – MENTION SIMPLE

##### Q1 :

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

- oui
- non

=> ALLER À T1D

#### POSER SI Q1=OUI – QUESTION OUVERTE

**Q3 :**

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

**QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]**

**ON PEUT AJOUTER ICI DES QUESTIONS PRÉCISES À LA CAMPAGNE POUR ÉVALUER LES ATTITUDES ET LES COMPORTEMENTS.**

**POSER À TOUS LES RÉPONDANTS – MENTION SIMPLE**

**T1D :** Avez-vous entendu parler de la prestation dentaire canadienne du gouvernement du Canada pour les enfants de moins de 12 ans?

- Non, je n'ai rien entendu au sujet de ce programme [PASSER A T1H]
- Oui, j'en ai entendu parler, mais je ne sais pas grand-chose au sujet de ce programme
- Oui, j'en ai entendu parler et je suis bien renseigné(e) sur ce programme

**POSER SI T1D= 'OUI' – MENTIONS MULTIPLES**

**T1E :** Où avez-vous entendu parler de la prestation dentaire canadienne? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

[RANDOMIZE ORDER]

- Aux nouvelles ou dans les médias
- Par un fournisseur de soins de santé
- Par un professionnel de la santé bucco-dentaire/un cabinet dentaire
- Par des amis ou un membre de la famille
- Dans un blog
- Dans les médias sociaux
- J'ai vu ou entendu une publicité
- Autre situation (veuillez préciser) :

**POSER SI T1D=OUI – MENTION SIMPLE**

**T1F :** Au cours des trois derniers mois, avez-vous recherché des informations sur la prestation dentaire canadienne ?

- Oui
- Non

**POSER SI T1D=OUI – QUESTION OUVERTE**

**T1G :** Que savez-vous au sujet de la prestation dentaire canadienne?

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

**T1H :** La prestation dentaire canadienne provisoire a pour but d'aider à réduire les coûts des soins dentaires pour les familles admissibles qui gagnent moins de 90 000 \$ par année. Les parents et les tuteurs peuvent faire une demande si l'enfant qui reçoit des soins dentaires a moins de 12 ans et n'a pas accès à un régime privé d'assurance dentaire.

Selon votre revenu familial net rajusté, un paiement non imposable de 260 \$, 390 \$ ou 650 \$ est disponible pour chaque enfant admissible. Cette prestation dentaire est temporaire et est seulement disponible pour deux périodes. Vous pouvez recevoir un maximum de deux paiements pour chaque enfant admissible. Les paiements de prestation sont administrés par l'Agence du revenu du Canada (ARC).

La deuxième période de prestation vise les enfants qui ont moins de 12 ans en date du 1er juillet 2023 et qui reçoivent des soins dentaires entre le 1er juillet 2023 et le 30 juin 2024.

Avez-vous fait une demande ou prévoyez-vous faire une demande au titre de la prestation dentaire canadienne?

- Oui, j'ai fait une demande
- Oui, je prévois faire une demande
- Non, je n'ai pas fait de demande et ne prévois pas en faire une
- Je ne suis pas sûr(e)

**[SI 'NON, JE N'AI PAS FAIT DE DEMANDE ET JE NE PRÉVOIS PAS D'EN FAIRE' OU 'PAS SÛR' A T1H – MENTIONS MULTIPLES**

**T1I :** Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'avez pas fait de demande ou n'êtes pas sûr(e) de faire une demande pour la prestation dentaire du Canada? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

[RANDOMIZE ORDER]

- Je ne suis pas admissible
- Je n'étais pas informé(e) de cette prestation
- Le processus de demande est confus ou compliqué
- Le montant de la prestation n'est pas suffisant
- J'ai déjà une couverture suffisante
- Autre (veuillez préciser) :

**[SI 'NON, JE N'AI PAS FAIT DE DEMANDE ET JE NE PRÉVOIS PAS D'EN FAIRE' OU 'PAS SÛR' A T1H – MENTIONS MULTIPLES**

**T1J :** Le cas échéant, lesquelles de ces conditions vous encourageraient à demander la prestation? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

[RANDOMIZE ORDER]

- Si le processus de demande était amélioré (p. ex., s'il était plus facile, plus rapide, etc.)
- Si les paiements de prestation étaient augmentés
- S'il était plus facile d'accéder à des renseignements fiables sur la prestation
- Si les critères d'admissibilité étaient modifiés ou élargis
- Si j'avais une meilleure compréhension ou de meilleures connaissances au sujet de la prestation
- Si le programme m'était recommandé par le fournisseur de soins de santé de mon enfant
- Si j'habitais à proximité d'un cabinet dentaire ou d'un professionnel de la santé buccodentaire
- Si mon enfant ou mes enfants avaient des besoins urgents en matière de soins dentaires (p. ex., carie, douleur, accident)
- Autre condition (veuillez préciser) :
- Aucune de ces réponses [NP : EXCLUSIF]

**[SI 'OUI' A T1H – MENTIONS MULTIPLES**

**T1K :** Le cas échéant, lesquels des facteurs suivants vous [NP : SI « OUI, J'AI FAIT UNE DEMANDE » : ont encouragé(e)/ SI « OUI, JE PRÉVOIS FAIRE UNE DEMANDE » : encouragent] à demander la prestation? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

[RANDOMIZE ORDER]

- La facilité du processus de demande
- Le montant des paiements de prestation
- La facilité d'accès à des renseignements fiables sur la prestation
- La santé de ma famille et de mes enfants
- J'ai plus d'un enfant admissible qui a besoin de soins dentaires
- J'ai une bonne compréhension ou de bonnes connaissances au sujet de la prestation
- Le programme m'a été recommandé par le fournisseur de soins de santé de mon enfant
- Mon enfant ou mes enfants avaient des besoins urgents en matière de soins dentaires (p. ex., carie, douleur, accident, etc.)
- Autre raison (veuillez préciser) :
- Aucune de ces réponses [NP : EXCLUSIF]

**QUESTIONS SPÉCIFIQUES À LA CAMPAGNE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]**

**POSER À TOUS LES RÉPONDANTS – MENTION SIMPLE**

**T1A :**

Au cours des trois derniers mois, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de la prestation dentaire canadienne ?

- oui
- non

**POSER SI T1A=OUI – MENTIONS MULTIPLES**

**T1B :**

Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité au sujet de la prestation dentaire canadienne?

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

**CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.**

<b>Radiodiffusion</b>	
Radio	
<b>Internet / numérique</b>	
Télévision numérique/en continue (par exemple Netflix, Disney+)	Podcasts
Une application mobile	Spotify
Site Internet	Pinterest
Twitter	YouTube
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	
<b>Affichages intérieur et extérieur</b>	
Affiche dans un cabinet dentaire	Écran numérique (dans un immeuble résidentiel, un centre commercial, un restaurant, une arène, etc.)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser :	

**POSER SI T1A=OUI – QUESTION OUVERTE**

**T1C :**

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

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

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

**T1M :**

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

**[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]**

**[RANDOMIZE ORDER OF ADS]**

**T1I\_Ad1**

[insérer la publicité numérique]

**T1I\_Ad2**

[insérer la publicité vidéo]

**T1I\_Ad3**

[insérer la publicité OOH]

Au cours des trois derniers mois avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

- oui
- non

**POSER SI T1M=OUI – MENTIONS MULTIPLES****T1N :**

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

**REMARQUE : CHOISISSEZ DANS LA LISTE TOUS LES MÉDIAS UTILISÉS DANS LA CAMPAGNE. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE D'AUTRES MÉDIAS AU CHOIX. LES EN-TÊTES SONT À TITRE INDICATIF UNIQUEMENT ET NE DOIVENT PAS ÊTRE UTILISÉES DANS LA VERSION FINALE DU QUESTIONNAIRE]****CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.**

<b>Radiodiffusion</b>	
Radio	
<b>Internet / numérique</b>	
Télévision numérique/en continue (par exemple Netflix, Disney+)	Podcasts
Une application mobile	Spotify
Site Internet	Pinterest
Twitter	YouTube
Moteur de recherche (e.g. Google, Bing)	
<b>Affichages intérieur et extérieur</b>	
Affiche dans un cabinet dentaire	Écran numérique (dans un immeuble résidentiel, un centre commercial, un restaurant, une arène, etc.)
<b>Option(s) obligatoire(s) :</b>	
Autre, veuillez préciser :	

**POSER À TOUS – QUESTION OUVERTE****T10 :**Quel est, selon vous, le message **principal** que ces publicités tentent de véhiculer?
**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE****T1P :**

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

**LIRE LES ÉNONCÉS AU HASARD.**

	1 Fortement en désaccord	2	3	4	5 Fortement en accord
Ces publicités attirent mon attention	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités me concernent	<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"/>
Cette publicité ne favorise 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 l'information nouvelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada peut répondre aux questions des parents au sujet de la prestation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont rendu(e) plus susceptible de croire que les soins dentaires des enfants sont importants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités exposent clairement les critères d'admissibilité à la prestation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ces publicités m'ont rendu(e) plus susceptible de demander la prestation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**POSER SI T1M=OUI – MENTIONS MULTIPLES**

**T1Q:** Avez-vous pris l'une des mesures suivantes après avoir vu l'annonce? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

- J'ai visité le site Web Canada.ca/dentaire
- J'ai réfléchi davantage aux soins dentaires pour moi
- J'ai réfléchi davantage aux soins dentaires pour mon enfant ou mes enfants
- J'ai discuté de la prestation avec un dentiste, un professionnel de la santé buccodentaire ou un autre fournisseur de soins de santé
- J'ai communiqué l'information à un ami ou un membre de la famille
- J'ai cherché des renseignements en ligne sur la prestation
- J'ai présenté une demande au titre de la prestation dentaire canadienne pour mon enfant ou mes enfants
- J'ai pris rendez-vous pour mon enfant ou mes enfants afin qu'ils reçoivent des soins dentaires
- J'ai amené mon enfant ou mes enfants chez le dentiste grâce aux paiements de prestation
- Autre mesure (veuillez préciser) :
- Je n'ai rien fait après avoir vu l'annonce [NP : EXCLUSIF]

**QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]**

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

**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 et non à la recherche d'emploi)
- autre situation

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

**D2 :**

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

**NE CHOISIR QU'UNE SEULE OPTION.**

- huitième année ou moins
- 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

**POSER À TOUS – MENTION SIMPLE**

**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?

YYYY

**PÉRIODE ADMISSIBLE : 1900 à 2023**

**POSER À TOUS – MENTIONS MULTIPLES**

**D7 :**

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

**EN CHOISIR AU PLUS DEUX.**

- anglais  
 français  
 autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_

**POSER À TOUS – MENTIONS MULTIPLES**

**D8 :** Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison? Veuillez cocher toutes les réponses qui s'appliquent.

- anglais  
 français  
 autre langue; veuillez préciser \_\_\_\_\_  
 je préfère ne pas répondre

**Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de [AJOUTER LE NOM DU MINISTÈRE/DE L'ORGANISME].**

**Dans les mois à venir, le rapport sera disponible de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.**