



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Collecte continue de données qualitatives sur les opinions des Canadiens - Octobre 2025

Rapport final

Rédigé pour le compte du Bureau du Conseil privé

Fournisseur : The Strategic Counsel

Numéro de contrat : CW2241412

Valeur du contrat : 1 629 482,60 \$

Date d'octroi du contrat : 19 décembre 2022

Date de livraison : 18 décembre 2025

Numéro d'enregistrement : POR-053-22

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, prière d'écrire à por-rop@pco-bcp.ca

This report is also available in English.

***Remarque : Dans le présent document, le genre masculin est utilisé comme générique dans le seul but d'alléger le texte.

Canada 

Collecte continue de données qualitatives sur les opinions des Canadiens

Rapport final

Rédigé pour le compte du Bureau du Conseil privé

Fournisseur : The Strategic Counsel

Octobre 2025

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une série de groupes de discussion menés par The Strategic Counsel au nom du Bureau du Conseil privé. Le premier cycle de la troisième année de la présente étude comptait en tout douze groupes de discussion composés d'adultes canadiens (âgés de 18 ans et plus), qui ont été menés entre le 7 octobre 2025 et le 30 octobre 2025.

This publication is also available in English under the title: Final Report - Continuous Qualitative Data Collection of Canadian's Views - October 2025

La présente publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable peut être obtenue du Bureau du Conseil privé. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, prière d'en faire la demande par courriel à por-rop@pco-bcp.ca, ou par la poste à :

Bureau du Conseil Privé
Édifice Blackburn
85, rue Sparks, local 228
Ottawa, Ontario K1A 0A3

Numéro de catalogue :

CP12-4F-PDF

Identifiant international des publications en série (ISSN) :

ISSN 2816-9370

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR-053-22 :

CP12-4E-PDF (Rapport final en anglais)

ISSN 2816-9360

Attestation de neutralité politique

À titre de cadre supérieure du cabinet The Strategic Counsel, j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque ainsi que dans la Directive sur la gestion des communications – Annexe C – Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les documents remis ne contiennent aucune information portant sur les intentions de vote électorales, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature :  _____

Date: 18 décembre 2025

Donna Nixon, associée

The Strategic Counsel

Table des matières

Sommaire	6
Introduction	6
Méthodologie.....	7
Principales constatations.....	9
Le gouvernement du Canada dans l'actualité (tous les lieux)	9
Performance et priorités du gouvernement du Canada (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto).....	10
Budget 2025 (Vallée de l'Okanagan [C.-B.], travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto).....	13
Grands projets d'infrastructure (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto)	16
Marché de l'emploi (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)	18
Maisons Canada (éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba)	19
Relations Canada - États-Unis (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec]).....	20
Campagne de publicité sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal)	21
Campagne de soutien d'Emploi et Développement social Canada en réponse aux droits de douane (travailleurs touchés pas des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, membres de la population générale de la Colombie-Britannique)	25
Efficacité énergétique résidentielle (Île-du-Prince-Édouard, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba).....	28
Statistique Canada (travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique)	30
Résultats détaillés.....	32
Chronologie des annonces en octobre 2025	33
Le gouvernement du Canada dans l'actualité (tous les lieux).....	36



Bâtir une économie canadienne plus forte (Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)	37
Performance et priorités du gouvernement du Canada (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto)	39
Budget 2025 (Vallée de l'Okanagan [C.-B.], travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)	45
Points de vue généraux (Vallée de l'Okanagan [Colombie-Britannique])	45
Messages potentiels liés au budget (Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], jeunes Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)	47
Grands projets d'infrastructure (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto)	50
Marché de l'emploi (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)	54
Maisons Canada (éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba)	56
Relations Canada - États-Unis (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec])	58
Campagne de publicité sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal)	59
Concepts publicitaires sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal)	60
Textes sur l'abordabilité (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)	71
Campagne de soutien D'EDSC en réponse aux droits de douane (travailleurs touchés pas des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, membres de la population générale de la Colombie-Britannique)	75
Efficacité énergétique résidentielle (Île-du-Prince-Édouard, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba)	91



Statistique Canada (travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique)	95
Annexes	97
Annexe A - Questionnaires de recrutement	98
Questionnaire de recrutement français.....	99
Questionnaire de recrutement anglais.....	108
Appendix B – Discussion Guides.....	120
Guide du modérateur français.....	121
Guide du modérateur anglais.....	150
Annexe C – Concepts publicitaires	176
Campagne de publicité sur l’abordabilité.....	177
Campagne de soutien D’EDSC en réponse aux droits de douane	185
Efficacité énergétique résidentielle.....	192

Sommaire

Introduction

Le Secrétariat des communications et des consultations du Bureau du Conseil privé (BCP) a confié à The Strategic Counsel (TSC) le mandat de mener, auprès de membres du public dans l'ensemble du pays, des cycles continus de recherche par groupe de discussion portant sur des enjeux, des événements et des initiatives stratégiques de premier plan liés au gouvernement du Canada.

L'objectif général de ce programme de recherche qualitative se décline en trois volets : analyser les dimensions et les facteurs d'influence de l'opinion publique sur les plus importants enjeux auxquels le pays est confronté ; évaluer les perceptions et les attentes relatives aux mesures et aux priorités du gouvernement fédéral ; orienter l'élaboration des communications du gouvernement du Canada pour qu'elles continuent de s'harmoniser au point de vue des Canadiennes et des Canadiens et à leurs besoins en matière d'information, tout en veillant à ce qu'elles demeurent claires et faciles à comprendre.

Les travaux de recherche visent à aider le Secrétariat des communications et des consultations du BCP à remplir son mandat qui consiste à soutenir le bureau du premier ministre dans la coordination des communications du gouvernement. Ces travaux de recherche permettront plus particulièrement de s'assurer que le BCP reste au fait des tendances émergentes et de l'opinion des Canadiens sur les enjeux de macro-niveau qui intéressent le gouvernement du Canada.



Le présent rapport comprend les conclusions qui ressortent de douze (12) groupes de discussion en ligne menés entre le 7 octobre 2025 et le 30 octobre 2025 à différents endroits du pays. Les détails concernant les lieux, le recrutement et la composition des groupes figurent dans la section ci-dessous.

La recherche menée au cours de ce cycle s'est principalement centrée sur les points de vue des participants concernant les principaux enjeux auxquels le gouvernement du Canada est actuellement confronté ainsi que sur leur évaluation de la performance de ce dernier quant à la prise en charge de ces priorités. Les participants de plusieurs groupes ont discuté du prochain budget fédéral, ainsi que des grands projets d'intérêt national que le gouvernement du Canada avait récemment annoncés.

Au nombre des autres sujets abordés figuraient les relations Canada-États-Unis, l'initiative « Maisons Canada », le marché de l'emploi, Statistique Canada ainsi que l'efficacité énergétique résidentielle. Les participants d'un certain nombre de groupes ont également fait part de leurs opinions concernant des concepts publicitaires et des supports marketing qui avaient été élaborés par Emploi et Développement social Canada (EDSC) dans le cadre de sa campagne de soutien, tandis que d'autres ont discuté d'une campagne de marketing plus vaste en lien avec les mesures que prenaient le gouvernement fédéral pour aider à rendre la vie des Canadiens plus abordable dans les années à venir.

En guise de mise en garde lors de l'interprétation des résultats de la présente étude, les conclusions de la recherche qualitative sont uniquement de nature indicative et ne peuvent être attribuées quantitativement à l'ensemble de la population étudiée avec un quelconque degré de certitude.

Méthodologie

Aperçu des groupes

Groupe cible

- Résidents canadiens âgés de 18 ans et plus.
- Les groupes ont principalement été divisés en fonction de la situation géographique.
- Les participants de certains groupes se sont focalisés sur des cohortes particulières de la population composées de particuliers préoccupés par le coût de la vie, de travailleurs de métiers spécialisés, d'acheteurs éventuels d'une première propriété, de Canadiens âgés de 18 à 34 ans ainsi que de travailleurs œuvrant dans des secteurs touchés par des droits de douane.

Approche détaillée

- Douze groupes de discussion ont été menés dans diverses régions du Canada.
- Six groupes ont été menés parmi des membres de la population générale résidant en Colombie-Britannique (C.-B.), de la vallée de l'Okanagan en C.-B., de l'Île-du-Prince-Édouard, de la région métropolitaine de Montréal, de la municipalité de Clarington (Ontario) et de la région du Saguenay — Lac-Saint-Jean (Québec).

- Les autres groupes de discussion ont été menés avec des sous-groupes clés de la population, à savoir :
 - Des particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ;
 - Des travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario ;
 - Des acheteurs potentiels d'une première propriété résidant au Manitoba ;
 - Des jeunes Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT) ;
 - Des travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick ;
 - Des travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec.
- Les groupes de discussion organisés au Québec ont été animés en français. Tous les autres groupes ont été animés en anglais.
- Toutes les discussions de groupe pour ce cycle se sont tenues en ligne.
- Huit participants au total ont été recrutés par groupe, en presumant pouvoir compter sur la présence de six à huit participants.
- Dans tous les lieux, 91 participants au total ont pris part aux discussions. Les détails concernant le nombre de participants par groupe sont fournis ci-dessous.
- Chaque participant a reçu une rétribution de 125 \$.

Localisation et composition des groupes

LIEU	GROUPE	LANGUE	DATE	HEURE (HAE)	COMPOSITION DU GROUPE	NOMBRE DE PARTICIPANTS
Vallée de l'Okanagan (Colombie-Britannique)	1	ANGLAIS	Mardi 7 octobre	21 h à 23 h	Membres de la population générale	8
Corridor Calgary-Edmonton	2	ANGLAIS	Mercredi 8 octobre	20 h à 22 h	Particuliers préoccupés par le coût de la vie	7
Île-du-Prince-Édouard	3	ANGLAIS	Jeudi 3 octobre	17 h à 19 h	Membres de la population générale	8
Ontario	4	ANGLAIS	Mardi 14 octobre	18 h à 20 h	Travailleurs de métiers spécialisés	6
Région métropolitaine de Montréal	5	FRANÇAIS	Mercredi 15 octobre	18 h à 20 h	Membres de la population générale	8
Manitoba	6	ANGLAIS	Jeudi 16 octobre	19 h à 21 h	Éventuels acheteurs d'une première propriété	8
Municipalité de Clarington	7	ANGLAIS	Mardi 1er octobre	18 h à 20 h	Membres de la population générale	8
Région du Saguenay — Lac-Saint-Jean (Québec)	8	FRANÇAIS	Mercredi 22 octobre	18 h à 20 h	Membres de la population générale	8
Région du grand Toronto	9	ANGLAIS	Jeudi 23 octobre	18 h à 20 h	Jeunes Canadiens de 18 à 34 ans	8

Nouveau-Brunswick	10	ANGLAIS	Mardi 28 octobre	17 h à 19 h	Travailleurs touchés par les droits de douane	7
Québec	11	FRANÇAIS	Mercredi 29 octobre	18 h à 20 h	Travailleurs touchés par les droits de douane	7
Colombie-Britannique	12	ANGLAIS	Jeudi 30 octobre	21 h à 23 h	Membres de la population générale	8
Nombre total de participants						91

Principales constatations

Le gouvernement du Canada dans l'actualité (tous les lieux)

Les participants de tous les groupes ont été invités à faire part de ce qu'ils avaient vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada au cours des derniers jours. Une série d'annonces et d'initiatives ont été rappelées, notamment l'annonce par le gouvernement du Canada selon laquelle il présenterait son budget annuel le 4 novembre 2025, l'annonce de la création de l'organisme « Maisons Canada », une nouvelle initiative visant à accélérer la construction de logements abordables partout au Canada, et la réponse continue aux droits de douane imposés par les États-Unis sur les importations canadiennes. Parmi les autres mesures citées par les participants, mentionnons la décision du Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes (STTP) de suspendre sa grève nationale pour privilégier une grève tournante, l'annonce d'Immigration, Réfugiés, et Citoyenneté Canada (IRCC) selon laquelle ce dernier plafonnerait le nombre de visas de travailleurs étrangers temporaires (TET) et de permis d'études internationaux délivrés au cours des prochaines années, ainsi que l'annonce par l'Agence du revenu du Canada (ARC) selon laquelle, à compter de l'année d'imposition 2026, elle mettrait en place un système de déclaration de revenus automatique pour les Canadiens à faible revenu, facilitant ainsi l'accès des ménages aux principales prestations fédérales.

Les participants ont également évoqué un certain nombre d'annonces et d'initiatives en lien avec des activités du gouvernement du Canada sur la scène internationale. Au nombre de celles-ci figuraient la participation de représentants fédéraux à des réunions avec des représentants à Washington D.C., qui, croit-on, auraient eu pour objectif d'encourager la suppression des droits de douane américains sur les



importations canadiennes, la participation de représentants fédéraux à la réunion des dirigeants de la Coopération économique pour l'Asie-Pacifique (APEC) ainsi que l'annonce du gouvernement du Canada selon laquelle ce dernier avait décidé de reconnaître officiellement l'État de Palestine.

Bâtir une économie canadienne plus forte (Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants du groupe composé de particuliers âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT) se sont vu poser quelques questions complémentaires concernant les récentes annonces faites par gouvernement fédéral concernant son plan pour bâtir une économie canadienne plus forte dans les années à venir. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit de la part du gouvernement du Canada à ce sujet, aucun participant n'a répondu par l'affirmative.

Après s'être vu fournir de l'information au sujet des mesures et initiatives que comptait prendre le gouvernement pour renforcer l'économie canadienne, plusieurs participants ont salué le volet consacré à la création de nouveaux programmes d'apprentissage et de formation professionnelle, un certain nombre d'entre eux estimant que ceux-ci seraient particulièrement utiles pour les jeunes Canadiens qui peinent à trouver un emploi bien rémunéré. Un grand nombre d'entre eux étaient également d'avis que les initiatives visant à rendre le logement plus abordable auraient un impact positif dans la vie de nombreux Canadiens ainsi que dans la leur. Quelques participants ont toutefois soulevé des préoccupations concernant les coûts potentiels de ces initiatives et se demandaient si le gouvernement du Canada serait en mesure d'assumer ces dépenses accrues tout en s'efforçant de combler son déficit de fonctionnement au cours des trois prochaines années.

Performance et priorités du gouvernement du Canada (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto.

Les participants de sept groupes ont pris part à des discussions portant sur les enjeux auxquels sont actuellement confrontés les Canadiens et sur leurs points de vue concernant la gestion du gouvernement du Canada quant à ces priorités. Les participants de quatre groupes respectivement composés de résidents de la Vallée de l'Okanagan, de particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, de résidents de la municipalité de Clarington (Ontario) et de particuliers âgés de 18 à 34 ans résidant dans la RGT se sont vu inviter à cerner les domaines d'intervention dans lesquels ils estimaient que la performance du gouvernement du Canada avait été satisfaisante et ceux dans lesquels ils estimaient qu'il pouvait faire mieux.

Les participants des groupes susmentionnés ont également recensé un certain nombre de domaines dans lesquels ils estimaient que la performance du gouvernement du Canada avait été satisfaisante ces derniers temps. Au nombre de ceux-ci, mentionnons le large éventail de programmes et de mesures de soutien à l'intention des Canadiens, les efforts du gouvernement fédéral visant à protéger et défendre

les droits de populations vulnérables ou marginalisées, les personnes en situation de handicap et les membres de la communauté 2ELGBTQI+, les récentes mesures visant à consolider et diversifier les relations commerciales du Canada sur la scène internationale, ainsi que les efforts déployés pour protéger l'environnement et atténuer les effets du changement climatique sur les générations futures. Les participants de ces groupes ont exprimé un éventail d'avis positifs et négatifs concernant un certain nombre d'enjeux. Au nombre de ceux-ci, citons les soins de santé, la sécurité publique ainsi que le niveau de soutien fourni à des pays dans d'autres parties du monde. Les participants de ces groupes ont en outre recensé une série de domaines d'intervention dans lesquels ils estimaient que le gouvernement du Canada pouvait faire mieux, notamment en ce qui concerne le coût de la vie, l'abordabilité du logement, l'immigration, le développement de ressources naturelles ainsi que les dépenses fédérales consacrées à l'appareil gouvernemental qu'ils considéraient comme ayant été élevées au cours des récentes années.

Les participants de tous les groupes ont été invités à cerner les principaux enjeux que devrait, selon eux, prioriser le gouvernement fédéral à l'heure actuelle. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis que la réduction du coût de la vie devait constituer une de ses priorités absolues, plusieurs participants disant croire qu'un nombre croissant de ménages canadiens peinait à assumer le coût de certains produits essentiels, dont les produits d'épicerie, le logement et l'essence. Plusieurs participants estimaient quant à eux que les soins de santé devaient constituer une priorité absolue du gouvernement du Canada et qu'une place plus importante devait être accordée au recrutement et à l'embauche d'un plus grand nombre de professionnels de la santé, notamment de médecins et de membres du personnel infirmier, ainsi qu'à l'élargissement de l'offre de ressources en santé mentale au sein des collectivités canadiennes. On était également d'avis que davantage devait être fait pour accroître le nombre de possibilités d'emploi offertes aux Canadiens, bon nombre de participants évoquant les difficultés auxquelles ils avaient personnellement été confrontés pour se trouver un emploi à temps plein dans leurs régions respectives.

À la question de savoir comment ils qualifieraient le rendement de l'économie canadienne, bon nombre d'entre eux ont répondu qu'elle faisait actuellement face à des défis considérables et qu'ils s'attendaient à ce que ces problèmes perdurent dans un avenir prévisible. Plusieurs d'entre eux étaient d'avis qu'un grand nombre de ménages faisaient actuellement face à des contraintes financières accrues en raison de la hausse du coût des produits essentiels, et que cela avait conduit de nombreuses familles à réduire certaines dépenses discrétionnaires, dont celles liées aux vacances, à l'achat d'un nouveau véhicule ou à des sorties au restaurant. De l'avis général, les récentes tensions commerciales avec les États-Unis ainsi que l'imposition de droits de douane étendus sur les produits canadiens avaient accru l'incertitude économique ressentie par les Canadiens, certains craignant que cette situation n'entraîne des pertes d'emploi généralisées ainsi qu'une hausse des coûts à la consommation si ces droits de douane devaient rester en vigueur à long terme.

En discutant de la question de savoir ce qui devrait être fait pour qu'ils se sentent plus optimistes au sujet de l'économie canadienne, bon nombre de participants ont affirmé qu'il faudrait que le coût de la vie au Canada devienne globalement plus abordable et notamment en ce qui concerne le prix de produits essentiels comme le logement, les produits d'épicerie, l'essence et les coûts énergétiques résidentiels. Plusieurs participants étaient d'avis qu'une augmentation généralisée des salaires des

Canadiens à faible et moyen revenu serait également le signe d'une amélioration de l'économie, surtout si cela permettait aux ménages de disposer de plus d'argent à la fin de chaque mois à consacrer à leurs dépenses discrétionnaires ou pour épargner en vue d'achats importants, comme une nouvelle habitation ou une nouvelle voiture.

Lorsqu'on a demandé aux participants comment ils qualifieraient la performance du gouvernement du Canada quant à sa gestion de l'économie, ces derniers ont exprimé des opinions diverses et variées, ceux estimant qu'il était sur la bonne voie étant à peu aussi nombreux que ceux qui étaient d'un autre avis. Parmi les participants estimant que le gouvernement fédéral était sur la bonne voie, plusieurs se disaient d'avis qu'il faisait tout ce qu'il pouvait, surtout au vu des défis importants posés par le maintien des droits de douane américains sur des produits canadiens. On était d'avis que, même s'il fallait probablement beaucoup de temps pour remédier complètement à des problèmes comme ceux du coût élevé de la vie et de l'abordabilité du logement, le gouvernement fédéral semblait adopter la bonne approche pour surmonter ces difficultés et jetait des bases solides sur lesquelles d'autres progrès économiques pourraient être réalisés.

Parmi ceux qui estimaient que le gouvernement du Canada faisait fausse route en ce qui concerne sa gestion de l'économie, un grand nombre de participants ont réitéré leurs préoccupations concernant le coût élevé de la vie et les difficultés financières, qu'ils percevaient comme étant généralisés, auxquelles des ménages à faible et moyen revenu étaient confrontés. On était d'avis que, tant que des améliorations liées au coût de la vie n'auraient pas été constatées dans leur propre vie, il leur serait difficile de considérer que le gouvernement était sur la bonne voie quant à sa gestion de l'économie.

Décrivant les mesures qu'ils souhaiteraient désormais voir prendre le gouvernement du Canada en matière d'économie, les participants ont mentionné des initiatives diverses et variées. Au nombre de celles-ci, mentionnons des mesures visant à rendre le logement plus abordable au profit des Canadiens, à fournir un soutien accru aux petites entreprises, à réduire les obstacles liés au commerce interprovincial et à consacrer des investissements plus importants au secteur agricole dans le but d'augmenter la sécurité alimentaire du pays et à réduire le coût des produits d'épicerie au profit des consommateurs.

Les participants de trois groupes se sont vu poser quelques questions complémentaires en lien avec le marché de l'emploi et le taux de chômage. À la question de savoir si, à leur connaissance, le taux de chômage était à la hausse, à la baisse, ou s'il restait pour ainsi dire inchangé, la quasi-totalité des participants a dit croire que le taux de chômage avait récemment augmenté. Décrivant les facteurs les amenant à croire que le taux de chômage était en hausse, plusieurs d'entre eux ont cité les droits de douane qui avaient été imposés par les États-Unis, un certain nombre d'entre eux étant d'avis que ces mesures avaient déjà entraîné des mises à pied et des pertes d'emploi au détriment de travailleurs dans plusieurs secteurs touchés, dont ceux de l'acier, du bois d'œuvre et de la construction automobile. Bon nombre de participants ont en outre mentionné ce qu'ils percevaient comme étant la prévalence croissante d'un certain nombre de technologies, dont l'automatisation et l'intelligence artificielle (IA), estimant qu'elles avaient déjà entraîné l'élimination de nombreux services et emplois de premier échelon au détriment des Canadiens.



En discutant des mesures que pourrait prendre, le cas échéant, le gouvernement du Canada pour remédier à cette situation, plusieurs participants estimaient que des investissements plus importants devaient être consentis pour offrir aux Canadiens des possibilités de formation et de recyclage professionnel dans les secteurs à forte demande, notamment dans la construction et les métiers spécialisés. On estimait qu'en adoptant cette approche, le gouvernement fédéral contribuerait efficacement à doter les travailleurs canadiens des compétences dont ils ont besoin pour demeurer concurrentiels sur le marché du travail moderne, tout en aidant les entreprises à trouver des employés possédant les compétences spécialisées requises pour pourvoir les postes vacants.

Budget 2025 (Vallée de l'Okanagan [C.-B.], travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants de sept groupes ont tenu des discussions portant sur le prochain budget annuel du gouvernement du Canada, dont le dépôt était prévu le 4 novembre 2025. Les particuliers résidant dans la Vallée de l'Okanagan en Colombie-Britannique ont fait part de leurs points de vue généraux concernant le budget et les domaines d'intervention prioritaires sur lesquels on devait, selon eux, se focaliser tandis que les participants de tous les autres groupes ont évalué des messages dont pourrait se servir le gouvernement du Canada pour ses communications portant sur le budget.

Points de vue généraux (Vallée de l'Okanagan [Colombie-Britannique])

Prenant part à une discussion portant sur l'approche générale du gouvernement fédéral concernant le budget, les participants résidant dans la Vallée de l'Okanagan (C.-B.) se sont vu informer que le gouvernement du Canada avait annoncé son intention de réduire les dépenses consacrées au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et d'investir davantage dans des projets favorisant une croissance économique. La quasi-totalité des participants était d'avis que l'approche adoptée par le gouvernement du Canada était la bonne, bon nombre d'entre eux estimant qu'il était important de réduire les dépenses fédérales tout en investissant dans des projets d'infrastructure contribuant à renforcer l'économie.

Invités à recenser les domaines dans lesquels le gouvernement fédéral pourrait réaliser des économies, les participants ont proposé une série de mesures diverses et variées. Au nombre de celles-ci, citons des mesures visant à réduire les dépenses liées aux déplacements et à l'hébergement des fonctionnaires fédéraux, à réduire les montants que consacre le gouvernement du Canada à des initiatives humanitaires à l'étranger ainsi qu'à réduire les dépenses consacrées à des sociétés d'État comme Postes Canada et la Société Radio-Canada (SRC).

Discutant des domaines dans lesquels le gouvernement fédéral devait s'efforcer d'investir davantage, un certain nombre de participants estimaient que des fonds supplémentaires devaient être consacrés aux bourses d'études postsecondaires et aux programmes de formation professionnelle, afin de permettre aux Canadiens d'acquérir plus facilement les compétences nécessaires à leur compétitivité au sein de l'économie moderne. À la question de savoir quelle serait leur réaction si, en raison de ces

investissements de la part du gouvernement fédéral, les dépenses du gouvernement du fédéral finissaient par être plus élevées, la plupart des participants estimaient que cela serait acceptable dans la mesure où ces projets seraient gérés de manière rentable et généreraient des avantages économiques mesurables à long terme pour les Canadiens.

Les participants se sont ensuite vu informer de la déclaration du gouvernement du Canada selon laquelle, compte tenu des perturbations continues marquant les relations commerciales avec les États-Unis, il était important de diversifier l'économie afin de réduire la dépendance au commerce américain, notamment en prenant des mesures visant à investir dans de grands projets d'intérêt national, en augmentant la construction de logements, en renforçant l'armée canadienne et en venant en aide aux secteurs et industries touchés par la guerre commerciale. À la question de savoir s'ils approuvaient cette approche, tous les participants ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux estimant qu'elle créerait des conditions propices à une économie canadienne globalement plus forte et fournirait des possibilités économiques accrues aux travailleurs et entreprises canadiennes dans les années à venir. Discutant de la question de savoir si leurs réactions à cet enjeu seraient différentes si ces investissements avaient pour effet d'augmenter la taille du déficit national, aucun des participants n'a répondu par l'affirmative.

Messages potentiels portant sur le Budget 2025 (Vallée de l'Okanagan [C.-B.], travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants de tous les groupes, à l'exception de ceux composés de résidents de la Vallée de l'Okanagan, ont pris part à des discussions concernant de potentiels messages dont pourrait se servir le gouvernement du Canada dans ses communications concernant le budget.

Le premier message présenté aux participants stipulait que, dans l'élaboration du budget, le gouvernement du Canada devrait faire des choix responsables et prendre des décisions difficiles, et que son plan global consistait à réduire les dépenses consacrées au fonctionnement de l'appareil gouvernemental tout en consacrant davantage d'investissements aux travailleurs, aux entreprises et à des infrastructures d'intérêt national.

Dans l'ensemble, les participants ont exprimé des opinions partagées à ces messages, bon nombre d'entre eux estimant que, si cette déclaration semblait positive, elle était cependant assez vague et ne fournissait pas beaucoup de détails concrets. Plusieurs d'entre eux estimaient que tant que de l'information supplémentaire ne serait pas fournie concernant les mesures précises que le gouvernement s'apprêtait à annoncer dans le cadre de son budget, il était difficile de dire si l'approche qu'il adoptait était la bonne. Un certain nombre d'entre eux se demandaient également ce qu'il fallait comprendre du message évoquant la nécessité pour le gouvernement fédéral de faire des choix responsables et de prendre des décisions difficiles, certains craignant que cela n'entraîne une réduction des programmes et des services offerts aux Canadiens.



À la question de savoir si ce message les interpellait, plusieurs participants ont répondu par l'affirmative, certains d'entre eux estimant qu'il était important que le gouvernement du Canada réduise les dépenses qu'il consacre au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et qu'il s'efforce d'accroître l'efficacité de ses dépenses globales, surtout à la lumière des dépenses fédérales des dernières années, qu'ils percevaient comme ayant été élevées. Parmi le plus petit nombre de participants n'ayant pas trouvé le message convaincant, plusieurs ont réitéré leur opinion selon laquelle l'énoncé était très vague et ne fournissait pas suffisamment de détails qui puissent les rejoindre personnellement. Discutant de la question de savoir si cet énoncé améliorerait, empirait ou ne changeait en rien leur perception des plans du gouvernement concernant le budget et l'économie canadienne, la plupart des participants n'estimaient pas que l'énoncé avait modifié de quelque façon leur point de vue, bien que quelques-uns d'entre eux aient déclaré qu'il avait empiré leurs impressions et qu'un très petit nombre d'entre eux aient déclaré qu'il les avait rendus plus optimistes quant à l'avenir économique du Canada.

Les participants se sont ensuite vu présenter un deuxième message selon lequel, dans le cadre de son budget, le gouvernement du Canada serait amené à faire des choix pragmatiques et à prendre des décisions difficiles afin de protéger les programmes et les initiatives visant à venir en aide aux plus démunis de notre société, tout en consolidant les programmes qui contribuent à réduire les coûts dans l'intérêt des travailleurs Canadiens et de mettre en place des programmes qui aideront les Canadiens à progresser.

Les participants étaient plus nombreux à réagir favorablement à cet énoncé comparativement à ceux qui étaient d'un autre avis, un certain nombre d'entre eux estimant que le message faisait écho aux difficultés financières auxquelles sont confrontés de nombreux travailleurs canadiens et laissait entendre que le gouvernement fédéral avait l'intention de mettre en place des programmes pour aider les familles à améliorer leur situation. Les participants ont également réagi positivement à l'engagement à venir en aide aux personnes les plus vulnérables de la société exprimé dans l'énoncé, un certain nombre d'entre eux estimant qu'il s'agissait pour le gouvernement d'un domaine important sur lequel se concentrer compte tenu du coût élevé de la vie à l'heure actuelle. On était d'avis que, comparativement au premier énoncé, ce message était plus concis, un certain nombre de participants estimant qu'il communiquait efficacement les plans du gouvernement fédéral pour le prochain budget.

À la question de savoir si ce message les interpellait, plusieurs participants ont répondu par l'affirmative, certains d'entre eux réitérant leur approbation quant à son engagement à venir en aide aux Canadiens travailleurs et à offrir un soutien accru aux personnes les plus vulnérables de la société. Discutant de la question de savoir si cet énoncé améliorerait, empirait ou changeait leur perception des plans du gouvernement concernant le budget et l'économie canadienne, la plupart des participants ne croyaient pas qu'il avait modifié de quelque façon leur point de vue, quelques-uns d'entre eux déclarant que l'énoncé avait empiré leurs impressions et un très petit nombre d'entre eux déclarant qu'il les avait rendus plus optimistes quant au futur économique du Canada.

Après s'être vu informer que les énoncés portaient tous les deux sur les choix difficiles qu'aurait à faire le gouvernement du Canada, plusieurs participants étaient d'avis que ce type de message indiquait aux Canadiens qu'ils pourraient devoir faire des sacrifices personnels dans les années à venir, et un certain

nombre d'entre eux ont exprimé leurs préoccupations quant aux répercussions que cela pourrait avoir sur leur propre bien-être financier. Bien que se disant également inquiets des impacts que ces coupes budgétaires anticipées pourraient avoir dans leur vie, plusieurs participants estimaient que l'approche adoptée par le gouvernement du Canada était la bonne. Parmi ces participants, on estimait qu'il était important de prendre des mesures pragmatiques de ce type maintenant afin de bâtir un avenir économique plus solide au profit des Canadiens dans les années à venir.

Grands projets d'infrastructure (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto)

Les participants de cinq groupes ont pris part à des discussions portant sur les grands projets d'infrastructure qu'avait récemment annoncés le gouvernement fédéral. À la question de savoir ce qu'ils avaient récemment vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada et de grands projets d'infrastructure, les participants ont fourni un éventail de réponses, plusieurs se souvenant d'avoir entendu dire que le gouvernement avait récemment annoncé qu'il s'emploierait à accroître la production d'énergie nucléaire au Canada. Un certain nombre d'entre eux se souvenaient également d'avoir entendu parler de mesures qu'entendait prendre le gouvernement du Canada pour agrandir le port de Churchill, tandis que d'autres disaient croire que ce dernier avait fait des annonces au sujet d'une exploitation accrue de minéraux critiques et de la création d'un bureau des grands projets chargé de coordonner la mise en œuvre de ces projets d'infrastructure de grande envergure.

Après s'être vu informer que le gouvernement du Canada avait annoncé une série initiale de cinq grands projets d'infrastructure à l'étude ayant pour objectif de transformer l'économie du Canada, les participants se sont vu expliquer qu'au nombre de ces initiatives figuraient le projet LNG Canada — Phase 2 à Kitimat (C.-B.), le nouveau projet nucléaire de Darlington, à Clarington (Ontario), le projet de terminal à conteneurs de Contrecœur (Québec), le projet de mine de cuivre de Foran, à McIlvenna Bay, au centre est de la Saskatchewan ainsi que le projet d'expansion de la mine de Red Chris, dans le nord-ouest de la Colombie-Britannique.

Les réactions à ces projets ont pour la plupart été positives, bon nombre de participants estimant que ces investissements seraient bénéfiques pour les Canadiens et contribueraient de manière significative à renforcer l'économie canadienne sur le long terme. Plusieurs d'entre eux s'attendaient à ce que ces initiatives mènent à la création d'un grand nombre d'emplois bien rémunérés au profit des Canadiens, tout en contribuant à la croissance économique des collectivités situées à proximité de ces projets.

S'ils se disaient généralement favorables à ces projets, certains étaient d'avis qu'il était important que tous les intervenants potentiels, y compris les peuples autochtones, soient consultés et impliqués à toutes les étapes de l'élaboration et de la mise en œuvre de ces projets. On estimait en outre qu'il était important que des mesures soient prises pour s'assurer que ces projets soient détenus par des Canadiens et construits et exploités par des travailleurs canadiens. Quelques participants s'inquiétaient des répercussions négatives que pourraient avoir certains projets, dont le projet LNG Canada Phase 2 et le projet de mine de cuivre de Foran, à McIlvenna Bay, dans d'autres dossiers prioritaires comme

ceux de la réduction des émissions de carbone et de l'atténuation des effets du changement climatique.

Plusieurs participants ont parlé en termes particulièrement positifs du nouveau projet nucléaire de Darlington, à Clarington (Ontario). Un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que l'énergie nucléaire constituait une source fiable d'énergie propre et estimaient qu'il était important que le gouvernement fédéral accroisse ses investissements dans ce domaine. On s'attendait à ce que le recours accru à de l'énergie nucléaire contribue à réduire les coûts énergétiques des Canadiens et que ce projet profiterait tout particulièrement aux 300 000 ménages qui, grâce à cette initiative, aurait désormais accès à une nouvelle source d'énergie propre. À la question de savoir si le terme « petit réacteur modulaire » (PRM) leur était familier, seul un petit nombre de participants ont répondu par l'affirmative, très peu d'entre eux pouvant se souvenir de quelconques détails concernant cette technologie.

À la question de savoir si ces grands projets d'infrastructure contribueraient, selon eux, à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative et un certain nombre d'entre eux ont réitéré l'opinion selon laquelle ces projets, une fois opérationnels, entraîneraient une croissance économique à long terme et confèreraient une plus grande autonomie économique au Canada dans les années à venir. Un certain nombre d'entre eux estimaient que des projets comme celui de LNG Canada Phase 2 augmenteraient la capacité du Canada à exporter ses ressources naturelles sans qu'elles aient à transiter par les États-Unis, et l'aideraient, de ce fait, à renforcer l'autonomie énergétique du Canada. On était également d'avis qu'en devenant le premier pays du Groupe des Sept (G7) à se doter d'un PRM opérationnel, le Canada avait désormais la possibilité de se positionner en tant que chef de file mondial de la production d'énergie nucléaire.

Les participants se sont également vu présenter de l'information au sujet des domaines stratégiques et activités récemment définis par le gouvernement fédéral. Au nombre de ceux-ci, citons la mise en place d'une stratégie sur les minéraux critiques, le lancement du projet Wind West Atlantic Energy, les investissements consacrés à l'initiative Pathway Plus, le projet de captage, d'utilisation et de stockage du carbone en Alberta, l'établissement d'un corridor économique et de sécurité pour l'Arctique, la modernisation du port de Churchill par le biais de l'initiative du port de Churchill Plus, ainsi que les investissements consacrés à l'élaboration du projet de train à grande vitesse Alto qui reliera Toronto à la ville de Québec.

La quasi-totalité des participants a favorablement réagi à cette information, plusieurs d'entre eux louant tout particulièrement les initiatives du port de Churchill Plus et du Corridor économique et de sécurité pour l'Arctique. Parmi ces participants, on estimait important que le gouvernement fédéral renforce la présence du Canada dans l'Arctique, tant pour accroître l'activité économique dans le Nord canadien que pour défendre la souveraineté territoriale du Canada dans la région. L'annonce du projet de train à grande vitesse Alto a également été bien reçue par un certain nombre de participants estimant qu'il contribuerait à réduire l'achalandage routier entre Toronto et Québec et par le fait même les émissions de carbone. Si la plupart d'entre eux se disaient en faveur de la Stratégie sur les minéraux critiques, un petit nombre de participants ont exprimé des préoccupations concernant les



dommages environnementaux que pourrait entraîner l'intensification de l'exploitation minière et estimaient que le gouvernement devait faire preuve de prudence au moment d'approuver de nouveaux projets liés à l'extraction de ressources. À la question de savoir s'ils estimaient que ces initiatives contribueraient à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada, bon nombre de participants ont répondu par l'affirmative, plusieurs d'entre eux s'attendant à ce que ces projets génèrent un plus grand nombre d'emplois au profit des Canadiens et augmentent l'autosuffisance économique du Canada dans les années à venir.

Marché de l'emploi (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)

Les participants du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario ont fait part de leur point de vue sur le marché de l'emploi au Canada ainsi que de leurs prévisions quant à l'évolution du marché de l'emploi dans les années à venir. À la question de savoir si, à leur avis, la situation sur le marché de l'emploi pour les travailleurs de métiers spécialisés était bonne, mauvaise ou ni bonne ni mauvaise, plusieurs participants ont indiqué que le marché de l'emploi était assez concurrentiel à l'heure actuelle et qu'un grand nombre de travailleurs de métiers spécialisés avaient de la difficulté à trouver des emplois bien rémunérés dans leur région. Un certain nombre d'entre eux ont exprimé un point de vue plus nuancé, estimant que, si un grand nombre d'emplois étaient recherchés dans le domaine des métiers spécialisés, une proportion importante de ces éventuels travailleurs ne possédaient pas les compétences spécialisées que recherchent les employeurs.

Discutant de la facilité ou de la difficulté avec laquelle des personnes comme eux s'étaient trouvés de l'emploi dans un domaine d'intérêt, un certain nombre de participants ont réitéré l'opinion selon laquelle il pourrait s'avérer difficile d'avoir accès à certains secteurs commerciaux sans avoir un niveau considérable d'expérience ou plusieurs contacts personnels. On était d'avis que, s'il était en général relativement facile pour les travailleurs syndiqués de se trouver de l'emploi, les débouchés pouvaient se faire rares pour ceux qui n'adhéraient pas à un syndicat.

On a demandé aux participants si, en se projetant cinq ans en avant, ils prévoyaient que la situation sur le marché de l'emploi au Canada serait meilleure, pire ou à peu près la même. Tout compte fait, plusieurs d'entre eux s'attendaient à ce qu'elle soit pire, un certain nombre de participants se disant préoccupés par les répercussions qu'un recours accru aux technologies d'automatisation et à l'intelligence artificielle (IA) pourrait avoir dans un large éventail de secteurs et industries. En ce qui concerne plus particulièrement les métiers spécialisés, un certain nombre de participants se disaient préoccupés par le recours croissant, dans leur secteur, à des technologies innovantes permettant d'effectuer des tâches spécialisées (comme le coulage de béton) sans apport humain. Parmi ces participants, on estimait que cette situation pourrait à l'avenir amener les employeurs à réduire leurs besoins en main-d'œuvre qualifiée.

Invités à se projeter cinq à dix ans en avant, on a demandé aux participants à quoi ressemblerait alors, selon eux, le marché de l'emploi, notamment en ce qui concerne les secteurs qu'ils s'attendaient à voir connaître la plus forte croissance ainsi que les compétences qui seraient les plus recherchées par les employeurs. Tout en étant d'avis que le marché de l'emploi dans son ensemble pourrait s'affaiblir (en partie en raison du recours accru des entreprises à l'IA), bon nombre de participants estimaient que la



demande de main-d'œuvre qualifiée se maintiendrait dans les corps de métiers, en particulier ceux qui exigent un travail physique comme la maçonnerie, la pose de cloisons sèches, la réparation de circuits électriques et la plomberie. Lorsqu'on leur a demandé dans quelle mesure ils étaient confiants quant à leurs chances de trouver un bon emploi dans la future économie canadienne, tous les participants se sont dits extrêmement confiants.

À la question de savoir si le gouvernement fédéral était sur la bonne voie ou s'il était sur la mauvaise voie en matière de création d'emplois bien rémunérés dans l'intérêt des Canadiens, un certain nombre de participants estimaient qu'il faisait fausse route dans ce dossier. Parmi ces participants, l'opinion a été réitérée selon laquelle la demande en matière d'emploi dans plusieurs régions du pays continuait de dépasser le nombre d'emplois offerts et que le gouvernement du Canada devait désormais faire davantage pour stimuler la création d'emploi. Décrivant des mesures supplémentaires que le gouvernement pourrait, à leur avis, prendre pour aider dans ce domaine, plusieurs participants étaient d'avis qu'il devrait mettre en place des programmes contribuant à mettre d'éventuels travailleurs en contact avec des employeurs sollicitant leurs compétences. On estimait également que des mesures pourraient être prises pour accroître le nombre de stages coopératifs et d'apprentissage offerts aux personnes suivant des programmes d'études postsecondaires ou de formation professionnelle et que cela contribuerait à fournir aux futurs travailleurs une expérience professionnelle précieuse alors qu'ils se préparent à entamer leur carrière.

Maisons Canada (éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba)

Les participants du groupe composé d'éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba ont pris part à une discussion au sujet de l'initiative « Maisons Canada ». Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit concernant les efforts déployés par le gouvernement du Canada pour résoudre les problèmes de logement, aucun participant ne pouvait se souvenir de détails précis, bien que quelques-uns d'entre eux disaient croire que le gouvernement avait récemment pris un certain nombre de mesures visant à accélérer la construction de logements abordables à l'échelle nationale. À la question de savoir s'ils avaient entendu parler de la nouvelle initiative « Maisons Canada » du gouvernement fédéral, aucun participant n'a répondu par l'affirmative.

Après s'être vu fournir de l'information au sujet de cette initiative, la quasi-totalité des participants a réagi positivement, un certain nombre d'entre eux estimant que cet organisme contribuerait à accroître l'offre de logements résidentiels partout au pays et à rendre le logement plus abordable dans l'intérêt des Canadiens à faible et moyen revenu. Plusieurs d'entre eux ont particulièrement loué le fait que le gouvernement du Canada veille à ce que les logements construits dans le cadre de cette initiative demeurent abordables à long terme, nombre d'entre eux estimant que cela serait essentiel au succès global de ce programme. On était d'avis que, en doublant le taux de construction de logements, l'initiative Maisons Canada aurait probablement un impact positif considérable sur les nombreuses familles qui, selon toute vraisemblance, ont actuellement du mal à faire face au coût du logement, leur permettant ainsi de consacrer une plus grande partie de leur revenu mensuel à d'autres



aspects importants de leur vie. À la question de savoir si cette initiative leur serait personnellement profitable, un grand nombre de participants ont répondu par l'affirmative.

Après s'être vu informer que l'un des moyens utilisés par Maisons Canada pour livrer un plus grand nombre de logements plus rapidement consisterait à se servir de terrains publics pour y appliquer des méthodes de construction novatrices et durables, ainsi qu'à promouvoir l'utilisation de bois d'œuvre canadien certifié et de matériaux recyclés à faibles émissions pour construire ces logements, la plupart des participants ont réagi positivement. Un certain nombre d'entre eux s'attendaient à ce qu'une plus grande importance accordée aux habitations préfabriquées contribue à accélérer la construction de nouvelles habitations, ce qui permettrait au gouvernement fédéral d'atteindre plus facilement son objectif d'augmenter l'offre de logements abordables au Canada. On était également d'avis qu'en construisant sur des terrains publics, le Canada verrait probablement ses coûts financiers diminuer et aurait moins de formalités administratives à accomplir que s'il devait acquérir des terrains privés pour cette initiative.

Relations Canada - États-Unis (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec])

Les participants de trois groupes ont pris part à des discussions portant sur les relations entre le Canada et les États-Unis et sur la réponse du gouvernement fédéral au vaste éventail de droits de douane imposés par les États-Unis sur des importations canadiennes. À la question de savoir s'ils avaient vu, lu ou entendu parler de droits de douane imposés par les États-Unis sur certains produits canadiens, presque tous ont répondu par l'affirmative. Plusieurs d'entre eux se souvenaient avoir entendu dire que des droits de douane importants avaient été imposés sur les produits canadiens en acier et en aluminium, tandis que d'autres ont dit croire que le secteur du bois d'œuvre avait également été fortement touché par ces mesures.

Lorsqu'on leur a demandé comment ils qualifieraient la performance du gouvernement fédéral quant à sa gestion des relations commerciales avec les États-Unis, les participants estimant qu'il était sur la bonne voie à cet égard étaient à peu près aussi nombreux que ceux ayant exprimé des opinions plus neutres ou incertaines. Parmi les participants estimant que le gouvernement fédéral était sur la bonne voie dans sa réponse au différend commercial en cours avec les États-Unis, plusieurs ont déclaré qu'il avait fait de son mieux pour apporter une réponse ferme et mesurée à ces droits de douane, tout en s'efforçant de protéger le bien-être financier des consommateurs, des travailleurs et des entreprises canadiens qui avaient jusqu'à présent été touchés. Parmi les participants plus incertains, bon nombre estimaient qu'il était difficile d'évaluer la performance du gouvernement du Canada à cet égard, plusieurs d'entre eux estimant que la situation évoluait trop rapidement pour qu'ils puissent se prononcer de manière objective.

Discutant des répercussions que ces droits de douane avaient, selon eux, sur l'économie canadienne, le cas échéant, plusieurs participants ont réitéré leurs préoccupations quant à la possibilité que les droits de douane américains entraînent une vague de fermetures d'entreprises et de congédiements massifs dans des secteurs comme ceux de la fabrication automobile, de l'acier et du bois d'œuvre, certains d'entre eux signalant que cela avait déjà commencé à se produire dans leur région. On était également



d'avis que les droits de douane pourraient entraîner une hausse des prix à la consommation au Canada, et ce, à plus forte raison si les perturbations commerciales avec les États-Unis devaient se prolonger à long terme. À la question de savoir s'ils estimaient possible de parvenir à un accord avec les É.-U. prévoyant la suppression de tous les droits de douane récemment imposés, ou s'ils s'attendaient à ce qu'au moins certains droits de douane soient maintenus, très peu de participants ont dit s'attendre à leur suppression totale, étant d'avis qu'au moins certains droits de douane resteraient en vigueur sur les produits canadiens dans un avenir prévisible.

Campagne de publicité sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal)

Les participants de quatre groupes ont pris part à des discussions portant sur des concepts publicitaires créés par le gouvernement fédéral dans le but de promouvoir les mesures qu'il comptait prendre afin de rendre la vie des Canadiens plus abordable. Les participants des groupes composés de particuliers résidant dans le corridor Calgary-Edmonton préoccupés par le coût de la vie, ainsi que ceux résidant à l'Île-du-Prince-Édouard et dans la région métropolitaine de Montréal ont fait part de leurs commentaires concernant des scénarimages qui avaient été créés aux fins de cette campagne, tandis que ceux du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario ont procédé à l'examen de textes potentiels liés à cette initiative.

Concepts publicitaires sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal)

Avant d'entamer leur discussion, les participants se sont vu informer qu'on leur présenterait des scénarimages conçus pour illustrer le récit d'une vidéo de 15 secondes qui serait éventuellement diffusée sur les réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques.

Une fois que le premier concept de scénarimage leur eut été présenté, bon nombre de participants se sont dit d'avis que ce concept était plutôt imprécis et qu'il ne fournissait pas suffisamment d'information sur les mesures que prendrait le gouvernement pour rendre la vie des Canadiens plus abordable. Un certain nombre d'entre eux estimaient que pour ce concept, il aurait fallu mettre davantage l'accent sur des statistiques et des anecdotes liées au coût de la vie, plutôt que sur le langage utilisé pour la voix hors champ qu'ils jugeaient trop général et vague.

À la question de savoir quel était le message principal de ce concept, la plupart des participants étaient d'avis qu'il avait pour but de faire savoir que le gouvernement fédéral était conscient des difficultés liées au coût de la vie auxquelles sont confrontés de nombreux ménages et qu'il prenait des mesures pour réduire les coûts et aider un plus grand nombre de Canadiens à progresser. Plusieurs d'entre eux ont toutefois réitéré leur opinion selon laquelle ce concept n'était pas suffisamment détaillé, indiquant qu'ils ne pensaient donc pas que cette publicité leur donnerait davantage d'espoir ou d'optimisme quant à leur propre situation financière. Discutant de la question de savoir si ce concept les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative,

plusieurs d'entre eux exprimant le désir d'en savoir davantage sur les moyens d'économiser et de rendre leur vie plus abordable.

Après s'être vu présenter une version optionnelle de ce concept de scénarimage comportant une voix hors champ différente, plusieurs participants étaient d'avis que le message de cette version était plus simple et direct comparativement au concept initial. Un certain nombre d'entre eux ont réagi positivement à l'accent qui était mis sur les économies qu'ils pouvaient réaliser, tandis que d'autres ont loué ce qu'ils percevaient comme étant l'objectif principal du concept, à savoir de les aider, eux et leurs familles, à progresser. Discutant de la question de savoir quel était, selon eux, le message principal de ce concept, la plupart des participants étaient d'avis qu'il visait à faire savoir que le gouvernement fédéral s'efforçait de réduire les coûts pour les travailleurs assidus et de leur offrir davantage de possibilités d'économiser en vue d'atteindre leurs objectifs financiers.

Lorsqu'on leur a demandé si, à leur avis, ce concept les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux mentionnant une fois de plus qu'ils seraient désireux d'en savoir davantage au sujet des moyens concrets par lesquels réduire leurs coûts et réaliser des économies dans les années à venir. À la question de savoir s'ils avaient des suggestions pour améliorer ce concept, un certain nombre d'entre eux étaient d'avis qu'outre la fourniture de détails supplémentaires concernant les programmes et prestations qu'offrirait le gouvernement fédéral, le concept devrait présenter un plus grand nombre d'images de Canadiens dans leur milieu de travail. Parmi ces participants, on estimait que des éléments visuels de ce type correspondraient bien au message général de la publicité, selon lequel tout dur labeur doit rapporter.

Les participants du groupe de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu présenter une version optionnelle de ce concept, avec une variante supplémentaire pour la voix hors champ. Partageant leurs réactions, bon nombre d'entre eux ont indiqué ne pas croire que ce concept les concernait, estimant qu'il visait principalement à aider les acheteurs potentiels d'une première propriété (ce que peu de participants ont déclaré être). À la question de savoir quel était, à leur avis, le message principal, la quasi-totalité des participants a dit croire que le gouvernement prendrait des mesures visant notamment à réduire les impôts afin d'aider un plus grand nombre de Canadiens (et plus particulièrement d'acheteurs d'une première propriété) à progresser et à atteindre leurs objectifs financiers. Lorsqu'on leur a demandé s'ils s'attendaient à ce que cette publicité les incite à consulter le site Web s'ils la voyaient en ligne, très peu d'entre eux ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux réaffirmant que les messages portant sur les aides offertes aux acheteurs d'une première propriété ne leur étaient d'aucun intérêt.

Les participants de tous les groupes se sont vu présenter deux concepts supplémentaires sous forme de messages destinés aux réseaux sociaux. Se concentrant sur le premier de ces concepts destinés aux médias sociaux qui visait à communiquer que le gouvernement fédéral prendrait des mesures pour aider les Canadiens travailleurs en réduisant les impôts, bon nombre de participants ont réagi positivement, plusieurs d'entre eux jugeant que ce concept était direct, pertinent et immédiatement clair quant à son objectif. L'importance perçue qu'accordait le concept aux travailleurs et au dur labeur a été saluée par bon nombre de participants estimant que ce message parlerait particulièrement aux

personnes travaillant actuellement à temps plein qui continuent toutefois à avoir de la difficulté à joindre les deux bouts.

À la question de savoir si ce concept les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants des groupes composés de particuliers résidant à l'Île-du-Prince-Édouard et dans le corridor Calgary-Edmonton ont répondu par l'affirmative. Toutefois, peu de participants résidant dans la région métropolitaine de Montréal estimaient que cette publicité leur serait d'un quelconque intérêt, un certain nombre d'entre eux étant d'avis que les réductions d'impôts ne constituaient pas une approche efficace pour alléger le coût de la vie. À la question de savoir s'ils avaient des idées à suggérer pour améliorer ce concept, un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que des précisions pourraient être fournies sur la nature précise des impôts que les Canadiens pourraient espérer voir diminuer grâce à cette initiative.

Focalisant leurs discussions sur le deuxième concept destiné aux réseaux sociaux présentant le Régime canadien de soins dentaires (RCSD) en tant qu'initiative permettant aux Canadiens de réaliser des économies, la plupart des participants ont exprimé des opinions positives, plusieurs d'entre eux étant d'avis que le RCSD était un programme très utile pour les personnes ne bénéficiant pas d'une couverture dentaire par l'intermédiaire de leur employeur. Un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que cette publicité était à la fois visuellement attrayante et faisait écho à leur propre situation, certains d'entre eux affirmant qu'ils recommanderaient probablement le RCSD à des amis et à des membres de leur famille ne bénéficiant pas d'une couverture dentaire ou peinant à faire face au coût de la vie.

Décrivant ce qu'ils considéraient comme étant le message principal de ce concept, un certain nombre de participants étaient d'avis qu'il visait à faire savoir aux Canadiens que le gouvernement fédéral avait instauré certains programmes, dont le RCSD, pouvant avoir des effets bénéfiques sur leur santé et leur bien-être personnel ou ceux de leurs proches. À la question de savoir si cette publicité les inciterait à consulter le site Web, nombreux étaient ceux qui ont répondu par l'affirmative, affirmant que ce serait soit pour en savoir plus sur les démarches nécessaires pour pouvoir bénéficier de ce programme ou pour chercher de l'information pouvant être utile à des membres de leur famille ou à des amis. En définissant des moyens de rendre cette publicité plus efficace, un certain nombre de participants étaient d'avis que toute allusion au dur labeur devait être supprimée, considérant que l'initiative que constitue le RCSD devait être promue aussi bien auprès des travailleurs que des non-travailleurs et que certains Canadiens sans emploi pourraient être démotivés par toute mention de travail.

Les participants résidant dans le corridor Calgary-Edmonton et à l'Île-du-Prince-Édouard se sont vu présenter des captures d'écran du site Web vers lequel ceux qui prendraient connaissance de ces concepts publicitaires seraient dirigés en cliquant sur l'adresse URL (Canada.ca/Cout-de-la-vie). La quasi-totalité des participants a réagi positivement, bon nombre d'entre eux déclarant qu'il était facile de s'y retrouver et qu'il contenait une multitude de renseignements sur les moyens dont disposent les Canadiens pour économiser de l'argent et faire en sorte que l'augmentation du coût de la vie ait moins d'impact sur leur propre situation financière. Plusieurs participants étaient d'avis que le site Web était bien organisé et ont loué le fait qu'il présente, à l'aide de menus déroulants pour chaque sujet, différentes façons dont les particuliers peuvent économiser.



Textes sur l'abordabilité (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)

Les participants du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario se sont vu informer qu'on leur demanderait d'examiner les textes d'une potentielle courte publicité vidéo conçue par le gouvernement du Canada aux fins de diffusion sur les réseaux sociaux et plateformes numériques. Chaque texte leur a été lu deux fois de suite :

Le premier texte présenté aux participants était le suivant : « *Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez. Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches... pour vous permettre d'aller de l'avant. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. »*

Les réactions à ce texte ont pour la plupart été positives, un certain nombre de participants jugeant qu'il était bien rédigé et qu'il les inciterait à vouloir en savoir plus en consultant le site Web. Si un petit nombre d'entre eux estimait que le texte ne comportait pas suffisamment de détails sur les programmes et prestations qui seraient offerts par le gouvernement du Canada, d'autres étaient d'avis que c'était intentionnel et qu'il s'agissait d'un moyen efficace pour piquer la curiosité des Canadiens et les inciter à consulter le site Web pour obtenir de plus amples renseignements. À la question de savoir si ce texte était, à leur avis, attrayant et s'il les rejoignait personnellement, tous les participants ont répondu par l'affirmative, bon nombre d'entre eux déclarant qu'ils seraient désireux de bénéficier de tout programme ou de toute prestation qui leur permettrait de réduire leurs propres coûts.

Lorsqu'on leur a demandé quel était, à leur avis, le message principal de ce texte, plusieurs participants étaient d'avis qu'il cherchait à communiquer le fait que de nombreuses familles avaient été impactées par certains enjeux que sont notamment la forte inflation et la hausse du coût de la vie ces dernières années, et que le gouvernement fédéral était conscient de ces difficultés et s'efforçait de trouver des solutions pour permettre aux Canadiens de conserver davantage d'argent dans leurs poches. À la question de savoir si ce texte les inciterait à consulter le site Web pour en savoir plus au sujet des programmes et prestations offerts, bon nombre de participants ont répondu par l'affirmative.

Le deuxième texte (traduit librement de l'anglais) présenté aux participants était le suivant :

Vous travaillez fort et ça devrait rapporter. En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.

Bon nombre de participants ont positivement réagi à ce texte, estimant qu'il était bien écrit, concis et qu'il était en résonance avec les difficultés auxquelles de nombreux Canadiens étaient actuellement confrontés. À la question de savoir s'ils trouvaient le texte attrayant, tous ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux estimant que l'incorporation de phrases comme « vous travaillez fort » donnait l'impression que la publicité leur était expressément destinée et faisait écho à leur propre situation.

Décrivant ce qu'ils percevaient comme étant le message principal de ce texte, la plupart des participants étaient d'avis qu'il visait à communiquer que le gouvernement du Canada était là pour aider les personnes qui travaillent fort et qui éprouvent actuellement des difficultés à progresser et à



bâtir leur avenir. À la question de savoir si, selon eux, cette publicité les inciterait à consulter le site Web, la quasi-totalité d'entre eux a répondu par l'affirmative, et un certain nombre d'entre eux indiquant qu'ils seraient désireux de savoir comment réduire le montant de leurs impôts à l'avenir.

Les participants se sont ensuite vu présenter le troisième texte (traduit librement de l'anglais) suivant et informer qu'il différerait légèrement du premier texte qu'ils avaient étudié.

Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez. Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété, pour vous aider à aller de l'avant. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.

Réagissant à ce texte, bon nombre de participants ont dit avoir l'impression qu'il s'agissait en quelque sorte d'une répétition du précédent message qui leur avait été communiqué par le gouvernement fédéral et n'étaient pas d'avis qu'il leur fournissait de nouvelles informations concernant les mesures qui étaient prises pour rendre la vie des Canadiens plus abordable. Si quelques-uns d'entre eux ont déclaré que le soutien mentionné pour les acheteurs d'une première propriété les interpellait, d'autres participants, qui étaient déjà propriétaires, n'étaient pas d'avis que cette information était pertinente ou les inciterait à vouloir se renseigner davantage.

À la question de savoir quel était, selon eux, le principal message de cette publicité, la plupart des participants étaient d'avis qu'il visait à faire savoir que le gouvernement s'efforçait de réduire les impôts des travailleurs et cherchait à aider les potentiels acheteurs d'une première propriété à accéder au marché immobilier. Lorsqu'on leur a demandé si ce texte les inciterait à consulter le site Web, peu de participants ont répondu par l'affirmative, et un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que le texte n'apportait pas vraiment de nouvelles informations ni de raisons convaincantes de cliquer sur l'adresse URL pour en savoir plus. En décrivant des moyens d'augmenter l'efficacité de ce texte, quelques participants étaient d'avis que les mots « voyez comment vous pourriez économiser » devraient figurer plus tôt dans la publicité, estimant que cela contribuerait dès le début à capter l'attention des personnes exposées à la publicité.

Campagne de soutien d'Emploi et Développement social Canada en réponse aux droits de douane (travailleurs touchés pas des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, membres de la population générale de la Colombie-Britannique)

Les participants de trois groupes ont tenu des discussions portant sur deux concepts publicitaires qui avaient été créés par Emploi et Développement social Canada pour promouvoir les programmes et soutiens que le gouvernement fédéral entendait offrir aux travailleurs et entreprises canadiens qui avaient été touchés par des droits de douane. Les participants se sont vu informer que le texte associé à une vidéo de 30 secondes pouvant éventuellement être diffusée sur les réseaux sociaux, sur des plateformes numériques et à la télévision leur serait lu et qu'on leur présenterait des exemples d'images qui pourraient figurer dans le produit final.



Après s'être vu présenter l'ensemble des images ainsi que le texte correspondant au concept intitulé « Matériaux naturels et transformés » la plupart des participants y ont réagi positivement, plusieurs d'entre eux estimant que cette publicité serait efficace pour capter l'attention des personnes qui y seraient exposées et rallier les Canadiens autour de l'objectif commun de bâtir une économie canadienne plus forte et plus résiliente. La description des travailleurs et des entreprises canadiens comme étant le fondement de l'économie a été louée par un certain nombre de participants disant se sentir enhardis par l'idée que les Canadiens unissent leurs efforts en réponse aux droits de douane américains. On était d'avis que les images ayant trait à certains secteurs importants, dont ceux de la foresterie et de la sidérurgie, contribuaient à insuffler un sentiment de fierté à l'égard de l'économie canadienne, en mettant en exergue les domaines dans lesquels on estimait que les travailleurs et les entreprises canadiens excellaient.

À la question de savoir à qui cette publicité était destinée, la plupart des participants étaient d'avis qu'elle ciblait principalement les travailleurs et entreprises qui avaient été touchés par les droits de douane ainsi que ceux qui avaient récemment été mis à pied ou dont la vie professionnelle avait été confrontée à d'autres perturbations en raison de ces mesures. Un certain nombre d'entre eux estimaient que cette publicité pourrait s'adresser à tous et étaient d'avis que quiconque souhaitant en savoir davantage sur la situation relative aux droits de douane américains et la réponse du gouvernement du Canada pourrait avoir intérêt à consulter le site Web pour en savoir plus.

Décrivant ce qu'ils considéraient comme étant le message principal de ce concept, bon nombre d'entre eux estimaient qu'il visait à rassurer les Canadiens sur le fait que le gouvernement fédéral avait un plan pour répondre aux droits de douane américains et que, même si des défis économiques pouvaient se dessiner à l'horizon, des mesures étaient prises (telles que l'introduction de nouveaux programmes de recyclage professionnelle) pour protéger les travailleurs et les entreprises touchés par les droits de douane. Un certain nombre de personnes ont également estimé que cette publicité visait à renforcer le sentiment d'unité entre les Canadiens et à encourager les gens à unir leurs efforts pour bâtir une économie canadienne plus forte dans les années à venir.

Discutant des sentiments que ce concept publicitaire suscitait en eux au sujet des mesures que prenait le gouvernement du Canada en réponse aux droits de douane, la plupart des participants étaient d'avis qu'il était sur la bonne voie et se sont exprimés en faveur de cette approche. Quelques participants, parmi ceux dont les réactions avaient été plus incertaines, se demandaient si ces mesures suffiraient à contrer les défis économiques importants posés, selon eux, par les droits de douane américains, estimant qu'il serait difficile pour le gouvernement canadien de réagir efficacement à cette question étant donné la taille nettement supérieure de l'économie américaine.

À la question de savoir si cette publicité capterait leur attention s'ils y étaient exposés sur un site Web, les réseaux sociaux ou à la télévision, si la quasi-totalité des participants des groupes composés de travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick et au Québec a répondu par l'affirmative, aucun participant du groupe de résidents de la Colombie-Britannique n'était d'avis que cette publicité retiendrait leur attention. Un certain nombre de participants, parmi ceux qui ayant affirmé qu'ils la remarqueraient, ont réitéré leur opinion selon laquelle cette publicité semblait

s'adresser directement à eux et leur donnait l'assurance que le gouvernement du Canada prenait des mesures pour régler ce problème.

Les participants se sont également vu présenter un deuxième concept publicitaire intitulé « Personnes au travail ». Comme pour le premier concept qui leur avait été présenté, les participants ont entamé leur discussion en examinant les images susceptibles d'être utilisées dans la publicité définitive pendant qu'un texte décrivant la narration de la publicité et le déroulement des séquences visuelles leur a été lu.

La plupart d'entre eux ont positivement réagi à ce concept et à ce texte, plusieurs d'entre eux estimant clair et efficace le fait que la publicité parle directement aux Canadiens des défis auxquels les travailleurs et les employeurs sont confrontés en raison des droits de douane américains, tout en leur assurant que le gouvernement fédéral travaillait d'arrache-pied pour venir en aide à ceux qui avaient été touchés. Un certain nombre de participants ont exprimé des avis positifs concernant les images sélectionnées pour illustrer ce concept, estimant que les représentations de particuliers travaillant dur seraient bien accueillies par la population, et plus particulièrement par ceux qui travaillent dans des secteurs touchés par des droits de douane.

À la question de savoir à qui s'adressait, selon eux, cette publicité, la plupart des participants étaient d'avis qu'elle ciblait principalement les travailleurs canadiens et plus particulièrement les personnes œuvrant dans des secteurs impactés par des droits de douane et pour qui l'accès à des programmes de recyclage professionnel offerts par le gouvernement fédéral serait avantageux. Décrivant ce qu'ils percevaient comme étant le message principal de cette publicité, un grand nombre de participants étaient d'avis que le gouvernement du Canada cherchait à rassurer les travailleurs canadiens qui travaillent fort, qu'il était conscient des mesures visant à les aider à composer avec les difficultés économiques engendrées par les droits de douane.

Discutant de la question de savoir ce qu'ils pensaient des mesures que prenait le gouvernement fédéral en réponse aux droits de douane, les participants ayant exprimé des commentaires positifs étaient plus nombreux que ceux qui étaient d'un autre avis. Plusieurs participants estimaient que cette publicité était efficace pour transmettre l'information selon laquelle le gouvernement du Canada avait élaboré un plan pour venir en aide aux travailleurs et entreprises touchés et qu'il s'attachait à minimiser l'impact global des droits de douane américains sur l'économie canadienne. Certains participants, parmi ceux ayant déclaré avoir désormais une impression plus nuancée ou négative de la gestion du gouvernement fédéral de cette question après avoir vu ce concept, étaient d'avis que cette publicité et l'importance qu'elle accordait aux difficultés rencontrées par les travailleurs et les entreprises laissait entendre que l'on s'attendait à ce que les droits de douane américains restent en vigueur à long terme et qu'il était peu probable qu'un nouvel accord commercial soit conclu avec les États-Unis dans un avenir proche.

Si la plupart d'entre eux estimaient que la publicité était claire et facile à comprendre, quelques participants se demandaient quels seraient les critères d'admissibilité pour ces programmes de recyclage professionnel, dans quels secteurs ces derniers seraient offerts et comment fonctionneraient notamment des initiatives comme le programme de Travail partagé. À la question de savoir si, en la



voyant à la télévision, sur les réseaux sociaux ou sur un site Web, cette publicité capterait leur attention ou les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants du groupe composé de travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick ont répondu par l'affirmative. Un plus petit nombre de participants du groupe composé de résidents du Québec estimait que le site Web leur serait utile. Seulement quelques participants du groupe composé de particuliers résidant en C.-B. ont déclaré qu'ils consulteraient le site Web, la plupart d'entre eux étant d'avis que cette publicité était principalement destinée aux travailleurs et entreprises ayant directement été touchés par des droits de douane.

Les participants se sont ensuite prêtés à un exercice dans le cadre duquel on leur a demandé de penser aux deux concepts (« Matériaux naturels et transformés » et « Personnes au travail ») de manière générale et de choisir celui qui, selon eux, transmettait le plus efficacement le message selon lequel le gouvernement fédéral prenait des mesures pour venir en aide aux travailleurs et entreprises que des droits de douane avaient touchés. Tout compte fait, les participants ayant indiqué préférer le thème « Personnes au Travail » étaient beaucoup plus nombreux que ceux ayant choisi le thème « Matériaux naturels et transformés ».

Bon nombre des participants parmi ceux qui avaient indiqué préférer le concept « Personnes au Travail » ont parlé en termes positifs des images qui avaient été sélectionnées, estimant qu'elles mettaient efficacement en valeur les efforts et les contributions économiques des personnes travaillant dans les secteurs touchés par des droits de douane et que les images de travailleurs réels (par opposition à des photos de nature et de matériaux) créaient un lien plus humain. Parmi les participants à qui le texte pour ce concept avait plu, on estimait qu'il était le plus détaillé des deux et quelques-uns d'entre eux ont en outre réagi positivement à sa formulation qu'ils jugeaient plus empathique.

Parmi le plus petit nombre de participants ayant exprimé une préférence pour le thème « Matériaux naturels et transformés », les commentaires concernaient principalement le texte qu'un certain nombre d'entre eux jugeaient plus concis et mieux écrit. À cet égard, quelques participants ont spécifiquement mentionné la phrase d'accroche « Bâtissons ensemble un Canada fort » comme élément de ce texte qu'il leur avait particulièrement plu. Les quelques participants estimant que ce concept contenait les images les plus efficaces ont salué l'importance accordée aux matériaux produits par certains secteurs, dont celui du bois d'œuvre et de l'acier, estimant que cela servait de rappel quant au rôle important joué par ces secteurs au sein de l'économie canadienne.

Efficacité énergétique résidentielle (Île-du-Prince-Édouard, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba)

Les participants de deux groupes ont tenu des discussions portant sur l'efficacité énergétique résidentielle et le programme ÉnerGuide du gouvernement du Canada. À la question de savoir s'ils étaient actuellement propriétaires d'une habitation, si un certain nombre de participants du groupe composé de résidents de l'Île-du-Prince-Édouard ont répondu par l'affirmative, les participants résidant au Manitoba ont indiqué qu'ils envisageaient d'acheter une propriété au cours des prochaines années. Lorsqu'on leur a demandé s'ils connaissaient bien le programme résidentiel ÉnerGuide du gouvernement fédéral, seul un petit nombre de participants a répondu par l'affirmative. Parmi les



participants qui disaient le connaître, on disait croire qu'il offrait des évaluations ou tests énergétiques résidentiels dans le but de cerner les potentielles améliorations à apporter à une habitation, impliquant la plupart du temps des éléments tels que les fenêtres, l'isolation, et le système de chauffage.

À la question de savoir quels types d'habitations obtiendraient une cote énergétique satisfaisante, plusieurs participants estimaient que comparativement à des habitations plus anciennes, les habitations nouvellement construites obtiendraient probablement les meilleures cotes. Un certain nombre d'entre eux attribuent cela au fait que les habitations récentes sont mieux isolées, disposent d'un revêtement plus étanche, sont équipées de systèmes de chauffage et de climatisation modernes et de fenêtres plus efficaces.

Discutant des types d'habitations qui, selon eux, obtiendraient des cotes énergétiques insatisfaisantes, bon nombre de participants ont mentionné les habitations de construction plus ancienne, et plus particulièrement celles construites avant l'instauration de normes énergétiques modernes et dont l'isolation est inadéquate. Les habitations plus spacieuses, notamment celles dotées de hauts plafonds ou présentant une grande superficie, étaient également considérées comme moins efficaces sur le plan énergétique en raison des besoins accrus en chauffage et en climatisation que les participants estimaient associés à ces habitations.

Les participants ont recensé plusieurs facteurs qu'ils jugeaient importants au moment d'établir la cote énergétique d'une habitation. Au nombre de ceux-ci, citons la qualité de l'isolation et le niveau global d'étanchéité, la taille de l'habitation et les besoins en chauffage et en climatisation associés, le type d'habitation (maison individuelle, condominium, maison en rangée) et le nombre de murs extérieurs exposés, ainsi que la situation géographique de l'habitation dans une région du pays soumise à des températures extrêmes.

En imaginant une situation dans laquelle ils auraient fait faire une évaluation énergétique de leur habitation actuelle, on a demandé aux participants quels types d'information ils s'attendraient à ce que la cote énergétique de leur habitation leur fournisse. Tout compte fait, bon nombre d'entre eux ont indiqué qu'ils souhaiteraient avoir une meilleure compréhension des composantes de leur habitation qui consomment le plus d'énergie, des améliorations qui pourraient être apportées en matière de consommation d'énergie, et connaître les autres recommandations qui pourraient rendre leur habitation plus écoénergétique. Certains d'entre eux ont affirmé qu'ils seraient désireux d'obtenir de l'information relative au rendement énergétique de leur habitation par rapport à d'autres habitations de même taille dans leur région et aux économies qu'ils pourraient s'attendre à réaliser en effectuant certaines rénovations.

Lorsqu'on leur a demandé quels renseignements ils souhaiteraient obtenir de la cote énergétique résidentielle concernant une propriété qu'ils envisageraient d'acheter, bon nombre de participants étaient d'avis qu'une cote de ce type devrait clairement les renseigner au sujet des coûts auxquels ils devraient s'attendre pour chauffer et climatiser leur habitation. On estimait en outre que des renseignements devraient être fournis pour indiquer si la propriété pourrait nécessiter des améliorations en matière d'isolation ou d'efficacité énergétique dans un avenir proche, ainsi qu'une liste des améliorations déjà apportées à l'habitation à cet égard.

Après s'être vu fournir de l'information sur les différents formats de cotation énergétique résidentielle (tels que la mesure de la consommation énergétique annuelle en kilowattheures (kWh), une cotation sur une échelle de 10 ou de 100, ou une cotation alphabétique de A à F), les participants ont exprimé divers points de vue quant au format de cotation qu'ils jugeraient le plus convivial ou le plus utile, sans pour autant préférer une approche à une autre. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis qu'une simple cotation alphabétique (de A à F) ou une cotation numérique sur une échelle de 10 ou de 100 serait la plus facile à comprendre, plusieurs d'entre eux estimant que la plupart des propriétaires trouveraient ces formats plus conviviaux et intelligibles. D'un autre avis, un certain nombre de participants ont exprimé une préférence pour un format davantage axé sur des mesures (p. ex. en kilowattheures), estimant qu'il était important de disposer de mesures précises pouvant directement être liées à leurs coûts énergétiques.

Discutant de la question de savoir si, à leur avis, les cotes énergétiques étaient utiles, bon nombre d'entre eux estimaient que les renseignements que ces mesures leur fournissaient contribueraient à éclairer des décisions liées à l'achat ou à la location d'une habitation. On était d'avis que les cotes ÉnerGuide pouvaient fournir des données utiles sur l'efficacité énergétique d'une habitation et permettre de comparer cette dernière à celle d'autres propriétés que des acheteurs ou locataires potentiels envisageraient d'acquérir.

Statistique Canada (travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique)

Les participants de trois groupes ont pris part à une brève discussion portant sur Statistique Canada. À la question de savoir s'ils connaissaient cet organisme, les participants déclarant en avoir entendu parler étaient plus nombreux que ceux pour qui il était inconnu. Décrivant les responsabilités qui, selon eux, incombaient à Statistique Canada, la plupart d'entre eux avaient l'impression que les principaux objectifs de cet organisme consistaient à recueillir des données et des statistiques dans de nombreux domaines que les Canadiens jugeaient importants, plusieurs participants mentionnant expressément le Recensement de la population comme l'un des principaux rapports produits par cet organisme.

Après s'être vu informer que Statistique Canada est l'organisme national du Canada chargé de recueillir et d'analyser des données sur l'économie, la société et l'environnement du Canada afin d'aider le gouvernement, les entreprises et le public à prendre des décisions, les participants se sont vu poser la question de savoir s'ils estimaient que cet organisme avait sa raison d'être. Tout compte fait, la quasi-totalité des participants estimait que Statistique Canada avait une incidence directe sur leur propre vie, plusieurs d'entre eux estimant que les données recueillies par cet organisme jouaient un rôle essentiel en éclairant les décisions du gouvernement fédéral concernant les investissements qu'il effectue en appui à des programmes et des initiatives destinés aux Canadiens.

À la question de savoir s'ils faisaient généralement confiance aux données et aux produits publiés par Statistique Canada, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis que les rapports que produisait Statistique Canada se fondaient sur des données facilement vérifiables, plusieurs participants affirmant qu'ils n'avaient aucune raison de ne pas faire



confiance aux produits et données provenant de cet organisme. Discutant des mesures qui pourraient être prises pour améliorer le niveau de confiance général du public à l'égard de Statistique Canada, un certain nombre de participants ont suggéré que l'organisme en fasse davantage pour fournir des comptes rendus simplifiés de ses rapports et résultats en les rendant plus faciles à comprendre de la plupart des Canadiens. On estimait en outre qu'il était important que les Canadiens aient accès aux données brutes recueillies par Statistique Canada ainsi qu'à une description des méthodologies employées par l'organisme pour obtenir cette information.

À la question de savoir s'ils avaient entendu parler de L'Enquête sur la population active, peu de participants ont répondu par l'affirmative, et un très petit nombre d'entre eux ont déclaré avoir précédemment participé à cette enquête. Après s'être vu informer que L'Enquête sur la population active est l'enquête mensuelle menée par Statistique Canada pour recueillir de l'information sur les emplois occupés par les gens, leurs heures de travail, et pour savoir s'ils sont actuellement à la recherche d'un emploi, les participants se sont vu poser la question de savoir si cette enquête était importante à leurs yeux. Tout compte fait, la quasi-totalité des participants a répondu par l'affirmative, bon nombre d'entre eux estimant qu'elle fournissait de l'information importante concernant les emplois offerts, les secteurs dans lesquels des employés potentiels avaient de la difficulté à trouver du travail, et la situation générale sur le marché de l'emploi dans différentes régions du pays.

COMPLÉMENT D'INFORMATION

The Strategic Counsel

Numéro de contrat : CW2241412

Date d'attribution du contrat : 19 décembre 2022

Valeur du contrat : 1 629 482,60 \$

Résultats détaillés

Chronologie des annonces en octobre 2025

Afin de mieux situer les discussions de groupe dans le contexte des principaux événements survenus au cours du cycle d'établissement de rapports, nous vous présentons ci-après un bref résumé pour le mois d'octobre 2025.

- Du 1 au 7 octobre
 - Le 1er octobre. La ministre de l'Environnement et du Changement climatique annonce un investissement de plus de 3,4 millions de dollars pour soutenir des solutions de conception canadienne visant à réduire les déchets et la pollution plastiques et à créer une économie circulaire verte, forte et résiliente à l'avantage de tous les Canadiens.
 - Le 1er octobre. Le gouvernement du Canada annonce des modifications au *Règlement d'application des résolutions des Nations Unies sur l'Iran* (le « Règlement sur l'Iran ») réintroduisant des sanctions du Conseil de sécurité de l'ONU précédemment levées à l'encontre de l'Iran en réponse à la poursuite de ses activités nucléaires.
 - Le 1er octobre. Le ministre des Finances et du Revenu national préside une réunion virtuelle au cours de laquelle les ministres des Finances du Groupe des Sept (G7) ont convenu de renforcer les mesures coordonnées visant à accroître la pression sur la Russie pour qu'elle mette fin à sa guerre brutale et à soutenir l'Ukraine dans les efforts continus qu'elle déploie pour se défendre.
 - Le 3 octobre. Le ministre de l'Énergie et des Ressources naturelles annonce un investissement de plus de 22 millions de dollars du Programme d'innovation énergétique (PIE) à l'appui de huit projets visant à accélérer l'innovation et la capacité de production dans la filière batterie au Canada.
 - Le 3 octobre. Le gouvernement du Canada annonce un financement fédéral de près de 17 millions de dollars pour soutenir des projets hydroélectriques dirigés par des Autochtones. Cela comprend des investissements en appui au projet Innavik de 7,5 mégawatts (MW) à Inukjuak et pour la construction future d'une centrale hydroélectrique de 17 MW au barrage Matawin, près de Saint-Michel-des-Saints, au Québec.
 - [Groupe de discussion avec des résidents de la Vallée de l'Okanagan en Colombie-Britannique \(7 octobre\).](#)

- Du 8 au 14 octobre
 - Le 8 octobre. Le ministre de la Sécurité publique dépose le projet de loi C-12, la *Loi visant à renforcer le système d'immigration et la frontière du Canada* afin de renforcer la capacité du gouvernement fédéral à combattre le crime organisé transnational, stopper le flux illégal de fentanyl, réprimer le blanchiment d'argent, démanteler les réseaux criminels et améliorer l'intégrité de système d'immigration canadien.

- Groupe de discussion avec des particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary Edmonton (8 octobre)
- Groupe de discussion avec des résidents de l'Île-du-Prince-Édouard (Î.-P.-É) (9 octobre).
- Le 12 octobre. Le ministre du Commerce international participe à la réunion ministérielle sur le commerce et l'investissement du G20, qui s'est tenue à Gqeberha, en Afrique du Sud.
- Le 13 octobre. Les gouvernements du Canada et de l'Inde publient une déclaration commune affirmant leur intention de donner un nouvel élan à la création d'un partenariat bilatéral plus solide à l'avenir.
- Groupe de discussion avec des travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario (14 octobre).

- Du 15 au 21 octobre
 - Groupe de discussion avec des résidents de la région métropolitaine de Montréal (15 octobre)
 - Le 16 octobre. Les gouvernements du Canada et du Mexique annoncent leur intention de collaborer pour renforcer leur coopération dans le secteur du commerce agroalimentaire dans le cadre du Plan d'action Canada-Mexique 2025-2028.
 - Groupe de discussion avec d'éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba (16 octobre).
 - Le 17 octobre. Le gouvernement du Canada et le gouvernement du Manitoba annoncent un financement fédéral-provincial allant jusqu'à 32 millions de dollars pour la réalisation de projets visant à réduire les factures d'énergie de la population manitobaine, à diminuer les émissions de gaz à effet de serre et à aider la province à effectuer la transition vers une économie à faible émission de carbone.
 - Le 20 octobre. La secrétaire d'État à la Lutte contre la criminalité annonce un investissement de 37 millions de dollars en appui à 19 organisations travaillant à des projets visant à augmenter la capacité du Canada à prévenir et à contrer la radicalisation menant à la violence.
 - Le 20 octobre. Le gouvernement du Canada annonce qu'il accorde plus de 30 millions de dollars du Fonds d'urgence pour le traitement (FUT) et plus de 10 millions de dollars dans le cadre du Programme sur l'usage et les dépendances aux substances (PUDS) pour financer des projets visant à aider les collectivités à répondre rapidement aux besoins urgents liés à l'approvisionnement en drogues illégales toxiques et à la crise des surdoses.
 - Groupe de discussion avec des résidents de la municipalité de Clarington, en Ontario (21 septembre).

- Du 22 au 31 octobre
 - Groupe de discussion avec des résidents de la région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec] (22 septembre).

- Le 23 octobre. Le ministre de la Justice annonce le dépôt d'un projet de loi, la *Loi sur des mesures de réforme concernant la mise en liberté sous caution et la détermination de la peine*, une nouvelle législation visant à rendre les lois sur la mise en liberté sous caution plus strictes et les lois sur la détermination de la peine plus sévère pour les récidivistes et les personnes délinquantes violentes.
- [Groupe de discussion avec des résidents de la région du Grand Toronto \(RGT\) \(18 septembre\)](#).
- Le 26 octobre. Des fonctionnaires fédéraux assistent au sommet de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) qui se tient du 26 au 27 octobre à Kuala Lumpur (Malaisie).
- [Groupe de discussion avec des travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick \(28 octobre\)](#).
- Le 29 octobre. La Banque du Canada annonce qu'elle abaissera son taux d'intérêt directeur de 2,50 % à 2,25 %.
- Le 29 octobre. Le gouvernement du Canada annonce l'octroi de plus de 11 millions de dollars pour des technologies de pointe de stockage et d'utilisation du carbone fabriquées au Canada.
- [Groupe de discussion avec des travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec \(29 octobre\)](#).
- Le 30 octobre. Le gouvernement du Canada organise la réunion des ministres de l'Énergie et de l'Environnement du G7 qui s'est tenue les 30 et 31 octobre à Toronto. Dans le cadre de cette réunion, le ministre de l'Énergie et des Ressources naturelles annonce la première série de projets et de mesures stratégiques en vertu de l'Alliance sur la production de minéraux critiques afin d'accélérer le développement de chaînes d'approvisionnement en minéraux critiques fiables.
- Le 30 octobre. Le gouvernement du Canada annonce un financement de 7 millions pour l'aide humanitaire afin de soutenir les efforts de secours d'urgence dans la région des Caraïbes à la suite des dommages et des pertes humaines causés par l'ouragan Mélissa.
- [Groupe de discussion avec des particuliers résidant en C.-B. \(30 octobre\)](#)
- Le 31 octobre. La ministre des Affaires étrangères annonce que le Canada accélère le versement de la dernière tranche de sa contribution de 70 millions de dollars au Fonds de soutien à l'énergie en Ukraine, une initiative menée par le Secrétariat de la Communauté de l'énergie, afin de répondre aux besoins énergétiques de l'Ukraine et l'aider à réparer l'infrastructure énergétique vitale endommagée par les frappes russes.
- Le 31 octobre. Des fonctionnaires fédéraux assistent à la Réunion des dirigeants économiques du Forum de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) qui se tient du 31 octobre 2025 au 1er novembre 2025 à Gyeongju (Corée du Sud)

Le gouvernement du Canada dans l'actualité (tous les lieux)

Les participants de tous les groupes ont été invités à faire part de ce qu'ils avaient vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada au cours des derniers jours. Un large éventail d'annonces et d'initiatives ont été rappelées, à savoir :

- L'annonce faite par le gouvernement fédéral selon laquelle ce dernier déposerait son budget annuel le 4 novembre 2025;
- L'annonce faite par le gouvernement fédéral du lancement de Maisons Canada, une nouvelle initiative visant à accélérer la vitesse à laquelle des projets de logement abordables peuvent être réalisés dans des collectivités partout au pays;
- La réponse continue du gouvernement du Canada aux droits de douane imposés par les États-Unis sur des importations canadiennes. Plusieurs participants avaient l'impression que si les responsables fédéraux avaient travaillé avec diligence pour conclure un nouvel accord commercial avec les États-Unis, ces efforts n'avaient guère abouti à des progrès tangibles au cours des derniers mois;
- La décision du Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes (STTP) de suspendre sa grève nationale au profit d'une grève tournante permettant la reprise de la distribution du courrier;
- L'annonce d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) selon laquelle ce ministère avait l'intention de réduire le nombre de résidents temporaires vivant au Canada, notamment en plafonnant le nombre de visas de travailleurs étrangers temporaires et de permis d'études d'étudiants étrangers qu'il délivrera au cours des prochaines années;
- L'annonce faite par l'Agence du revenu du Canada selon laquelle elle mettrait en place un système de déclaration de revenus automatique pour les Canadiens à faible revenu, afin de faciliter l'accès des ménages aux principales prestations fédérales.

Les participants ont également rappelé un certain nombre d'annonces et d'initiatives concernant des activités du gouvernement du Canada sur la scène internationale, à savoir :

- La participation du premier ministre et d'autres fonctionnaires fédéraux à des réunions avec des responsables américains, le 7 octobre 2025, à Washington, D.C. On était d'avis que ces réunions avaient pour principal objectif de poursuivre les efforts du gouvernement fédéral visant à établir un nouvel accord commercial avec les États-Unis et à inciter ces derniers à supprimer les droits de douane imposés sur des produits importés du Canada;
- La participation du premier ministre et de fonctionnaires fédéraux à la réunion des dirigeants économiques du Forum de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) qui s'est tenue du 31 octobre 2025 au 1er novembre 2025 à Gyeongju (Corée du Sud);



- L'annonce faite par le gouvernement canadien selon laquelle il reconnaîtrait officiellement l'État de Palestine et offrirait son partenariat pour la création d'un avenir pacifique tant pour l'État de Palestine que pour l'État d'Israël.

Les participants de trois groupes respectivement composés de particuliers résidant en Colombie-Britannique (C.-B.) et de travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick et au Québec se sont vu poser la question de savoir s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet de la participation du gouvernement du Canada au sommet de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE) qui s'est tenu du 26 octobre 2025 au 28 octobre 2025 à Kuala Lumpur (Malaisie). Dans l'ensemble, si peu de participants en avaient entendu parler, un petit nombre d'entre eux ont dit croire que le gouvernement du Canada avait profité de ce sommet pour renforcer ses partenariats commerciaux dans cette région, certains d'entre eux estimant qu'un accent particulier avait été mis sur l'établissement d'une relation plus productive avec le gouvernement chinois à l'avenir.

Bâtir une économie canadienne plus forte (Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants du groupe composé de particuliers âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT) se sont vu poser quelques questions supplémentaires concernant les récentes annonces faites par gouvernement fédéral concernant son plan pour bâtir une économie canadienne plus forte dans les années à venir. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit de la part du gouvernement du Canada à ce sujet, aucun participant n'a répondu par l'affirmative. Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé que, dans le cadre de son plan visant à bâtir une économie plus forte, il s'attacherait à construire plus rapidement des millions de nouveaux logements abordables dans l'intérêt des Canadiens. La construction sera réalisée de manière durable, en mettant l'accent sur la production d'énergie, les transports, le logement et la fabrication à faibles émissions.

Le plan consiste également à miser sur l'industrie canadienne notamment par le biais d'investissements importants dans notre armée, ce qui créera de nouveaux emplois dans les domaines de l'aérospatiale, de la construction navale, de la cybersécurité et de l'intelligence artificielle (IA). Une nouvelle politique « Achetez canadien » priorisera en outre l'utilisation d'acier, d'aluminium, de bois d'œuvre, de produits manufacturés et de technologies canadiennes pour la réalisation de projets canadiens. En plus d'être notre propre client privilégié, le gouvernement fédéral vise à doubler les exportations hors États-Unis au cours de la prochaine décennie.

Enfin, le gouvernement du Canada prévoit l'instauration de nouveaux programmes d'apprentissage et de formation professionnelle, ainsi qu'une nouvelle stratégie visant à attirer les talents afin que la prochaine génération de scientifiques et d'innovateurs puisse faire carrière au Canada.

Ce plan implique des choix difficiles, dont celui de combler le déficit d'exploitation en trois ans en réduisant les dépenses gouvernementales inutiles et en améliorant la performance sans augmenter les



coûts, tout en protégeant les programmes essentiels, en particulier ceux destinés aux Canadiens vulnérables.

Faisant part de leurs réflexions initiales au sujet de ce plan, plusieurs participants ont salué le volet consacré à la création de nouveaux programmes d'apprentissage et de formation professionnelle, un certain nombre d'entre eux estimant que cela s'avérerait particulièrement utile pour les jeunes Canadiens ayant de la difficulté à trouver un emploi bien rémunéré. Plusieurs d'entre eux étaient également d'avis que l'initiative visant à rendre le logement plus abordable aurait un impact positif dans leur vie ainsi que dans celle de nombreux Canadiens. Quelques-uns d'entre eux se demandaient toutefois combien de temps il faudrait pour construire ces habitations et quelles seraient les mesures que prendrait le gouvernement du Canada pour faire en sorte que celles qui seraient construites dans le cadre de cette initiative demeurent abordables sur le long terme. Bien qu'estimant que la diversification des relations commerciales internationales et l'augmentation des échanges commerciaux hors États-Unis devaient constituer une priorité importante du gouvernement du Canada, plusieurs participants se demandaient s'il était réaliste que ce dernier double les exportations hors États-Unis au cours de la prochaine décennie.

Lorsqu'on leur a demandé s'ils pensaient que la situation s'améliorerait dans les années à venir, aucun d'entre eux n'a répondu par l'affirmative. Plusieurs participants estimaient que les mesures visant à construire davantage de logements et à rendre le prix du logement plus abordable leur seraient particulièrement utiles et auraient un impact positif sur leur pouvoir d'achat dans les années à venir. Un certain nombre d'entre eux ont toutefois précisé que, si ces mesures semblaient positives, leur succès dépendrait en fin de compte de l'efficacité avec laquelle le gouvernement fédéral les mettrait en œuvre dans les années à venir. Quelques participants ont toutefois soulevé des préoccupations concernant les coûts potentiels de ces initiatives et se demandaient si le gouvernement du Canada serait en mesure d'assumer ces dépenses accrues tout en s'efforçant de combler son déficit de fonctionnement au cours des trois prochaines années.

Performance et priorités du gouvernement du Canada (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto.

Les participants de sept groupes ont pris part à des discussions portant sur les enjeux auxquels sont actuellement confrontés les Canadiens et sur leurs points de vue concernant la gestion du gouvernement du Canada quant à ces priorités. Les participants de quatre groupes respectivement composés de résidents de la Vallée de l'Okanagan, de particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, de résidents de la municipalité de Clarington (Ontario) et de particuliers âgés de 18 à 34 ans résidant dans la RGT se sont vu inviter à cerner les domaines d'intervention dans lesquels ils estimaient que la performance du gouvernement du Canada avait été satisfaisante et ceux dans lesquels ils estimaient qu'il pouvait faire mieux.

Les participants ont également énuméré un certain nombre de domaines dans lesquels ils estimaient que la performance du gouvernement du Canada avait été satisfaisante ces derniers temps, notamment en ce qui concerne :

- Les mesures de soutien destinées aux Canadiens — plusieurs participants considéraient que la performance du gouvernement fédéral avait été satisfaisante en ceci qu'il avait fourni un large éventail d'aides financières aux Canadiens. Au nombre des programmes qu'ont mentionnés les participants, citons le Régime canadien de soins dentaires (RCSD), l'assurance-emploi (Æ), l'Allocation canadienne pour enfants (ACE) ainsi que les mesures de soutien durant la pandémie, dont la Prestation canadienne d'urgence (PCU). Un certain nombre d'entre eux ont en outre mentionné les mesures qu'avait prises le gouvernement du Canada pour rendre la garde d'enfants plus abordable dans l'intérêt des familles canadiennes, estimant que ces initiatives avaient permis à un plus grand nombre de parents (et plus particulièrement de mères) de réintégrer à temps plein le marché du travail ;
- La diversité et l'inclusion — un certain nombre de participants étaient d'avis que le Canada était un pays très accueillant pour les personnes de toutes origines et de tous horizons et estimaient que le gouvernement fédéral avait fait preuve d'efficacité dans ses efforts pour protéger et défendre les droits des populations vulnérables et marginalisées, dont les minorités

visibles, les personnes en situation de handicap ainsi que les membres de la communauté 2ELGBTQI+ ;

- Partenariats internationaux — on estimait que le gouvernement du Canada avait fait des efforts considérables au cours des derniers mois pour établir des relations commerciales et sécuritaires plus étroites avec des partenaires fiables sur la scène internationale, plusieurs participants rappelant les récents entretiens entre des représentants fédéraux et des représentants de pays d'Europe et d'Asie, entre autres;
- L'environnement et la conservation — un certain nombre de participants estimaient que dans ses efforts pour protéger l'environnement et conserver les milieux et les écosystèmes uniques du Canada, la performance du gouvernement fédéral avait été satisfaisante. Les participants ont parlé en termes particulièrement positifs de Parcs Canada et des efforts que l'agence avait déployés pour préserver et entretenir les parcs nationaux du Canada.

Les participants de ces groupes ont exprimé un éventail d'avis positifs et négatifs concernant un certain nombre d'enjeux. Au nombre de ces enjeux, citons :

- Les soins de santé — si un certain nombre de participants ont loué l'abordabilité des soins de santé au Canada, plusieurs d'entre eux ont en outre exprimé des préoccupations concernant les pénuries de médecins et de personnel infirmier qu'ils percevaient comme étant généralisées dans plusieurs régions du pays ainsi que les temps d'attente de plus en plus longs avant de pouvoir recevoir des soins primaires et d'urgence. On était également d'avis que le gouvernement devait faire davantage pour recruter des professionnels de la santé à l'extérieur du Canada et pour faciliter leur intégration dans leur domaine d'expertise dès leur arrivée au pays ;
- La sécurité publique — bien que les participants aient exprimé des avis positifs concernant le statut relativement sécuritaire du Canada comparativement à celui d'autre pays dans le monde, plusieurs d'entre eux estimaient que le taux de criminalité au sein de leurs collectivités avait augmenté au cours des dernières années, tant en ce qui concerne les crimes contre les biens que les crimes violents. Un certain nombre d'entre eux estimait que le gouvernement fédéral devait faire plus pour durcir les lois sur la détermination de la peine pour les récidivistes, notamment en mettant en place un système de mise en liberté sous caution plus strict;
- L'aide apportée à d'autres pays — un certain nombre de participants estimaient que le gouvernement du Canada avait fait du bon travail au chapitre de l'aide apportée à d'autres pays, notamment en ce qui concerne l'aide humanitaire offerte à des pays touchés par des catastrophes naturelles de grande ampleur telles que des tremblements de terre, des ouragans et des feux de forêt. D'autres participants ont exprimé des avis divergents, estimant qu'une plus grande importance devait être accordée aux soutiens destinés aux personnes vivant déjà au Canada avant d'offrir une aide humanitaire et une aide étrangère importante à d'autres pays à travers le monde.

Les participants de ces groupes ont en outre énuméré une série de domaines d'intervention dans lesquels ils estimaient que le gouvernement du Canada pouvait faire mieux. Au nombre de ceux-ci, mentionnons :



- Le coût de la vie — un certain nombre des participants estimaient que le gouvernement fédéral devait faire plus pour aider les Canadiens à faire face au coût de la vie qu'ils percevaient comme étant élevé. Un certain nombre de participants estimaient que l'abordabilité était devenue un problème particulier pour les jeunes Canadiens, qui, selon eux, étaient actuellement confrontés à des difficultés généralisées pour obtenir un emploi bien rémunéré et pour assurer leur stabilité financière ;
- L'abordabilité du logement — toujours en rapport avec le coût élevé de la vie, un grand nombre de participants estimaient que l'on devait davantage s'attacher à rendre le logement plus abordable, tant à l'achat qu'à la location. On estimait que le prix des logements avait augmenté dans de nombreuses régions du pays, plusieurs participants croyant que cela avait entraîné une augmentation de problèmes comme celui de l'itinérance au sein de leurs collectivités ;
- L'immigration — un certain nombre de participants estimaient que le taux d'immigration au Canada avait été trop élevé ces dernières années et que cela avait exercé une pression accrue dans certains domaines et notamment sur le marché de l'emploi, le marché du logement et dans des secteurs de services essentiels comme les soins de santé. On était d'avis que le gouvernement du Canada devait prendre des mesures pour stabiliser le taux d'immigration dans les années à venir et rationaliser le processus de reconnaissance des titres de compétences étrangers afin de faciliter la recherche d'emploi des nouveaux arrivants et leur permettre de commencer à contribuer à l'économie canadienne;
- L'exploitation de ressources naturelles — on estimait que le gouvernement fédéral devait accorder davantage d'importance à l'exploitation et à l'exportation de certaines ressources naturelles, dont le pétrole, le gaz naturel et les minéraux critiques. On était d'avis qu'une activité accrue dans ces domaines pourrait entraîner une croissance économique substantielle au Canada et aider le Canada à se positionner en tant que chef de file mondial dans le secteur des ressources naturelles à l'avenir ;
- Dépenses fédérales élevées — quelques participants étaient d'avis que le gouvernement fédéral devait faire davantage pour réduire ses dépenses et atteindre un équilibre budgétaire dans les années à venir. On estimait que le niveau élevé des dépenses des dernières années avait entraîné une augmentation substantielle de la dette nationale, et qu'il était par conséquent essentiel que le gouvernement du Canada s'efforce de réduire autant que possible les dépenses liées au fonctionnement de l'appareil gouvernemental tout en s'efforçant d'atteindre un équilibre budgétaire.

Les participants de tous les groupes ont été invités à cerner les principaux enjeux que devrait, selon eux, prioriser le gouvernement fédéral à l'heure actuelle. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis que la réduction du coût de la vie devait constituer l'une de ses priorités absolues, plusieurs participants étant d'avis qu'un nombre croissant de ménages canadiens peinait à assumer le coût de certains produits essentiels, comme les produits d'épicerie, le logement et l'essence. On était également d'avis que davantage devait être fait pour accroître le nombre de possibilités d'emploi offertes aux Canadiens, certains participants évoquant les difficultés auxquelles ils avaient personnellement été confrontés pour obtenir un emploi à temps plein dans leurs régions respectives. Plusieurs participants estimaient que les soins de santé devaient constituer une priorité absolue du gouvernement du Canada et qu'une

place plus importante devait être accordée au recrutement et à l'embauche d'un plus grand nombre de professionnels de la santé, notamment de médecins et de membres du personnel infirmier, ainsi qu'à l'élargissement de l'offre de ressources en santé mentale au sein des collectivités canadiennes. Parmi les autres domaines d'intervention mentionnés par les participants, mentionnons la protection de l'environnement et l'atténuation des effets du changement climatique, le renforcement des partenariats hors États-Unis du Canada en matière de commerce international et de sécurité, la stabilisation du taux d'immigration, la poursuite des efforts de réconciliation avec les peuples autochtones ainsi que la protection de la souveraineté du Canada par l'intermédiaire de certaines mesures, dont l'augmentation des investissements consacrés aux Forces armées canadiennes. Un certain nombre d'entre eux estimaient également que le gouvernement fédéral devait faire davantage pour rendre le Canada plus autosuffisant, notamment en augmentant notamment la production agricole nationale, en fabriquant un plus grand nombre de biens et de produits au Canada et en renforçant les capacités du pays à exploiter, raffiner et exporter ses ressources naturelles.

À la question de savoir comment ils qualifieraient le rendement de l'économie canadienne, bon nombre d'entre eux ont répondu qu'elle faisait actuellement face à des défis considérables et qu'ils s'attendaient à ce que ces problèmes perdurent dans un avenir prévisible. Plusieurs d'entre eux étaient d'avis qu'un grand nombre de ménages se trouvaient actuellement aux prises avec des contraintes financières accrues en raison de la hausse du coût des produits essentiels, et que cela avait conduit de nombreuses familles à réduire leurs dépenses discrétionnaires, telles que celles liées à des vacances, à l'achat d'un nouveau véhicule ou à des sorties au restaurant. De l'avis général, les récentes tensions commerciales avec les États-Unis ainsi que l'imposition de droits de douane étendus sur les produits canadiens avaient accru l'incertitude économique ressentie par les Canadiens, certains craignant que cette situation n'entraîne des pertes d'emploi généralisées ainsi qu'une hausse des coûts à la consommation si ces droits de douane devaient rester en vigueur à long terme. Un plus petit nombre de participants ont exprimé un avis plus nuancé, estimant que si le rendement de l'économie canadienne avait récemment été relativement satisfaisant dans certains domaines, comme dans le cas du produit intérieur brut (PIB), cela ne s'était pas traduit par une amélioration très tangible de la situation financière des Canadiens moyens. Quelques-uns d'entre eux ont toutefois indiqué que, s'ils n'étaient pas d'avis que l'économie canadienne se portait bien dans son ensemble, ils avaient néanmoins constaté une croissance récente dans certains secteurs d'activité de leur région, dont ceux de la foresterie et de l'exploitation minière.

En discutant de la question de savoir ce qui devrait être fait pour qu'ils se sentent plus optimistes au sujet de l'économie canadienne, bon nombre de participants ont affirmé qu'il faudrait que le coût de la vie au Canada devienne globalement plus abordable, notamment en ce qui a trait à des produits essentiels comme le logement, les produits d'épicerie, l'essence et les coûts énergétiques résidentiels. Plusieurs participants étaient d'avis qu'une augmentation généralisée des salaires des Canadiens à faible et moyen revenu serait également le signe d'une amélioration de l'économie, surtout si cela permettait aux ménages de disposer de plus d'argent à la fin de chaque mois pour leurs dépenses discrétionnaires ou pour épargner en vue d'achats importants, comme celui d'une nouvelle habitation ou d'une nouvelle voiture. Un certain nombre de participants estimaient que la création d'emplois dans des secteurs comme ceux de l'énergie, de la fabrication et de la construction seraient le signe d'un redressement de l'économie, tandis que d'autres étaient d'avis qu'une stabilisation des relations

commerciales avec les États-Unis et un resserrement des partenariats économiques avec d'autres pays seraient le signe que la situation économique du Canada se serait stabilisée.

Lorsqu'on leur a demandé comment ils qualifieraient la performance du gouvernement du Canada quant à sa gestion de l'économie, les participants ont exprimé des opinions diverses et variées, ceux estimant qu'il était sur la bonne voie étant à peu aussi nombreux que ceux qui étaient d'un autre avis. Parmi les participants estimant que le gouvernement fédéral était sur la bonne voie, plusieurs étaient d'avis qu'il faisait tout ce qu'il pouvait, surtout au vu des défis importants posés par la guerre commerciale en cours avec les États-Unis et le maintien des droits de douane américains sur des produits canadiens. On était d'avis que bon nombre des problèmes auxquels étaient confrontés les Canadiens, dont ceux liés au coût élevé de la vie et à la pénurie de logements abordables, se faisaient aussi sentir dans plusieurs régions du monde et que dans sa gestion de ces enjeux, le gouvernement du Canada s'en sortait bien, comparativement à ses homologues internationaux. On estimait que, même s'il fallait probablement beaucoup de temps pour remédier complètement à des problèmes comme ceux du coût élevé de la vie et de l'abordabilité du logement, le gouvernement fédéral semblait adopter la bonne approche pour surmonter ces difficultés et jetait des bases solides sur lesquelles d'autres progrès économiques pourraient être réalisés.

Parmi ceux qui estimaient que le gouvernement du Canada faisait fausse route concernant sa gestion de l'économie, un grand nombre de participants ont réitéré leurs préoccupations quant au coût élevé de la vie et aux difficultés financières, qu'ils percevaient comme étant généralisées et auxquelles des ménages à faible et moyen revenu étaient confrontés. On était d'avis que, tant que des améliorations liées au coût de la vie n'auraient pas été constatées dans leur propre vie, il leur serait difficile de considérer que le gouvernement était sur la bonne voie en matière de gestion économique. Un certain nombre de participants ont également réitéré leurs préoccupations concernant les dépenses du gouvernement fédéral qu'ils considéraient comme ayant été élevées au cours des dernières années, estimant que ce dernier devait prendre des mesures pour équilibrer son budget avant qu'ils puissent qualifier sa performance de satisfaisante dans ce dossier.

Décrivant les mesures qu'ils souhaiteraient désormais voir prendre le gouvernement du Canada en matière d'économie, les participants ont mentionné des initiatives diverses et variées. Au nombre de celles-ci, mentionnons des mesures visant à rendre le logement plus abordable au profit des Canadiens, à fournir un soutien accru aux petites entreprises, à réduire les obstacles liés au commerce interprovincial et à consacrer des investissements plus importants au secteur agricole dans le but d'augmenter la sécurité alimentaire du pays et de réduire le coût des produits d'épicerie dans l'intérêt des consommateurs. Il a également été suggéré que le gouvernement fédéral investisse davantage dans l'exploitation et le développement de ressources énergétiques renouvelables et non renouvelables, et qu'il réduise le taux d'imposition des ménages canadiens à faible et moyen revenu.

Les participants de trois groupes se sont vu poser quelques questions complémentaires en lien avec le marché de l'emploi et le taux de chômage. À la question de savoir si, à leur connaissance, le taux de chômage était à la hausse, à la baisse, ou s'il restait pour ainsi dire inchangé, la quasi-totalité des participants a dit croire que le taux de chômage avait récemment été à la hausse. Décrivant les facteurs les amenant à estimer que le taux de chômage était en hausse, plusieurs d'entre eux ont cité les droits



de douane qui avaient été imposés par les États-Unis, et un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que ces mesures avaient déjà entraîné des mises à pied et des pertes d'emploi au détriment de travailleurs dans plusieurs secteurs touchés, dont ceux de l'acier, du bois d'œuvre et de la construction automobile. Bon nombre de participants ont en outre mentionné ce qu'ils percevaient comme étant la prévalence croissante d'un certain nombre de technologies, dont celles de l'automatisation et de l'intelligence artificielle (IA), estimant que ces dernières avaient déjà entraîné l'élimination de nombreux services et emplois de premier échelon au détriment des Canadiens. À cet égard, bon nombre des membres du groupe composé de personnes âgées de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto estimaient que le marché de l'emploi était particulièrement difficile pour les jeunes Canadiens, plusieurs d'entre eux déclarant avoir personnellement été confrontés à des difficultés pour obtenir un emploi et démarrer leur carrière.

Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Le taux de chômage a grimpé de 0,2 point de pourcentage pour atteindre 7,1 % en août.

Depuis janvier 2025, il a augmenté en tout de 0,5 point de pourcentage.

Le taux de chômage en août a atteint son niveau le plus élevé depuis mai 2016 (à l'exception des années 2020 et 2021).

À titre de comparaison, le taux de chômage se situait en moyenne à 6 %, soit juste avant la pandémie de COVID-19.

À la question de savoir quels étaient, selon eux, les facteurs responsables de la hausse du taux de chômage, bon nombre de participants ont réitéré leurs préoccupations concernant les droits de douane américains, un certain nombre d'entre eux disant croire que les entreprises exploitées dans des secteurs touchés avaient maintenant des réticences à embaucher de nouveaux travailleurs, compte tenu de l'incertitude économique persistante liée à ces mesures. On était également d'avis que bon nombre des emplois disponibles n'offraient pas des horaires à temps plein ou une rémunération suffisante pour intéresser des travailleurs potentiels et que, par conséquent, il qu'il existait actuellement un décalage entre les attentes des demandeurs d'emploi et les salaires que les employeurs étaient prêts à offrir.

En discutant des mesures que pourrait prendre, le cas échéant, le gouvernement du Canada pour remédier à cette situation, plusieurs participants estimaient que des investissements plus importants devaient être consentis pour offrir aux Canadiens des possibilités de formation et de recyclage professionnels dans les secteurs à forte demande, notamment dans la construction et les métiers spécialisés. On estimait qu'en adoptant cette approche, le gouvernement fédéral contribuerait de manière efficace à doter les travailleurs canadiens des compétences dont ils ont besoin pour demeurer concurrentiels sur le marché du travail contemporain, tout en aidant les entreprises à trouver des employés possédant les compétences spécialisées requises pour pourvoir les postes vacants. Quelques participants estimaient en outre que davantage pouvait être fait pour octroyer des subventions aux petites entreprises et aux entrepreneurs, certains d'entre eux étant d'avis que cela contribuerait à créer davantage d'emplois au profit des Canadiens tout en redressant la situation économique générale du pays.

Budget 2025 (Vallée de l'Okanagan [C.-B.], travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants de sept groupes ont tenu des discussions portant sur le prochain budget annuel du gouvernement du Canada, dont le dépôt était prévu le 4 novembre 2025. Les particuliers résidant dans la Vallée de l'Okanagan en Colombie-Britannique ont fait part de leurs points de vue généraux concernant le budget et les domaines d'intervention prioritaires sur lesquels on devait, selon eux, se focaliser, tandis que les participants de tous les autres groupes ont évalué des messages dont pourrait se servir le gouvernement du Canada pour ses communications portant sur le budget.

Avant d'entamer ces discussions, les participants de tous les groupes se sont vu informer que chaque année, le gouvernement du Canada publiait un budget décrivant les domaines dans lesquels il entendait investir, présentant les changements apportés aux programmes existants, établissant un plan pour les années à venir et établissant des projections concernant l'évolution du déficit et de l'économie canadienne. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet des plans du gouvernement fédéral concernant le budget, si un certain nombre de participants ont indiqué avoir entendu dire qu'il allait être déposé, aucun d'entre eux ne se souvenait de détails précis à son sujet. Parmi le petit nombre de participants ayant entendu parler d'initiatives précises devant être incluses dans le budget, les participants ont dit croire que celui-ci serait axé sur l'augmentation des investissements dans les Forces armées canadiennes (FAC) ainsi que sur le développement de grands projets d'infrastructure d'intérêt national à travers le pays.

Points de vue généraux (Vallée de l'Okanagan [Colombie-Britannique])

Prenant part à une discussion portant sur l'approche budgétaire générale du gouvernement fédéral, les participants résidant dans la Vallée de l'Okanagan (C.-B.) se sont vu informer que le gouvernement du Canada avait annoncé son intention de réduire les dépenses consacrées au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et d'investir davantage dans des projets visant à favoriser une croissance économique. La quasi-totalité des participants était d'avis que l'approche adoptée par le gouvernement du Canada était la bonne, bon nombre d'entre eux estimant qu'il était important de

réduire les dépenses fédérales tout en investissant dans des projets d'infrastructure contribuant à renforcer l'économie. Un petit nombre d'entre eux ont toutefois dit craindre qu'une réduction des dépenses fédérales entraîne l'élimination de programmes et de services actuellement offerts aux Canadiens.

Invités à recenser les domaines dans lesquels le gouvernement fédéral pourrait, à leur avis, réaliser des économies, les participants ont proposé une série de mesures diverses et variées. Au nombre de celles-ci, citons celles visant à réduire les dépenses liées aux déplacements et à l'hébergement des fonctionnaires fédéraux, à réduire les montants que consacre le gouvernement du Canada à des initiatives humanitaires à l'étranger et à réduire les dépenses consacrées à des sociétés d'État comme Postes Canada et la Société Radio-Canada (SRC). Discutant des domaines dans lesquels le gouvernement fédéral devait s'efforcer d'investir davantage, un certain nombre de participants estimait que des fonds supplémentaires devaient être alloués aux bourses d'études postsecondaires et aux programmes de formation professionnelle, afin de permettre aux Canadiens d'acquérir plus facilement les compétences nécessaires à leur compétitivité au sein de l'économie moderne. On estimait également que le gouvernement du Canada devait accorder une plus grande importance à l'exploitation de minéraux critiques comme l'or, le lithium et le cuivre. À la question de savoir quelle serait leur réaction si les dépenses du gouvernement fédéral finissaient par être plus élevées en raison de ces investissements, la plupart des participants estimaient que cela serait acceptable pourvu que ces projets soient gérés de manière rentable et qu'ils génèrent des avantages économiques tangibles et mesurables à long terme au profit des Canadiens.

Les participants se sont ensuite vu informer que le gouvernement du Canada avait déclaré que, compte tenu des perturbations continues marquant les relations commerciales avec les États-Unis, il était important de diversifier l'économie du pays afin de réduire sa dépendance au commerce américain, notamment en prenant des mesures visant à investir dans de grands projets d'intérêt national, en augmentant la construction de logements, en renforçant l'armée canadienne et en venant en aide aux secteurs et industries touchés par la guerre commerciale. À la question de savoir s'ils approuvaient cette approche, tous les participants ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux estimant qu'elle créerait des conditions propices à la création d'une économie canadienne globalement plus forte et fournirait des possibilités économiques accrues aux travailleurs et entreprises canadiennes dans les années à venir. Discutant de la question de savoir si leurs réponses à cette question seraient différentes si ces investissements avaient pour effet d'augmenter la taille du déficit national, aucun des participants n'a répondu par l'affirmative. En focalisant leur discussion sur ces priorités dans leur ensemble, on était d'avis que le gouvernement fédéral devait accorder une plus grande importance à la sécurité alimentaire et à l'augmentation de la production agricole, certains estimant qu'il était essentiel pour le Canada de devenir plus autosuffisant dans ce domaine.



Messages potentiels liés au budget (Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], jeunes Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto)

Les participants de tous les groupes, à l'exception de ceux composés de résidents de la Vallée de l'Okanagan, ont pris part à des discussions concernant de potentiels messages dont pourrait se servir le gouvernement du Canada dans ses communications budgétaires. Le premier message présenté aux participants se lisait comme suit :

Dans le cadre de son budget, le gouvernement aura des choix responsables à faire et des décisions difficiles à prendre. Son plan consiste à consacrer moins d'argent au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et à réduire le gaspillage, afin que les Canadiens puissent investir davantage dans les travailleurs, les entreprises et les infrastructures qui contribueront à bâtir un avenir meilleur pour tous.

Dans l'ensemble, les participants ont exprimé des opinions partagées au sujet de ces messages, bon nombre d'entre eux estimant que, si cet énoncé semblait positif, il était cependant assez vague et ne fournissait pas beaucoup de détails précis. Plusieurs d'entre eux estimaient que tant que de l'information supplémentaire ne serait pas fournie concernant les mesures précises que le gouvernement s'apprêtait à annoncer dans le cadre de son budget, il était difficile de dire si l'approche qu'il adoptait était la bonne. Un certain nombre d'entre eux se demandaient également ce qu'il fallait comprendre du message selon lequel le gouvernement fédéral devrait faire des choix responsables et prendre des décisions difficiles, certains craignant que cela n'entraîne une diminution des programmes et des services destinés aux Canadiens. Si ce message a plu à un grand nombre de participants en raison de l'accent mis sur l'augmentation des investissements destinés aux travailleurs, aux entreprises et aux infrastructures d'intérêt national, quelques-uns d'entre eux se demandaient toutefois pourquoi l'énoncé indiquait que ce seraient les Canadiens qui effectueraient ces investissements plutôt que le gouvernement fédéral.

À la question de savoir si ce message les interpellait, plusieurs participants ont répondu par l'affirmative, certains d'entre eux estimant qu'il était important que le gouvernement du Canada réduise les dépenses qu'il consacre au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et qu'il s'efforce d'accroître l'efficacité de ses dépenses, surtout à la lumière de ses débours des dernières années qu'ils percevaient comme ayant été importants. Parmi le plus petit nombre de participants n'ayant pas trouvé le message convaincant, plusieurs ont réitéré l'opinion selon laquelle l'énoncé était très vague et ne fournissait pas suffisamment de détails qui puissent les rejoindre personnellement. Discutant de la question de savoir si, selon eux, ce message était clair, si la plupart des participants estimaient qu'il transmettait de manière efficace l'intention du gouvernement du Canada de réduire ses dépenses tout en effectuant des investissements ciblés dans des domaines susceptibles de stimuler la croissance économique, bon nombre d'entre eux ont réitéré l'opinion selon laquelle davantage d'explications étaient nécessaires concernant les choix responsables qui allaient devoir être faits et les décisions difficiles qui allaient devoir être prises, ainsi que l'impact que ces mesures auraient à l'avenir dans la vie des Canadiens.

Discutant de la question de savoir si cet énoncé améliorerait, empirait ou changeait leur perception des plans du gouvernement concernant le budget et l'économie canadienne, si la plupart des participants n'étaient pas d'avis qu'il avait modifié de quelque façon leur point de vue, quelques-uns d'entre eux ont déclaré que l'énoncé avait empiré leurs opinions et un très petit nombre d'entre eux ont indiqué qu'il les avait rendus plus optimistes quant à l'avenir économique du Canada. Parmi ceux qui ne considéraient pas que le message avait modifié leur opinion, plusieurs participants ont réaffirmé que l'énoncé ne fournissait pas suffisamment de détails précis sur les intentions du gouvernement fédéral, et qu'ils seraient conséquemment susceptibles d'attendre le dépôt du budget avant de déterminer s'il entraînerait des répercussions positives ou négatives sur l'économie. Parmi les participants ayant déclaré avoir une opinion moins favorable des plans budgétaires du gouvernement du Canada après avoir pris connaissance de cet énoncé, plusieurs participants ont à nouveau indiqué craindre que ces mesures de réduction des coûts entraînent éventuellement une diminution des programmes dont dépendent les familles canadiennes ou même leur élimination. Parmi le petit nombre de participants dont l'opinion des plans budgétaires du gouvernement était devenue plus positive après avoir pris connaissance de cet énoncé, on se disait encouragé par la détermination du gouvernement fédéral à réduire ses dépenses opérationnelles et à réaliser des investissements en faveur des travailleurs, des entreprises et du développement d'infrastructures d'intérêt national.

Les participants se sont ensuite vu présenter le deuxième message suivant :

Dans le cadre de son budget, le gouvernement du Canada sera amené à faire des choix pragmatiques et à prendre des décisions difficiles afin de protéger les programmes et les initiatives qui viennent en aide aux plus vulnérables de notre société, de consolider les programmes qui contribuent à réduire les coûts dans l'intérêt des travailleurs canadiens et de mettre en place des programmes qui vous aideront à améliorer votre situation.

Les participants ont été plus nombreux à réagir positivement à cet énoncé que ceux qui étaient d'un autre avis, un certain nombre d'entre eux mentionnant l'efficacité avec laquelle message tenait réellement compte des difficultés financières auxquelles, selon eux, faisaient face de nombreux travailleurs canadiens et avec laquelle était communiquée l'intention du gouvernement fédéral de mettre en place des programmes pour les aider à progresser. Les participants ont en outre positivement réagi à l'engagement du gouvernement à venir en aide aux personnes les plus vulnérables de la société exprimé dans l'énoncé, un certain nombre d'entre eux estimant qu'il s'agissait pour le gouvernement d'un domaine important sur lequel se concentrer, compte tenu du coût élevé de la vie à l'heure actuelle. On était d'avis que ce message était plus concis que le premier énoncé et qu'il communiquait de manière efficace les plans budgétaires du gouvernement fédéral. Parmi ceux qui avaient exprimé une opinion plus incertaine ou négative au sujet de ce message, un certain nombre de participants estimaient qu'il ne fournissait pas beaucoup de détails concernant les mesures précises que comptait prendre le gouvernement du Canada, quelques-uns d'entre eux se sentant également découragés par la mention de choix pragmatiques à faire et de décisions difficiles à prendre, estimant que cela annonçait des périodes d'austérité pour de nombreux ménages canadiens.

À la question de savoir si ce message les interpellait, plusieurs participants ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux réitérant leurs commentaires positifs quant à la



détermination du gouvernement fédéral à venir en aide aux travailleurs canadiens et à offrir un soutien accru aux personnes les plus vulnérables de la société. Certains participants étaient d'avis qu'avec l'inclusion de mots comme « notre société » et « vous aideront à progresser », ils sentaient que le message s'adressait directement à eux et que le gouvernement fédéral était conscient des difficultés auxquelles de nombreux ménages étaient confrontés pour joindre les deux bouts. Parmi le plus petit nombre de participants que ce message n'interpellaient pas, quelques-uns ont réitéré l'opinion selon laquelle il ne contenait pas suffisamment de détails, tandis que d'autres ne s'attendaient pas à être admissibles aux nouveaux programmes et initiatives qui seraient mis en place pour venir en aide aux Canadiens vulnérables à faible revenu.

Discutant de la question de savoir si cet énoncé améliorerait, empirait ou changeait leur perception des plans du gouvernement liés au budget et à l'économie canadienne, la plupart des participants ne croyaient pas qu'il avait modifié de quelque façon leur point de vue, bien que quelques-uns d'entre eux aient déclaré que l'énoncé avait empiré leurs impressions et qu'un très petit nombre d'entre eux ait indiqué qu'il les avait rendus plus optimistes quant à l'avenir économique du Canada. De l'avis d'un grand nombre d'entre eux, si cet énoncé indiquait que le gouvernement fédéral était sur la bonne voie en matière de gestion économique, son succès dans ce domaine dépendrait en fin de compte des programmes et initiatives mis en place et de leur efficacité à réduire les coûts au profit des Canadiens. Parmi ceux qui avaient déclaré se sentir plus optimistes après avoir pris connaissance de cet énoncé, un certain nombre de participants ont indiqué se sentir rassurés d'apprendre que même si le gouvernement du Canada avait des décisions difficiles à prendre et s'efforçait de réduire ses dépenses, il était également déterminé à protéger les Canadiens et à veiller à ce que les populations vulnérables reçoivent l'aide dont ils ont besoin.

À la question de savoir ce que signifiait pour eux « faire des choix difficiles », un grand nombre de participants étaient d'avis que cela indiquait que le gouvernement fédéral mettrait en place un système de surveillance financière et de responsabilisation accrues, tout en s'efforçant de réduire les dépenses inutiles ou superflues liées à la gestion de ses programmes et initiatives. Les participants étaient également d'avis que cette allusion faite au pragmatisme indiquait que le gouvernement du Canada adopterait une approche mûrement réfléchie et fondée sur des données pour déterminer les domaines dans lesquels réduire les dépenses, tout en veillant à ce que ces mesures d'austérité n'aient pas de répercussions négatives dans la vie des personnes qui dépendent actuellement de l'aide accordée en vertu de programmes fédéraux pour joindre les deux bouts.

Après s'être vu informer que les deux énoncés évoquaient les choix difficiles que le gouvernement du Canada devait faire, les participants se sont vu inviter à faire part de leur réaction à ce genre de concept. Bon nombre d'entre eux estimaient que ce genre de formulation indiquait que le gouvernement était déterminé à réduire les coûts partout où cela était possible, ce qui pourrait à l'avenir entraîner la révision à la baisse ou la suppression de certains programmes ou services. Après s'être vu informer que les énoncés portaient tous deux sur les choix difficiles qu'aurait à faire le gouvernement du Canada, plusieurs participants étaient d'avis que ce type de message indiquait aux Canadiens qu'ils pourraient devoir faire des sacrifices personnels dans les années à venir, et un certain nombre d'entre eux ont exprimé des préoccupations quant aux répercussions que cela pourrait avoir sur leur propre bien-être financier. S'ils s'inquiétaient de savoir quelle incidence ces coupes

budgetaires pourraient avoir dans leur vie, plusieurs participants estimaient que l'approche adoptée par le gouvernement du Canada était la bonne et qu'il était important de prendre des mesures de ce genre pour bâtir un avenir économique plus solide au profit des Canadiens dans les années à venir.

Grands projets d'infrastructure (Vallée de l'Okanagan [C.-B], particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ; Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington [Ontario], région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec], Canadiens âgés de 18 à 34 ans de la région du Grand Toronto.

Les participants de cinq groupes ont pris part à des discussions portant sur les grands projets d'infrastructure qu'avait récemment annoncés le gouvernement fédéral. À la question de savoir ce qu'ils avaient récemment vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada et de grands projets d'infrastructure, les participants ont fourni un éventail de réponses, plusieurs d'entre eux se souvenant d'avoir entendu dire que le gouvernement avait récemment annoncé qu'il s'emploierait à accroître le développement d'énergie nucléaire au Canada. Un certain nombre d'entre eux se souvenaient également d'avoir entendu parler de mesures qu'entendait prendre le gouvernement du Canada pour agrandir le port de Churchill, tandis que d'autres disaient croire que ce dernier avait fait des annonces au sujet de l'exploitation accrue de minéraux critiques et de la création d'un bureau des grands projets chargé de coordonner la mise en œuvre de ces projets d'infrastructure de grande envergure. Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé une première série de cinq grands projets d'infrastructure à l'étude pour aider à transformer l'économie canadienne. Afin d'orienter ces projets, un nouveau Bureau des grands projets, dont le siège social est situé à Calgary, sera chargé d'accélérer leur réalisation en simplifiant et en accélérant les processus d'approbation réglementaires et en aidant ces projets à obtenir du financement.

Les projets initiaux à l'étude sont les suivants :

- *LNG Canada — Phase 2 — Kitimat (Colombie-Britannique) : Ce projet doublerait la production de gaz naturel liquéfié de LNG Canada, ce qui en ferait la deuxième plus grande installation du genre au monde ;*



- *Nouveau projet nucléaire de Darlington — Clarington (Ontario) : Ce projet fera du Canada le premier pays du G7 à se doter d'un petit réacteur modulaire (PRM) opérationnel, fournissant une énergie propre à 300 000 foyers ;*
- *Le projet de terminal à conteneurs de Contrecoeur — Montréal (Québec) : Ce projet permettrait d'augmenter la capacité de manutention de conteneurs du Port de Montréal d'environ 60 % ;*
- *Projet de mine de cuivre de Foran à McIlvenna Bay, - Centre Est de la Saskatchewan : Ce projet fournira du cuivre et du zinc afin de renforcer la position du Canada en tant que fournisseur mondial de minéraux critiques. C'est également le premier projet de cuivre carboneutre au Canada ;*
- *Expansion de la mine Red Chris — Nord-Ouest de la Colombie-Britannique : Ce projet permettra de prolonger de plus de 10 ans la durée de vie de la mine et d'augmenter de plus de 15 % la production annuelle de cuivre au Canada.*

Les réactions à ces projets ont pour la plupart été positives, bon nombre de participants estimant que ces investissements du gouvernement fédéral seraient avantageux pour les Canadiens et contribueraient de manière significative à renforcer l'économie canadienne sur le long terme. Plusieurs d'entre eux s'attendaient à ce que ces initiatives mènent à la création d'un grand nombre d'emplois bien rémunérés dans l'intérêt des Canadiens, tout en contribuant à la croissance économique des collectivités situées à proximité de ces projets. Un certain nombre de participants ont également parlé en termes positifs de l'inclusion, dans ces informations, de chiffres et de pourcentages précis, y voyant là une indication que ces projets avaient soigneusement été pensés et que le gouvernement fédéral avait élaboré des plans détaillés pour les mettre en œuvre.

Si, dans l'ensemble, les participants ont indiqué être favorables à ces projets, un certain nombre d'entre eux avaient toutefois des questions à poser au sujet de ces initiatives. Se focalisant sur l'objectif du Bureau des grands projets de rationaliser et d'accélérer les processus réglementaires et d'approbation, certains d'entre eux se sont dit préoccupés par les inconvénients potentiels que l'adoption de cette approche pourrait avoir et se demandaient quelles garanties seraient offertes et quelle supervision serait assurée par le gouvernement fédéral pour faire en sorte que ces projets soient réalisés et exploités en toute sécurité. On était d'avis qu'il était important que tous les intervenants potentiels, y compris les peuples autochtones, soient consultés et impliqués à toutes les étapes de l'élaboration et de la mise en œuvre de ces projets. On estimait en outre qu'il était important que des mesures soient prises pour s'assurer que ces projets sont détenus par des Canadiens et qu'ils sont et exploités par des travailleurs canadiens. Quelques participants s'inquiétaient des répercussions négatives que pourraient avoir certains projets, dont le projet LNG Canada Phase 2 et le projet de mine de cuivre de Foran, à McIlvenna Bay, dans d'autres dossiers prioritaires comme ceux de la réduction des émissions de carbone et de l'atténuation des effets du changement climatique.

Plusieurs participants ont parlé en termes particulièrement positifs du nouveau projet nucléaire de Darlington, à Clarington (Ontario). Un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que l'énergie nucléaire constituait une source fiable d'énergie propre et estimaient qu'il était important que le gouvernement fédéral accroisse ses investissements dans ce domaine. On s'attendait à ce que le recours accru à



l'énergie nucléaire contribue à réduire les coûts énergétiques des Canadiens et à ce que ce projet profite tout particulièrement aux 300 000 ménages qui, grâce à cette initiative, aurait désormais accès à une nouvelle source d'énergie propre. À la question de savoir si le terme « petit réacteur modulaire » (PRM) leur était familier, seul un petit nombre de participants ont répondu par l'affirmative, très peu d'entre eux pouvant se souvenir de quelconques détails concernant cette technologie. À la question complémentaire de savoir quelles seraient, selon eux, les répercussions, le cas échéant, du nouveau projet nucléaire de Darlington au sein de leurs collectivités respectives, bon nombre de participants du groupe composé de particuliers résidant dans la municipalité ontarienne de Clarington étaient d'avis que cette initiative aurait des retombées positives en matière de création d'emplois et de croissance économique dans leur région. On était également d'avis qu'en augmentant l'offre d'énergie propre au sein de leurs collectivités, ce projet contribuerait à réduire les émissions de GES et à créer un réseau électrique plus résilient qui soit en mesure de répondre aux besoins de la population grandissante dans cette région.

Les participants des groupes composés de résidents de la Vallée de l'Okanagan (Colombie-Britannique) et du corridor Calgary-Edmonton se sont vu poser la question de savoir si un nouveau pipeline devrait figurer au nombre des projets à l'étude. Tout compte fait, la totalité des participants résidant dans le corridor Calgary-Edmonton et la plupart de ceux résidant dans la Vallée de l'Okanagan étaient d'avis qu'un pipeline devait faire partie des grands projets d'infrastructure du gouvernement fédéral, bon nombre d'entre eux estimant qu'une initiative de ce genre entraînerait des répercussions positives au sein de l'économie canadienne et contribuerait à réduire les coûts énergétiques dans l'intérêt des Canadiens. Plusieurs participants du groupe de résidents de la Vallée de l'Okanagan ont toutefois affirmé qu'ils ne souhaitaient pas que ce pipeline passe par leur province, estimant plutôt qu'il devrait être construit depuis l'Alberta vers des ports de l'est du Canada. À la question de savoir s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet du gouvernement du Canada et d'un éventuel projet de pipeline, très peu de participants ont répondu par l'affirmative, et aucun d'entre eux ne pouvait se souvenir de détails précis à ce sujet.

Les participants de tous les groupes se sont vu poser la question de savoir si ces grands projets d'infrastructure annoncés par le gouvernement fédéral contribueraient à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada. Tout compte fait, la plupart d'entre eux estimaient que ces initiatives entraîneraient des retombées positives dans l'économie canadienne, un certain nombre d'entre eux réitérant leur opinion selon laquelle ces projets, une fois opérationnels, favoriseraient une croissance économique à long terme et une plus grande autosuffisance économique dans les années à venir. On était d'avis que des projets comme LNG Canada Phase 2 contribueraient à augmenter la capacité du Canada à exporter ses ressources naturelles sans qu'elles aient à transiter par les États-Unis, et aideraient, de ce fait, à renforcer l'autonomie du Canada sur le plan énergétique. On était également d'avis qu'en devenant le premier pays du Groupe des Sept (G7) à se doter d'un PRM opérationnel, le Canada avait désormais la possibilité de se positionner en tant que chef de file mondial de la production d'énergie nucléaire dans les années et les décennies à venir. Parmi le plus petit nombre de participants dont l'opinion était plus incertaine quant à savoir si ces projets contribueraient à atteindre l'objectif consistant à bâtir une économie canadienne plus forte et plus sûre, on estimait que si ces initiatives semblaient constituer un pas dans la bonne direction, leur succès

dépendrait en fin de compte de l'efficacité avec laquelle elles étaient mises en œuvre et de leur capacité à entraîner les retombées économiques escomptées à long terme.

Les participants se sont ensuite vu présenter l'information suivante :

Le Canada a également défini des domaines prioritaires et d'activité stratégiques pour aider à bâtir le Canada. Les initiatives prises dans le cadre de ces stratégies d'intérêt national étaient les suivantes :

- *Stratégie sur les minéraux critiques : Aider à la mise en œuvre d'un plus grand nombre de projets de minéraux critiques impliquant l'ensemble du processus, allant de l'extraction initiale des matières premières à la construction de ports et de routes, en passant par la transformation et la fabrication ;*
- *Wind West Atlantic Energy : Exploiter le potentiel éolien en Nouvelle-Écosse.*
- *Oléoduc Pathways Plus : Un projet de captage, d'utilisation et de stockage du carbone en Alberta, assorti d'une infrastructure énergétique supplémentaire qui soutiendrait un secteur de l'énergie conventionnelle solide ;*
- *Corridor économique et de sécurité pour l'Arctique : Le développement de ports fortifiés et de routes toutes saisons, de pistes d'atterrissage et de systèmes de communication pour servir les opérations militaires et le développement commercial ;*
- *Port de Churchill Plus : Moderniser le port de Churchill et élargir les corridors commerciaux grâce à une route praticable en toutes saisons, à une ligne de chemin de fer modernisée, à un nouveau corridor énergétique et à une capacité de déglacage maritime.*
- *Train à grande vitesse Alto : Développer un train à grande vitesse de Toronto à Québec atteignant des vitesses allant jusqu'à 300 km/h.*

La quasi-totalité des participants a favorablement réagi à cette information, plusieurs d'entre eux louant tout particulièrement les initiatives du Port de Churchill Plus et du corridor économique et de sécurité pour l'Arctique. Parmi ces participants, on estimait important que le gouvernement fédéral renforce la présence du Canada dans l'Arctique, tant pour accroître l'activité économique dans le Nord canadien que pour défendre la souveraineté territoriale du Canada dans la région. L'annonce du projet de train à grande vitesse Alto a également été bien reçue par un certain nombre de participants estimant qu'il contribuerait à réduire l'achalandage routier entre Toronto et Québec et par le fait même les émissions de carbone. On espérait qu'à l'avenir, d'autres projets de trains à grande vitesse seraient annoncés dans d'autres régions du pays. Si la plupart d'entre eux ont exprimé leur appui à la Stratégie sur les minéraux critiques, un petit nombre de participants se sont dit préoccupés par les dommages environnementaux que pourrait entraîner une intensification de l'exploitation minière et estimaient que le gouvernement devait faire preuve de prudence au moment d'approuver de nouveaux projets liés à l'extraction de ressources. Un certain nombre de participants ont en outre exprimé des avis positifs au sujet du projet Pathways Plus, bien que certains d'entre eux aient affirmé ne pas en savoir assez au sujet des technologies de capture et de stockage du carbone pour pouvoir déterminer s'il s'agirait d'un investissement profitable. S'ils étaient un certain nombre à réagir positivement au projet Wind West Atlantic Energy et à estimer qu'il fournirait une source viable d'énergie propre pour la région, quelques-uns d'entre eux se demandaient toutefois si la quantité d'énergie que générerait ce projet serait suffisante pour justifier les coûts liés à des investissements

dans ce domaine et estimaient que davantage de fonds devraient être consacrés à des projets énergétiques en lien avec le pétrole et le gaz naturel.

À la question de savoir s'ils estimaient que ces initiatives contribueraient à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada, bon nombre de participants ont répondu par l'affirmative, plusieurs d'entre eux s'attendant à ce que ces projets génèrent plus d'emplois au profit des Canadiens et augmentent l'autosuffisance économique du Canada dans les années à venir. Un certain nombre d'entre eux se demandaient toutefois combien de temps il faudrait pour mettre ces initiatives en œuvre et s'il était financièrement viable pour le gouvernement fédéral d'investir dans autant de domaines prioritaires à la fois. Quelques-uns d'entre eux se sont dit préoccupés par les coûts initiaux élevés liés à l'élaboration et à la mise en chantier de ces projets et ont dit craindre que le financement de ces initiatives nécessite, à terme, d'augmenter les taux d'imposition au détriment des Canadiens.

Marché de l'emploi (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)

Les participants du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario ont fait part de leurs opinions concernant le marché de l'emploi au Canada ainsi que de leurs prévisions quant à l'évolution du marché de l'emploi dans les années à venir. À la question de savoir s'ils qualifieraient la situation sur le marché de l'emploi pour les travailleurs de métiers spécialisés de bonne, mauvaise ou ni bonne ni mauvaise, plusieurs participants ont indiqué que le marché de l'emploi était, à leur avis, assez concurrentiel à l'heure actuelle et qu'un grand nombre de travailleurs de métiers spécialisés avaient de la difficulté à trouver des emplois bien rémunérés dans leur région. Un certain nombre d'entre eux ont exprimé un point de vue plus nuancé, estimant que, si un grand nombre d'emplois étaient recherchés dans les métiers spécialisés, une proportion importante de ces éventuels travailleurs ne possédait pas les compétences spécialisées que recherchaient les employeurs. Dans le même ordre d'idées, on était d'avis que, si des possibilités d'emploi dans des domaines spécialisés étaient souvent offertes aux personnes possédant une expérience préalable ou ayant participé à des programmes de formation professionnelle, il pourrait toutefois être difficile, pour bon nombre de Canadiens n'ayant pas reçu une telle formation ou éducation, d'obtenir des emplois de premier échelon et de commencer à renforcer ces compétences.

Discutant de la facilité ou de la difficulté avec laquelle des personnes comme eux s'étaient trouvés de l'emploi dans un domaine d'intérêt, un certain nombre de participants ont réitéré l'opinion selon laquelle il pourrait s'avérer difficile d'avoir accès à certains secteurs commerciaux sans avoir un niveau considérable d'expérience ou un grand nombre de contacts personnels. On était d'avis que, s'il était en général relativement facile pour les travailleurs syndiqués d'obtenir de l'emploi, les débouchés pouvaient se faire rares pour ceux qui n'adhéraient pas à un syndicat. Quelques participants travaillant dans des usines ou dans le secteur manufacturier estimaient que, même si de nombreux emplois étaient offerts dans leur domaine, ceux-ci n'étaient souvent pas suffisamment rémunérés pour



intéresser de potentiels candidats. On estimait également que le volume de travail disponible dans le secteur des métiers spécialisés pouvait fluctuer selon la période de l'année, rendant à certains moments plus difficile la conservation d'un emploi à temps plein.

On a demandé aux participants si, en se projetant cinq ans en avant, ils prévoyaient que la situation sur le marché de l'emploi au Canada serait meilleure, pire, ou à peu près la même. Tout compte fait, plusieurs d'entre eux s'attendaient à ce qu'elle soit pire, un certain nombre de participants se disant préoccupés par les répercussions qu'un recours accru aux technologies d'automatisation et à l'intelligence artificielle (IA) pourrait avoir dans un large éventail de domaines. Concernant les métiers spécialisés en particulier, un certain nombre de participants ont exprimé des inquiétudes quant au recours croissant, dans leur secteur, à des technologies innovantes permettant d'effectuer des tâches spécialisées (comme le coulage de béton) sans intervention humaine. Parmi ces participants, on estimait que cette situation pourrait à l'avenir amener des employeurs à réduire leurs besoins en main-d'œuvre qualifiée.

Invités à se projeter cinq à dix ans en avant, on a demandé aux participants à quoi ressemblerait alors, selon eux, le marché de l'emploi, notamment en ce qui concerne les secteurs qu'ils s'attendaient à voir connaître la plus forte croissance ainsi que les compétences qui seraient les plus recherchées. Tout en étant d'avis que le marché de l'emploi dans son ensemble pourrait s'affaiblir (en partie en raison du recours accru des entreprises à l'IA), bon nombre de participants estimaient que la demande de main-d'œuvre qualifiée se maintiendrait dans les corps de métiers, et notamment ceux qui exigent un travail physique comme la maçonnerie, la pose de cloisons sèches, la réparation de circuits électriques et la plomberie. Un certain nombre d'entre eux estimaient également que, compte tenu du fait qu'une grande proportion des travailleurs du secteur des métiers spécialisés approchaient de la retraite, la demande en main-d'œuvre qualifiée était susceptible d'augmenter considérablement dans les années à venir afin de remplacer la main-d'œuvre vieillissante. À la question de savoir dans quelle mesure ils étaient optimistes quant à leurs chances de trouver un bon emploi dans cette future économie canadienne, tous les participants ont affirmé être extrêmement confiants, un certain nombre d'entre eux réaffirmant s'attendre à ce que, dans un avenir prévisible, leurs compétences continuent de faire l'objet d'une forte demande.

À la question de savoir si le gouvernement fédéral était sur la bonne voie ou s'il était sur la mauvaise voie en matière de création d'emplois bien rémunérés dans l'intérêt des Canadiens, un certain nombre de participants estimaient qu'il faisait fausse route dans ce dossier. Parmi ces participants, l'opinion a été réitérée selon laquelle la demande d'emploi dans plusieurs régions du pays continuait de dépasser le nombre d'emplois offerts et que le gouvernement du Canada devait désormais faire davantage pour stimuler la création d'emploi. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient connaissance de mesures que le gouvernement fédéral avait prises pour favoriser la création d'emplois, offrir des formations professionnelles ou soutenir les travailleurs de toute autre manière, un certain nombre de participants avaient l'impression que ce dernier avait contribué à offrir des programmes de formation professionnelle et d'éducation visant à renforcer la main-d'œuvre dans des secteurs à forte demande, dont celui des métiers spécialisés.

Décrivant les mesures supplémentaires que le gouvernement pourrait, à leur avis, prendre pour aider dans ce domaine, plusieurs participants étaient d'avis qu'il devrait mettre en place des programmes qui contribueraient à mettre d'éventuels travailleurs en contact avec des employeurs sollicitant leurs compétences. On estimait également que des mesures pourraient être prises pour accroître le nombre de stages coopératifs et d'apprentissage offerts aux personnes suivant des programmes d'études postsecondaires ou de formation professionnelle, et que cela contribuerait à fournir une expérience professionnelle précieuse aux futurs travailleurs alors qu'ils se préparent à entamer leur carrière.

Maisons Canada (éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba)

Les participants du groupe composé d'éventuels acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba ont pris part à une discussion au sujet de l'initiative « Maisons Canada ». Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit concernant les efforts déployés par le gouvernement du Canada pour résoudre le problème du logement, aucun participant ne pouvait se souvenir de détails précis, bien que quelques-uns d'entre eux disaient croire que le gouvernement avait récemment pris un certain nombre de mesures visant à accélérer la construction de logements abordables à l'échelle nationale. À la question de savoir s'ils avaient entendu parler de la nouvelle initiative « Maisons Canada » du gouvernement fédéral, aucun participant n'a répondu par l'affirmative. Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé la création d'un nouvel organisme fédéral appelé Maisons Canada. Ce dernier a pour objectif de construire de nombreux logements abordables en assurant une utilisation judicieuse des terrains publics, en offrant des mesures incitatives financières souples, en attirant des capitaux privés, en facilitant la réalisation de projets de portefeuille de grande envergure ainsi qu'en venant en aide aux fabricants modernes.

Dans l'ensemble, la plupart des participants ont positivement réagi à cette information, un certain nombre d'entre eux estimant que cette initiative contribuerait à accroître l'offre de logements résidentiels partout au pays et à rendre le logement plus abordable dans l'intérêt des Canadiens à faible et moyen revenu. Parmi le plus petit nombre de participants ayant exprimé des opinions plus incertaines, quelques-uns se demandaient si ce programme contribuerait à la construction d'un plus grand nombre de logements au sein de petites collectivités rurales ou s'il serait principalement axé sur des centres urbains plus importants.

Les participants se sont ensuite vu fournir des détails supplémentaires au sujet de cette initiative :

Maisons Canada axera ses efforts sur les logements conçus pour offrir des unités à un taux inférieur à celui du marché standard, afin que ces unités soient abordables pour les ménages à faible et moyen revenu.

L'objectif global est de doubler la construction de logements, de rétablir l'accessibilité financière et de réduire l'itinérance en construisant des logements supervisés et de transition.

Cette approche repose sur les trois grands piliers suivants :

- 1. Construire des logements abordables : travailler en collaboration avec l'industrie pour offrir des options de logements abordables qui resteront abordables à long terme ;*
- 2. Financer des logements abordables : offrir un financement stable, à long terme et à faible coût aux fournisseurs de logements privés et sans but lucratif ;*
- 3. Favoriser l'émergence d'un nouveau secteur du logement : contribuer à créer une demande pour des méthodes de construction novatrices et durables, tel que la construction d'habitations en usine et les habitations préfabriquées.*

La quasi-totalité des participants a favorablement accueilli cette approche, bon nombre d'entre eux étant d'avis que toute mesure visant à rendre le logement plus abordable (à l'achat ou à la location) constituerait un pas dans la bonne direction. Plusieurs d'entre eux ont particulièrement loué le fait que le gouvernement du Canada veille à ce que les logements construits dans le cadre de cette initiative demeurent abordables à long terme, nombre d'entre eux estimant que cela serait essentiel au succès global de ce programme. On était d'avis qu'en doublant le nombre de logements construits, l'initiative « Maisons Canada » aurait probablement un impact positif important sur les nombreuses familles qui, selon toute vraisemblance, ont actuellement du mal à faire face au coût du logement, et leur permettrait de consacrer une plus grande partie de leur revenu mensuel à d'autres aspects importants de leur vie. À la question de savoir si cette initiative leur serait personnellement profitable, un grand nombre de participants ont répondu par l'affirmative.

Après s'être vu informer que l'un des moyens utilisés par Maisons Canada pour livrer un plus grand nombre de logements plus rapidement consisterait à se servir de terrains publics pour y appliquer des méthodes de construction novatrices et durables, ainsi qu'à promouvoir l'utilisation de bois d'œuvre canadien certifié et de matériaux recyclés à faibles émissions pour construire ces habitations, la plupart des participants ont réagi positivement. Un certain nombre d'entre eux prévoyaient qu'une plus grande importance accordée aux maisons préfabriquées contribue à accélérer la construction de nouvelles habitations, ce qui permettrait au gouvernement fédéral d'atteindre plus facilement son objectif d'augmenter l'offre de logements abordables au Canada. On était également d'avis qu'en construisant sur des terrains publics, le Canada verrait probablement ses coûts financiers diminuer et aurait moins de formalités administratives à accomplir que s'il devait acquérir des terrains privés pour cette initiative. Se concentrant en outre sur la composante impliquant l'utilisation de terres publiques pour cette initiative, quelques participants ont exprimé des inquiétudes quant à la possibilité que cela concerne des zones précédemment réservées à des fins récréatives ou de conservation, et se demandaient quels impacts potentiels ces projets immobiliers entraîneraient sur les milieux et écosystèmes environnants.



Relations Canada - États-Unis (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, région du Saguenay - Lac-Saint-Jean [Québec])

Les participants de trois groupes ont pris part à des discussions portant sur les relations entre le Canada et les États-Unis et sur la réponse du gouvernement fédéral aux divers droits de douane imposés par les États-Unis sur des importations canadiennes. Lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet de l'imposition, par les États-Unis, de droits de douane sur des produits exportés par le Canada vers les États-Unis, presque tous les participants ont répondu par l'affirmative. Plusieurs d'entre eux avaient le sentiment que cette question avait fait l'objet d'une couverture médiatique constante au cours de l'année écoulée et estimaient que les droits de douane américains constituaient l'un des principaux problèmes auxquels le gouvernement canadien était actuellement confronté. Un certain nombre d'entre eux se souvenaient plus particulièrement avoir entendu dire que des droits de douane importants avaient été imposés sur les produits sidérurgiques et l'aluminium canadiens, tandis que d'autres ont dit croire que le secteur du bois d'œuvre avait également été fortement touché par ces mesures. Quelques-uns d'entre eux ont déclaré avoir eu du mal à suivre la situation relative aux droits de douane américains, notamment compte tenu du fait que les détails entourant ces droits de douane avaient, selon eux, changé assez fréquemment au cours des derniers mois.

Lorsqu'on leur a demandé comment ils qualifieraient la performance du gouvernement fédéral quant à sa gestion de ses relations commerciales avec les États-Unis, les participants estimant qu'il était sur la bonne voie à cet égard étaient à peu près aussi nombreux que ceux ayant exprimé des opinions plus neutres ou incertaines. Parmi les participants considérant que le gouvernement fédéral était sur la bonne voie dans sa réponse au différend commercial en cours avec les États-Unis, plusieurs estimaient qu'il avait fait de son mieux pour apporter une réponse ferme et mesurée à ces droits de douane, tout en s'efforçant de protéger le bien-être financier des consommateurs, des travailleurs et des entreprises canadiens qui avaient jusqu'à présent été touchés. Parmi les participants plus incertains, bon nombre estimaient qu'il était difficile d'évaluer la performance du gouvernement du Canada à cet égard, plusieurs d'entre eux estimant que la situation évoluait trop rapidement pour qu'ils puissent se prononcer de manière objective. Parmi les rares participants estimant que la gestion fédérale de cette question pouvait être améliorée, certains estimaient qu'il fallait faire davantage pour inciter les États-Unis à supprimer leurs droits de douane, notamment en prenant des mesures telles que la réintroduction de droits de douane réciproques sur les importations américaines au Canada.

Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Les États-Unis ont imposé des droits de douane sur divers produits canadiens importés aux États-Unis, notamment sur l'acier et l'aluminium, les pièces de véhicules automobiles et les produits énergétiques canadiens. Les produits répondant aux exigences de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) sont exemptés.



Discutant des répercussions, le cas échéant, que ces droits de douane avaient selon eux sur l'économie canadienne, plusieurs participants ont réitéré leurs préoccupations quant à la possibilité que les droits de douane américains entraînent une vague de fermetures d'entreprises et de congédiements massifs dans des secteurs comme ceux de la fabrication automobile, de l'acier et du bois d'œuvre, certains d'entre eux signalant que cela avait déjà commencé à se produire dans leur région. On était également d'avis que les droits de douane pourraient entraîner une hausse des prix à la consommation au Canada, et ce, à plus forte raison si les perturbations commerciales avec les États-Unis devaient perdurer.

À la question de savoir s'ils estimaient possible de parvenir à un accord avec les États-Unis prévoyant la suppression complète des droits de douane récemment imposés, ou s'ils s'attendaient à ce qu'au moins certains d'entre eux soient maintenus, très peu de participants ont dit s'attendre à ce qu'ils soient totalement levés. Approfondissant leur point de vue, un certain nombre d'entre eux ont dit avoir l'impression que les droits de douane étaient devenus un élément clé de la politique économique américaine et étaient d'avis que, même si un accord était conclu entre le gouvernement du Canada et les États-Unis, au moins une partie des droits de douane demeurerait en vigueur dans un avenir prévisible.

Campagne de publicité sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal)

Les participants de quatre groupes ont pris part à des discussions portant sur des concepts publicitaires créés par le gouvernement fédéral dans le but de promouvoir les mesures qu'il comptait prendre afin de rendre la vie des Canadiens plus abordable. Les participants des groupes composés de particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton ainsi que ceux du groupe composé de résidents à l'Île-du-Prince-Édouard et dans la région métropolitaine de Montréal ont fait part de leurs commentaires concernant des scénarimages qui avaient été créés aux fins de cette campagne, tandis que ceux du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario ont procédé à l'examen de potentiels textes liés à cette initiative.

Concepts publicitaires sur l'abordabilité (particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal)

Au début de leur discussion, les participants résidant dans le corridor Calgary-Edmonton et à l'Île-du-Prince-Édouard se sont vu informer qu'on leur présenterait des scénarimages conçus pour illustrer le récit d'une vidéo de 15 secondes (en anglais) qui serait ensuite diffusée sur les réseaux sociaux et d'autres plateformes numériques. Le premier concept présenté aux participants était le suivant :


Video Storyboard: Working Hard

Open on scene of workers in an everyday job.
VO: You're working hard - and you deserve to feel secure.

Cut to scene showing neighbour offering a hand. Vibe: it's okay to need help.
VO: Even as our economy faces challenges, there's help available.

Cut to family shot with people, happy and relaxed.
VO: The Government of Canada is lowering costs – so we can move forward, together.
VO ALT 1: The Government of Canada is helping with costs – so we can more forward.

VO: Learn how you could save at Canada.ca/Cost-of-living.
Screen fades to black. [Canada wordmark](https://Canada.ca) | Canada.ca/Cost-of-living



Ce concept de scénarimage, intitulé « Travailler fort », comporte un texte ainsi que le regroupement de quatre images disposées de haut en bas à l'extrême droite du concept. Le texte comprend les indications scéniques et la voix hors champ suivantes : Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail. VO : « Vous travaillez fort – et vous méritez de vous sentir en sécurité ». Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : Il n'y a aucun mal à avoir besoin d'aide. VO : « Même si notre économie est confrontée à des difficultés, des aides vous sont offertes ». Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus. VO : « Le gouvernement du Canada réduit les coûts – pour nous permettre de progresser. » VO (version optionnelle anglaise n° 1 : « Le gouvernement du Canada aide à réduire les coûts –pour nous permettre de progresser »). VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Coût-de-la-vie. » L'écran fond au noir. Les images (de haut en bas) sont celles de deux ouvriers de la construction sur un chantier en train d'assembler une imposante structure, d'un voisin tendant une miche de pain à un autre, d'une famille (père, jeune fille et mère) s'étreignant autour d'une table remplie de nourriture, ainsi que du logo du gouvernement du Canada et de l'adresse URL Canada.ca/Cout-de-la-vie sur fond noir.

Les participants du groupe composé de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu présenter une version légèrement différente de ce concept.


Travailler Fort

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.
VO : Vous travaillez fort – et ça devrait rapporter.

Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.
VO : En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.
VO : Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.
L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie



La version française de ce scénarimage est semblable à la version anglaise, à part le fait que l'une des images soit différente et que quelques modifications aient été apportées au texte. Ce dernier se lit comme suit : Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail. VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter ». Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct. » VO : « En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches. » Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus. VO : « Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. » VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. » L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie. Les images de cette version sont les mêmes, à l'exception de la deuxième image montrant une mère joyeuse et son enfant dans l'aire de stationnement d'une épicerie avec un sac plein de denrées alimentaires.

Faisant part de leurs impressions initiales, bon nombre de participants étaient d'avis que ce concept était plutôt imprécis et qu'il ne fournissait pas suffisamment d'information sur les mesures que prendrait le gouvernement pour rendre la vie des Canadiens plus abordable. Un certain nombre d'entre eux estimaient que pour ce concept, il aurait fallu davantage mettre l'accent sur des statistiques et des anecdotes liées au coût de la vie, plutôt que sur le langage utilisé pour la voix hors champ qu'ils jugeaient trop général et vague. Quelques participants du groupe composé de résidents du corridor Calgary-Edmonton se demandaient également pourquoi l'image d'un voisin offrant une miche de pain à un autre voisin avait été choisie, estimant que cela laissait entendre que les Canadiens étaient les premiers à devoir de s'entraider, plutôt que de se tourner vers le gouvernement fédéral pour obtenir de l'aide. Plusieurs participants du groupe composé de résidents de la région métropolitaine de Montréal qui s'étaient vu présenter une version de la voix hors champ les informant que le gouvernement du Canada les aiderait à mettre plus d'argent dans leurs poches en prenant des mesures visant à réduire les impôts n'étaient pas d'avis qu'il s'agissait de la bonne approche. Parmi ces participants, on estimait qu'en réduisant les impôts, le gouvernement fédéral disposerait de moins de

recettes pour financer les nombreux services et programmes dont dépendent un grand nombre de Canadiens.

À la question de savoir quel était, selon eux, le message principal de ce concept, la plupart des participants étaient d'avis qu'il avait pour but de faire savoir aux Canadiens que le gouvernement fédéral était conscient des difficultés liées au coût de la vie auxquelles sont confrontés de nombreux ménages et qu'il prenait des mesures pour réduire les coûts et aider un plus grand nombre de personnes à améliorer leur situation. Plusieurs d'entre eux ont toutefois réitéré l'opinion selon laquelle ce concept n'était pas suffisamment détaillé, indiquant qu'ils ne pensaient donc pas que cette publicité leur donnerait davantage d'espoir ou les rendrait plus optimistes quant à leur propre situation financière.

Les participants du groupe composé de résidents du corridor Calgary-Edmonton et de l'Île-du-Prince-Édouard se sont vu informer que le concept comportait à la fois un message principal et un message facultatif (comme on le voit ci-dessous) :

Message principal : Le gouvernement du Canada réduit les coûts – pour nous permettre de progresser.

Message facultatif : Le gouvernement du Canada aide à réduire les coûts – pour nous permettre de progresser.

À la question de savoir lequel des deux messages ils préféraient, les participants ont exprimé des opinions partagées. Parmi ceux à qui le message principal avait plu, on estimait qu'il était plus facile à comprendre, bon nombre d'entre eux étant d'avis que « réduit les coûts » (était plus encourageant que « aide à réduire les coûts », qu'ils jugeaient moins précis. Parmi les participants ayant indiqué préférer le message facultatif, on était d'avis que l'emploi du mot « aider » était plus positif et porteur d'espoir, un certain nombre d'entre eux estimant qu'il favorisait un sentiment d'appartenance collective et nous informait que le gouvernement du Canada ferait tout son possible pour venir en aide aux ménages peinant à faire face au coût de la vie.

Les participants du groupe de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu informer que le message principal de la version française du concept était le suivant :

VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter ». VO : « En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches... pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. »

À la question de savoir ce qu'on entendait par « progresser et bâtir votre avenir », un certain nombre de participants ont dit croire que cela faisait allusion aux mesures prises par le gouvernement fédéral pour aider à rendre la vie des Canadiens plus abordable et aider davantage de ménages à parvenir à améliorer leur situation financière afin qu'ils disposent d'un surplus d'argent à la fin de chaque mois à consacrer à l'épargne ou à d'autres aspects importants de leur vie.

Les participants de tous les groupes se sont vu poser la question de savoir si, selon eux, ce concept les inciterait à consulter le site Web. Tout compte fait, la plupart des répondants ont répondu par l'affirmative, plusieurs d'entre eux exprimant le désir d'en savoir davantage sur les moyens de réaliser

des économies et de rendre leur vie plus abordable. Discutant de la question de savoir s'ils avaient des suggestions pour rendre ce concept plus efficace, un certain nombre de participants ont à nouveau indiqué que, selon eux, davantage de détails devaient être fournis concernant les mesures précises que prendrait le gouvernement pour aider à réduire les coûts dans l'intérêt des Canadiens.

Les participants se sont ensuite vu montrer une version optionnelle du concept initial dans laquelle figurent les mêmes éléments visuels, mais avec une voix hors champ (VO) différente.

Video Storyboard: Working Hard ALT


Open on scene of workers in an everyday job.
VO ALT: You've been working hard - and that hard work should pay off.

Cut to scene showing neighbour offering a hand. Vibe: it's okay to need help.
VO ALT: The Government of Canada is helping lower costs so Canadians can succeed and build a stronger economy.

Cut to family shot with people, happy and relaxed.
VO: With more chances for you and your family to get ahead.

VO: Learn how you could save at Canada.ca/Cost-of-living

Screen fades to black. Canada wordmark | Canada



Reprenant les mêmes images que celles de la version initiale, ce concept propose une voix hors champ différente. La VO pour ce concept est la suivante : « Vous travaillez fort et vos efforts devraient rapporter. Avoir besoin d'aide, c'est correct. Le gouvernement aide à réduire les impôts pour que les Canadiens puissent réussir et bâtir une économie plus forte. Ce qui augmente vos chances et celles de votre famille de progresser. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. »

Les participants du groupe composé de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu présenter une version française légèrement différente de ce concept.

Travailler Fort - ALT 1

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.

VO : Vous travaillez fort – et vos efforts devraient rapporter.

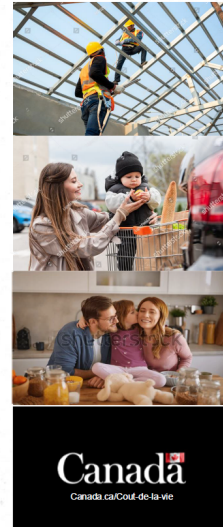
Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.

VO : Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.

VO : Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.
L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie



Ce scénarimage comporte les mêmes images que celles de la version initiale française, avec un texte différent. La narration pour ce concept est la suivante : VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter. Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. »

Si plusieurs participants ont déclaré avoir trouvé la voix hors champ et les messages de cette version plus simples à comprendre et plus directs comparativement au concept initial, un certain nombre d'entre eux ont réitéré leur sentiment selon lequel il fallait fournir davantage de précisions sur les mesures spécifiques qu'avait prises le gouvernement du Canada pour venir en aide aux Canadiens. Certains d'entre eux ont réagi positivement à l'accent qui était mis sur les économies qu'ils pouvaient réaliser, tandis que d'autres ont salué ce qu'ils percevaient comme étant l'objectif principal du concept, à savoir les aider, eux et leurs familles, à améliorer leur situation. Un grand nombre de participants du groupe composé de résidents de la région métropolitaine de Montréal, à qui l'on avait présenté une version française de la voix hors champ mentionnant que le gouvernement du Canada entendait offrir des programmes, des prestations et des crédits d'impôt, était d'avis qu'il s'agissait de la bonne approche à adopter. Parmi ces participants, on était d'avis que des mesures de soutien de cette nature étaient beaucoup plus intéressantes que la réduction d'impôt mentionnée dans la version précédente. Discutant de la question de savoir quel était, selon eux, le message principal de ce concept, la plupart des participants étaient d'avis que le gouvernement fédéral s'efforçait de réduire les coûts pour les Canadiens assidus et de leur offrir davantage de possibilités d'économiser en vue d'atteindre leurs objectifs financiers.

Les participants résidant dans le corridor Calgary-Edmonton et à l'Île-du-Prince-Édouard se sont vu présenter le message principal suivant :

Le gouvernement aide à réduire les impôts pour que les Canadiens puissent réussir et bâtir une économie plus forte. Ce qui augmente vos chances et celles de votre famille de progresser.

À la question de savoir ce qu'on entendait, selon eux, par « progresser », les participants ont largement répondu que cette expression faisait allusion à une situation dans laquelle leur ménage serait en

mesure de gérer sans difficulté ses factures et dépenses mensuelles tout en disposant d'un revenu excédentaire à consacrer à l'épargne-retraite ou à des achats importants tels qu'une propriété. Un certain nombre d'entre eux estimaient qu'être en mesure de « progresser » procurerait également un sentiment de sécurité financière et permettrait à des familles d'accumuler des fonds à consacrer à des urgences plutôt que de vivre d'un chèque de paye à l'autre.

Les participants du groupe de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu informer que le message principal de la version française du concept était le suivant :

VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter. Programmes. Prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. »

Les participants de tous les groupes se sont vu poser la question de savoir si, selon eux, ce concept les inciterait à consulter le site Web. Tout compte fait, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux mentionnant une fois de plus qu'ils seraient désireux d'en savoir davantage au sujet des moyens concrets par lesquels réduire leurs coûts et réaliser des économies dans les années à venir. À la question de savoir s'ils avaient des suggestions à faire pour améliorer ce concept, un certain nombre d'entre eux étaient d'avis qu'outre la fourniture de détails supplémentaires concernant les programmes et prestations qu'offrirait le gouvernement fédéral, le concept devrait présenter un plus grand nombre d'images de Canadiens dans leur milieu de travail. Parmi ces participants, on estimait que des éléments visuels de ce type correspondaient bien au message général de la publicité, selon lequel les efforts doivent être récompensés.

Les participants du groupe de résidents de la région métropolitaine de Montréal se sont vu présenter une version optionnelle de ce concept, avec une variante supplémentaire pour la voix hors champ.



Travailler Fort - ALT 2

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.
VO : Vous travaillez fort.

Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.
VO : Le gouvernement du Canada réduit les impôts pour vous aider.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.
VO : Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première habitation, pour vous aider à bâtir votre avenir.

VO: Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.
L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie

Le scénarimage présente les mêmes images que celles des deux versions françaises précédentes avec un texte légèrement différent. La VO pour ce concept étant la suivante : VO : « Vous travaillez fort. Le gouvernement du Canada réduit les impôts



pour vous aider. Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété pour vous aider à bâtir votre avenir. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie ».

Partageant leurs réactions, bon nombre d'entre eux ne croyaient pas que ce concept s'appliquait à leur situation, principalement parce qu'ils estimaient qu'il visait surtout à aider les acheteurs potentiels d'une première propriété (ce que peu de participants ont déclaré être). À la question de savoir quel était, à leur avis, le message principal, la quasi-totalité des participants a dit croire que c'était que le gouvernement prendrait des mesures visant notamment à réduire les impôts afin d'aider un plus grand nombre de Canadiens (et plus particulièrement d'acheteurs d'une première propriété) à progresser et à atteindre leurs objectifs financiers. Lorsqu'on leur a demandé si, à leur avis, le message de ce concept était clair, tous les participants ont répondu par l'affirmative.

En guise d'éclaircissements, les participants se sont vu informer que le message principal de cette publicité était le suivant :

« Vous travaillez fort. Le gouvernement du Canada réduit les impôts pour vous aider. Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété pour vous aider à bâtir votre avenir. »

Lorsqu'on leur a demandé s'ils s'attendaient à ce que cette publicité les incite à consulter le site Web s'ils y étaient exposés en ligne, très peu d'entre eux ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux réaffirmant que les messages portant sur les aides offertes aux acheteurs d'une première propriété ne leur étaient d'aucun intérêt. Discutant de moyens par lesquels améliorer ce concept, plusieurs participants étaient d'avis que le passage portant sur la réduction des impôts devrait être supprimé, un certain nombre d'entre eux exprimant à nouveau leur crainte qu'une réduction des impôts n'entraîne une diminution du financement destiné à des programmes sociaux et à des prestations essentielles.

Les participants de tous les groupes se sont vu présenter deux concepts supplémentaires sous forme de messages destinés aux réseaux sociaux. Le premier concept présenté aux participants était le suivant :

Ministère des Finances Canada
Sponsorisé

Vous travaillez fort. Vous devriez donc garder une plus grande partie de votre paye. Nous réduisons les impôts pour vous aider.

VOUS TRAVAILLEZ FORT. NOUS RÉDUISONS LES IMPÔTS.

Gouvernement du Canada / Government of Canada

Canada

CANADA.CA/COUT-DE-LA-VIE

Voyez comment vous pourriez économiser. [Learn More](#)

127 50 Comments

Like Comment Share

Ce concept présente un échantillon de message du ministère des Finances Canada destiné aux réseaux sociaux. Le texte se lit comme suit : « Vous travaillez fort. Vous devriez donc garder une plus grande partie de votre paye. Nous réduisons les impôts pour vous aider. » Sous ce texte figure l'image de deux travailleurs de la construction travaillant à la construction d'une structure sur un chantier. Superposée à cette image figure en haut à droite une zone de texte dans laquelle figure en blanc sur fond noir le message « Vous travaillez fort. Nous réduisons les impôts. » Sous l'image figure une bannière blanche avec le mot-symbole Canada et au bas de ce concept figure la phrase d'accroche « Voyez comment vous pourriez économiser. » En bas à droite du concept, il y a également un bouton « En savoir plus » sur lequel les utilisateurs peuvent cliquer.

Bon nombre de participants ont réagi positivement à cette publicité, plusieurs d'entre eux affirmant qu'elle allait droit au but, et que l'on comprenait immédiatement que le concept était centré sur la réduction des impôts. L'importance qu'accordait le concept aux travailleurs et au dur labeur a été saluée par bon nombre de participants estimant que ce message trouverait particulièrement écho auprès des personnes travaillant actuellement à temps plein et qui peinent malgré tout à joindre les deux bouts. Quelques-uns d'entre eux se demandaient toutefois si l'importance qu'accordait la publicité aux travailleurs laissait entendre que ceux qui étaient actuellement sans emploi ou qui étaient à la retraite ne pourraient pas bénéficier de ces aides. Un petit nombre d'entre eux étaient également d'avis que bien qu'elles puissent apporter un certain soulagement à court terme, les mesures visant

notamment à réduire les impôts ne contribueraient pas à elles seules à réduire le coût de la vie et à rendre cette dernière plus abordable dans l'intérêt des Canadiens.

À la question de savoir si ce concept les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants des groupes composés de particuliers résidant à l'Île-du-Prince-Édouard et dans le corridor Calgary-Edmonton ont répondu par l'affirmative. Toutefois, peu de participants résidant dans la région métropolitaine de Montréal considéraient que cette publicité leur serait d'un quelconque intérêt, un certain nombre d'entre eux étant d'avis que les réductions d'impôts ne constituaient pas une approche efficace pour réduire le coût de la vie. À la question de savoir s'ils avaient des idées à suggérer pour améliorer ce concept, un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que des précisions pourraient être fournies sur la nature précise des impôts que les Canadiens pourraient s'attendre à voir diminuer grâce à cette initiative.

Les participants se sont ensuite vu présenter le concept suivant :



Ce concept présente un échantillon de message du ministère des Finances Canada destiné aux réseaux sociaux. Dans la partie supérieure du message figurent les mots « Vous travaillez fort. Grâce au Régime canadien de soins dentaires, il est facile de prendre soin de votre hygiène dentaire. » Sur l'image principale de ce concept figure une jeune fille sur une chaise de dentiste en train de sourire alors qu'un dentiste examine ses dents. À gauche de cette image figure une zone de texte dans laquelle figurent en blanc sur fond noir les mots « Vous travaillez fort. Nous vous aidons à couvrir les frais dentaires. » Sous l'image figure une bannière blanche avec le mot-symbole Canada et au bas de ce concept figure la phrase d'accroche « Voyez comment vous pourriez économiser. » En bas à droite du concept, figure également un bouton « En savoir plus » sur lequel les utilisateurs peuvent cliquer.

Dans l'ensemble, la plupart des participants ont exprimé des commentaires positifs concernant ce concept, bon nombre d'entre eux louant le fait qu'il soit expressément centré sur le Régime canadien de soins dentaires (RCSD). Plusieurs d'entre eux étaient d'avis que le RCSD constituait un programme très avantageux pour les personnes ne bénéficiant d'aucune couverture dentaire par l'entremise de leur employeur et estimaient qu'il était important que le gouvernement fasse la promotion de cette initiative en tant que moyen par lequel les Canadiens pourraient réaliser des économies sur leurs frais dentaires et ceux de leurs proches. Un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que cette publicité était à la fois visuellement attrayante et faisait écho à leur propre situation, certains d'entre eux affirmant qu'ils recommanderaient probablement le RCSD à des amis ou à des membres de leur famille ne bénéficiant pas d'une couverture dentaire ou peinant à faire face au coût de la vie.

Décrivant ce qu'ils considéraient comme étant le message principal de ce concept, un certain nombre de participants étaient d'avis qu'il visait à faire savoir aux Canadiens que le gouvernement fédéral avait instauré certains programmes, dont le RCSD, pouvant avoir une incidence bénéfique sur leur santé et leur bien-être personnel ou ceux de leurs proches. À la question de savoir si cette publicité les inciterait à consulter le site Web, un grand nombre d'entre eux a répondu par l'affirmative, soit pour en savoir plus sur les démarches nécessaires à effectuer pour pouvoir bénéficier de ce programme ou pour chercher de l'information pouvant être utile à des membres de leur famille ou à des amis. En définissant des moyens de rendre cette publicité plus efficace, un certain nombre de participants étaient d'avis que toute allusion au dur labeur devait être supprimée, considérant que l'initiative que constitue le RCSD devait être promue aussi bien auprès des travailleurs que des non-travailleurs et que certaines personnes sans emploi pourraient être démotivées par toute allusion au travail. Il a également été suggéré que davantage d'informations soient fournies sur les conditions d'admissibilité, afin que les personnes exposées à cette publicité puissent immédiatement déterminer si le RCSD s'applique à leur situation. Quelques participants ont recommandé de remplacer le fond noir de la zone de texte par une couleur plus vive, estimant que cette modification capterait davantage l'attention des utilisateurs naviguant sur des plateformes numériques.

Les participants résidant dans le corridor Calgary-Edmonton et à l'Île-du-Prince-Édouard se sont vu présenter des captures d'image du site Web vers lequel ceux qui prendraient connaissance de ces concepts publicitaires seraient dirigés en cliquant sur l'adresse URL (Canada.ca/Cout-de-la-vie).

Réduire vos coûts et vous aider à aller de l'avant

Voici comment le gouvernement du Canada vous aide à réduire vos coûts et à en avoir plus pour votre argent.

- ▶ [L'Allocation canadienne pour l'épicerie et les besoins essentiels \(anciennement le crédit pour la TPS\)](#)
- ▶ [Des repas à un plus grand nombre d'enfants d'âge scolaire](#)
- ▶ [Élimination de la redevance fédérale sur les combustibles imposée aux consommateurs](#)
- ▶ [Élargissement de la couverture des soins dentaires et de l'assurance-médicaments](#)
- ▶ [Laissez-passer Un Canada fort : les voyages et le patrimoine à moindre coût](#)
- ▶ [Réduction d'impôt et production automatisée des déclarations de revenus](#)
- ▶ [Abordabilité des services d'apprentissage et de garde des jeunes enfants](#)
- ▶ [Réduire les coûts de transport](#)
- ▶ [Prestation canadienne pour les personnes handicapées](#)
- ▶ [Augmentation salariale la plus importante en une génération pour les Forces armées canadiennes](#)
- ▶ [Financer ses études et démarrer sa carrière](#)
- ▶ [Aide pour les acheteurs d'une maison](#)
- ▶ [Économisez sur le chauffage de votre maison](#)

Économies sur les produits de tous les jours

- [À l'épicerie](#)
- [Dans votre communauté isolée du Nord](#)
- [Cessez de payer trop — changez de fournisseur](#). Cette page Web porte entre autres sur les services qu'offrent les fournisseurs de services de téléphonie cellulaire, d'Internet et de télévision et les services bancaires.
- [Économisez sur vos factures d'énergie résidentielles](#)

Tirer le maximum de votre argent

Le gouvernement dispose d'un ensemble d'outils qui aident à trouver un logement, à établir un budget, à effectuer des opérations bancaires, à transférer des fonds, à souscrire une assurance et à planifier ses finances à différentes étapes de la vie.

[Gérer votre argent](#)

Plusieurs crédits, prestations et programmes sont offerts lorsque vous produisez votre déclaration de revenus. Il peut être nécessaire de faire une demande pour certaines prestations et certains crédits, alors que d'autres peuvent être demandés lorsque vous produisez votre déclaration de revenus.

[Chaque dollar compte](#)

Évitez les arnaques et les fraudes

Certaines arnaques sont faciles à repérer, tandis que d'autres ne le sont pas. De nombreux arnaqueurs et fraudeurs tentent d'imiter les services du gouvernement afin d'avoir accès à vos renseignements personnels et financiers. Ne prenez pas de risques en cliquant sur des liens suspects ou non officiels.

[Apprenez les signes d'une arnaque pour vous protéger des fraudeurs](#)

Deux captures d'écran du site Web du gouvernement du Canada portant sur le coût de la vie sont montrées. La capture d'écran de gauche présente une image du drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada ». Directement sous cette image figure une barre de recherche dans laquelle les utilisateurs peuvent saisir l'information qu'ils recherchent. Sous cette barre de recherche se trouve une icône intitulée « Menu » avec une flèche de menu déroulant. Sous cette icône figure le texte Canada.ca > ministère des Finances du Canada > Campagnes et promotions. Sous ce texte, en caractères gras, figure le texte suivant : « Réduire les coûts et vous aider à progresser. » et « Voici comment le gouvernement du Canada aide à réduire vos coûts et à tirer le meilleur parti de votre argent. » Sous ce texte figurent des sous-sections déroulantes pour de nombreux domaines, à savoir : La réduction des impôts, la suppression de la redevance fédérale sur les combustibles exigée des consommateurs, l'élargissement des soins dentaires et de l'assurance médicaments, la réduction des coûts de transport, la prestation canadienne pour personnes handicapées, la plus importante augmentation salariale au sein des Forces armées canadiennes en une génération, les frais à payer pour les études et pour amorcer votre carrière et l'aide destinée aux acheteurs d'une propriété. La deuxième capture d'écran présente de l'information supplémentaire sous les en-têtes respectifs : Économiser sur des articles d'usage quotidien, Tirer le meilleur parti de votre argent, Conseils pour éviter les arnaques et la fraude, et Commentaires.

La quasi-totalité des participants a réagi positivement, bon nombre d'entre eux déclarant qu'il était facile de s'y retrouver et qu'il contenait une multitude d'informations sur les moyens dont disposent les Canadiens pour économiser de l'argent et réduire leur propre coût de la vie. Plusieurs participants étaient d'avis que le site Web était bien organisé et ont loué le fait qu'il présente différentes façons dont les particuliers peuvent réaliser des économies à l'aide de menus déroulants pour chaque sujet.

Un certain nombre d'entre eux se sont dit surpris de la quantité de moyens d'économiser proposés, et ont indiqué avoir un intérêt particulier pour les sujets portant sur des moyens de réaliser des économies sur les produits d'épicerie, de rendre l'accès à la propriété plus abordable et sur les mesures à prendre pour réduire leurs dépenses de téléphonie mobile. Quelques participants étaient d'un autre avis, indiquant qu'ils avaient été dépassés par la quantité d'informations fournies et que selon eux, le nombre d'en-têtes pourrait être réduit. À la question de savoir quelles améliorations pourraient être apportées au site Web, les participants ont mentionné l'incorporation d'une foire aux

questions ainsi que de renseignements précis sur les moyens par lesquels les locataires peuvent économiser (outre les aides destinées aux acheteurs potentiels d'une propriété).

Textes sur l'abordabilité (travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario)

Les participants du groupe composé de travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario se sont vu informer qu'ils seraient appelés à examiner les textes d'une potentielle courte publicité vidéo conçue par le gouvernement du Canada aux fins de diffusion sur les réseaux sociaux et plateformes numériques. Chaque texte leur a été lu deux fois de suite. Le premier texte présenté aux participants (et traduit librement de l'anglais) était le suivant :

Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez.

En offrant des programmes et des prestations pour aider à réduire les coûts, nous mettons plus d'argent dans vos poches...

Pour vous permettre de progresser.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

Les réactions à ce texte ont pour la plupart été positives, un certain nombre de participants jugeant qu'il était bien écrit et qu'il les inciterait à vouloir en savoir plus en consultant le site Web. Si un petit nombre d'entre eux estimait que le texte ne comportait pas suffisamment de détails sur les programmes et prestations qui seraient offerts par le gouvernement du Canada, d'autres étaient d'avis que c'était intentionnel et qu'il s'agissait d'un moyen efficace de piquer la curiosité des Canadiens et de les inciter à consulter le site Web pour obtenir de plus amples renseignements. À la question de savoir si ce texte était, à leur avis, accrocheur et s'il les rejoignait personnellement, tous les participants ont répondu par l'affirmative, bon nombre d'entre eux déclarant qu'ils seraient désireux de bénéficier de tout programme ou de toute prestation qui leur permettrait de réduire leurs propres coûts. Un certain nombre d'entre eux ont fait savoir que le coût élevé de la vie préoccupait un grand nombre de Canadiens, y compris eux-mêmes, ces derniers temps, et estimaient que cette publicité et l'idée générale d'aider davantage de personnes à s'en sortir auraient une grande pertinence pour de nombreux ménages à faible et moyen revenu à travers le pays.

Lorsqu'on leur a demandé quel était, à leur avis, le message principal de ce texte, plusieurs participants étaient d'avis qu'il visait à communiquer le fait que de nombreuses familles avaient été impactées par les enjeux que sont notamment la forte inflation et la hausse du coût de la vie ces dernières années, et que le gouvernement fédéral était conscient de ces difficultés et s'efforçait de trouver des solutions pour permettre aux Canadiens de conserver davantage d'argent dans leurs poches. À la question de savoir si ce texte les inciterait à consulter le site Web pour en savoir plus au sujet des programmes et prestations offerts, bon nombre de participants ont répondu par l'affirmative.

Discutant de moyens de rendre cette publicité plus efficace, quelques participants estimaient que des statistiques supplémentaires pourraient être fournies (notamment sur le taux d'inflation au cours des dernières années) pour mieux faire comprendre les difficultés auxquelles font face les Canadiens, tandis qu'un petit nombre d'entre eux étaient d'avis que de l'information supplémentaire pourrait être fournie détaillant les programmes et prestations offertes par le gouvernement du Canada.

Le deuxième texte (traduit librement de l'anglais) présenté aux participants était le suivant :

Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.

Le gouvernement du Canada réduit les impôts et met plus d'argent dans vos poches...

... afin d'augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

Bon nombre de participants ont positivement réagi à ce texte, estimant qu'il était bien écrit, concis et qu'il faisait écho aux difficultés auxquelles de nombreux Canadiens étaient actuellement confrontés. Un certain nombre d'entre eux ont tout particulièrement loué le passage sur la réduction des impôts, certains d'entre eux affirmant qu'une augmentation des taux d'imposition était problématique pour les travailleurs de métiers spécialisés et qu'elle pourrait souvent les dissuader d'accomplir des heures supplémentaires ou d'accepter d'autres projets en raison des impôts supplémentaires qu'ils seraient susceptibles de devoir payer en raison d'une telle augmentation. À la question de savoir s'ils trouvaient le texte accrocheur, tous ont répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux estimant que l'incorporation de phrases comme « vous travaillez fort » donnait l'impression que la publicité leur était expressément destinée et faisait écho à leur propre situation.

Décrivant ce qu'ils percevaient comme étant le message principal de ce texte, la plupart des participants étaient d'avis qu'il visait à faire savoir que le gouvernement du Canada était là pour aider les personnes qui travaillent fort et qui éprouvent actuellement des difficultés à progresser et à bâtir leur avenir. Approfondissant leur point de vue, quelques-uns d'entre eux étaient d'avis que le texte cherchait à faire savoir que le dur labeur devrait rapporter et que le gouvernement fédéral prendrait des mesures pour veiller à ce que les personnes travaillant le plus dur tirent davantage de bénéfices financiers de leur travail, notamment en réduisant les impôts et en proposant d'autres programmes visant à rendre la vie plus abordable dans les années à l'avenir. À la question de savoir si, selon eux, cette publicité les inciterait à consulter le site Web, la quasi-totalité d'entre eux a répondu par l'affirmative, un certain nombre d'entre eux indiquant qu'ils seraient désireux de savoir comment réduire le montant d'impôts qu'ils paient à l'avenir.

Les participants se sont ensuite vu présenter le troisième texte (traduit librement de l'anglais) suivant et informer qu'il différait légèrement du premier texte qu'ils avaient étudié.

Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent...

... peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez.

Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété...

... pour vous permettre de progresser.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

Réagissant à ce texte, bon nombre de participants ont dit avoir l'impression qu'il s'agissait en quelque sorte d'une répétition du précédent message qui leur avait été communiqué par le gouvernement fédéral et n'étaient pas d'avis qu'il leur fournissait de nouvelles informations concernant les mesures qui étaient prises pour rendre la vie des Canadiens plus abordable. Si quelques-uns d'entre eux ont déclaré que la mention du soutien pour les acheteurs d'une première propriété les interpellait, d'autres participants, ayant déjà accédé à la propriété, ne considéraient pas cette information pertinente ou qu'elle les inciterait à vouloir se renseigner davantage. On était également d'avis que l'absence, dans ce texte, de mention directe des programmes et des prestations offerts risquerait de réduire le nombre de personnes désireuses de consulter le site Web en voyant cette publicité en ligne.

À la question de savoir quel était, selon eux, le principal message de cette publicité, la plupart des participants estimaient qu'il visait à faire savoir que le gouvernement s'efforçait de réduire les impôts des travailleurs et cherchait à aider les éventuels acheteurs d'une première propriété à accéder au marché immobilier. À la question de savoir si ce texte les inciterait à consulter le site Web, peu de participants ont répondu par l'affirmative, et un certain nombre d'entre eux ont réaffirmé que le texte ne fournissait que très peu de nouvelles informations ou de raisons de cliquer sur l'URL pour se renseigner davantage. En décrivant des moyens d'augmenter l'efficacité de ce texte, quelques participants étaient d'avis que les mots « voyez comment vous pourriez économiser » devraient figurer plus tôt dans la publicité, estimant que cela contribuerait dès le début à capter l'attention des personnes exposées à la publicité. Il a également été suggéré que plutôt que de parler de réductions d'impôts sur les chèques de paye, le texte ne devrait parler que de réductions d'impôts, certains participants estimant que cela trouverait écho auprès d'un plus grand nombre de Canadiens.

Les participants se sont ensuite vu informer que l'une des principales différences entre les textes qui leur avaient été présentés résidait dans les premières lignes. Gardant ceci à l'esprit, ces derniers se sont vu fournir les deux variantes utilisées au tout début de la publicité et inviter à choisir laquelle de ces variantes était la plus efficace :

Option 1 : Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez.

Option 2 : Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.

Tous les participants étaient d'avis que l'option 2 était la plus efficace des deux, plusieurs d'entre eux estimant qu'elle était plus concise et que le message portant sur le dur labeur et affirmant que celui-ci devrait rapporter trouverait un écho auprès d'un plus grand nombre de téléspectateurs. Se focalisant sur l'Option 1, un certain nombre d'entre eux était d'avis que le langage de cette version, qu'ils



percevaient comme étant plus léger et plus entraînant, s'avérerait moins efficace pour capter l'attention du public et faire comprendre la gravité des difficultés financières auxquelles étaient actuellement confrontés bon nombre de Canadiens.

Les participants se sont ensuite vu présenter l'image suivante réunissant les trois textes et inviter à choisir la version qui leur semblait la plus efficace :

TEXTE A

Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez...

En offrant des programmes et des prestations pour aider à réduire les coûts, nous mettons plus d'argent dans vos poches...

Pour vous permettre de progresser.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

TEXTE B

Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.

Le gouvernement du Canada réduit les impôts et met plus d'argent dans vos poches...

...afin d'augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

TEXTE C

Pouvoir conserver une plus grande partie de votre argent...

...peut vous aider à bâtir l'avenir auquel vous aspirez.

Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété...

...pour vous permettre de progresser.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

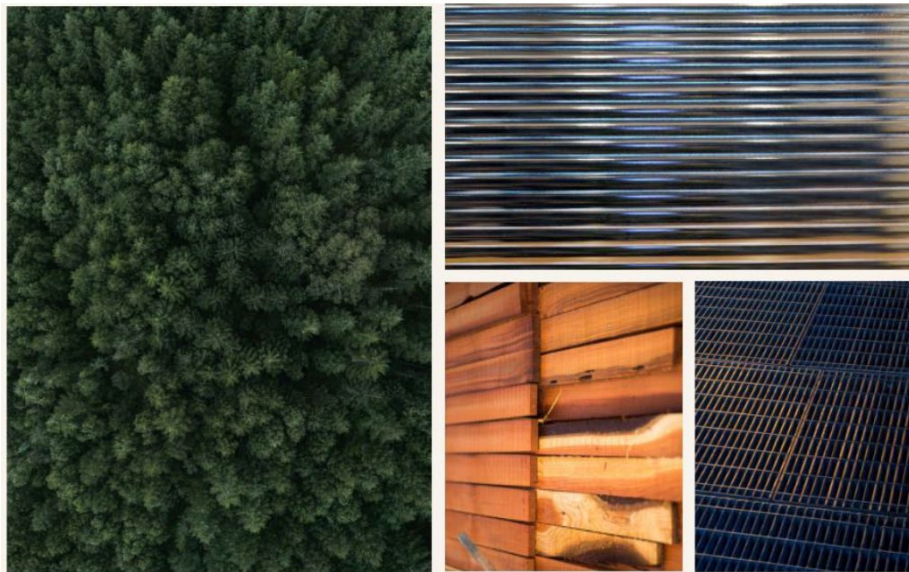
Une image est fournie des trois textes réunis et respectivement intitulés Texte A, Texte B, Texte C.

Tout compte fait, un nombre légèrement plus important d'entre eux ont choisi le Texte B par rapport à ceux qui ont choisi le Texte A, aucun participant n'ayant choisi le Texte C. Parmi ceux qui avaient choisi le Texte B, on estimait que la formulation retenue pour ce concept, en particulier concernant le fait de travailler fort, était la plus efficace. Bon nombre de participants étaient en outre d'avis que ce type de message capterait l'attention d'un grand nombre de travailleurs canadiens peinant actuellement à faire face au coût de la vie. Parmi ceux qui avaient choisi le Texte A, on estimait que cette version plairait probablement à un plus large éventail de Canadiens, y compris ceux qui ne travaillaient pas actuellement ou dont la vie active était terminée. À la question de savoir quelle version les inciterait davantage à consulter le site Web, là encore, les participants étaient légèrement plus nombreux à avoir choisi le Texte B que ceux qui avaient choisi le Texte A.

Campagne de soutien D'EDSC en réponse aux droits de douane (travailleurs touchés pas des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, membres de la population générale de la Colombie-Britannique)

Les participants de trois groupes ont tenu des discussions portant sur deux concepts publicitaires qui avaient été créés par Emploi et Développement social Canada pour promouvoir les programmes et mesures de soutien que le gouvernement fédéral entendait offrir aux travailleurs et entreprises canadiens qui avaient été touchés par des droits de douane. Les participants se sont vu informer que le texte associé à une vidéo de 30 secondes, qui pourrait éventuellement être diffusée sur les réseaux sociaux, sur les plateformes numériques et à la télévision, leur serait lu et qu'on leur présenterait des exemples d'images qui pourraient figurer dans le produit final. On a également précisé aux participants qu'une fois produite, la vidéo définitive comporterait des images et la voix d'un narrateur ou d'une narratrice qu'on entendrait prononcer les mots du texte. Les concepts ont été présentés aux participants dans un ordre différent en fonction de chaque groupe.

Pour le concept intitulé « Matériaux naturels et transformés » qui visait à mettre en valeur les matériaux naturels et transformés produits au Canada, les participants se sont vu présenter les images suivantes :



Un regroupement d'images montrant toutes des matériaux naturels ou transformés produits au Canada leur a été fourni. Dans la moitié gauche du concept figure l'image aérienne d'une forêt luxuriante et verdoyante. Dans le quadrant supérieur droit figurent des matériaux en acier, tandis que dans le quadrant inférieur droit figure une image de boiserie et celle d'une grille en acier.

Pendant le visionnement des images décrites ci-haut, les participants se sont vu lire le texte suivant deux fois de suite :

Les travailleurs et les entreprises du Canada sont le fondement de notre économie. Lorsque les droits de douane frappent, ils relèvent le défi en innovant, en s'adaptant et en allant de l'avant.

Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Bâtissons ensemble un Canada fort.

Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane

Les réactions des participants à ce concept et à ce texte ont pour la plupart été positives, plusieurs d'entre eux estimant que cette publicité serait efficace pour capter l'attention de ceux qui y seraient exposés et rallier les Canadiens autour d'un objectif commun, soit celui de bâtir une économie canadienne plus forte et plus résiliente. La description des travailleurs et des entreprises canadiens comme étant le fondement de l'économie a plu à un certain nombre de participants qui ont déclaré se sentir enhardis par l'idée que les Canadiens unissent leurs efforts en réponse aux droits de douane américains. On était d'avis qu'un message de ce type s'avérerait motivant pour le nombre croissant de particuliers et d'entreprises qui, selon toute vraisemblance, éprouvaient actuellement un sentiment d'incertitude et de l'anxiété quant à leur avenir économique. On était d'avis que les images en lien avec certains secteurs importants, dont ceux de la foresterie et de la sidérurgie, contribuaient à insuffler un sentiment de fierté à l'égard de l'économie canadienne, en mettant en évidence les domaines dans lesquels on estimait que les travailleurs et les entreprises canadiens excellaient. Plusieurs participants des groupes composés de travailleurs touchés par les droits de douane résidant respectivement au Nouveau-Brunswick et au Québec considéraient que cette publicité s'adressait à eux et étaient d'avis qu'elle trouverait un écho favorable auprès d'autres personnes travaillant dans des secteurs touchés par les droits de douane. Un certain nombre de participants du groupe composé de résidents de la C.-B. ont exprimé des opinions quelque peu différentes au sujet de ce concept, estimant que même si le texte était bien rédigé, davantage de renseignements devaient être fournis concernant les programmes de recyclage professionnel que mettrait en place le gouvernement du Canada et les travailleurs et secteurs à qui ils seraient offerts.

À la question de savoir à qui cette publicité était destinée, la plupart des participants étaient d'avis qu'elle ciblait principalement les travailleurs et entreprises qui avaient été touchés par des droits de douane ainsi que les personnes qui avaient récemment été mises à pied ou avaient été confrontées à d'autres perturbations dans leur vie professionnelle en raison de ces mesures. Un certain nombre d'entre eux estimaient que cette publicité pourrait s'adresser à tous et étaient d'avis que quiconque souhaitant en savoir davantage sur la situation relative aux droits de douane américains et la réponse

du gouvernement du Canada pourrait avoir intérêt à consulter le site Web pour obtenir plus d'informations.

Décrivant ce qu'ils considéraient comme étant le message principal de ce concept, bon nombre d'entre eux estimaient qu'il visait à rassurer les Canadiens sur le fait que le gouvernement fédéral avait un plan pour répondre aux droits de douane américains et que, même si des défis économiques pouvaient se dessiner à l'horizon, des mesures étaient prises (telles que l'introduction de nouveaux programmes de recyclage professionnel) pour protéger les travailleurs et les entreprises touchés par des droits de douane. Un certain nombre de personnes estimaient également que cette publicité visait à renforcer le sentiment d'unité entre les Canadiens et à encourager les gens à unir leurs efforts pour bâtir une économie canadienne plus forte dans les années à venir. À la question de savoir s'il y avait, selon eux, des aspects du concept qui manquaient de clarté ou qui prêtaient à confusion, si quelques participants souhaitaient avoir de plus amples détails sur les programmes de recyclage professionnel et sur les personnes qui y seraient admissibles, la quasi-totalité d'entre eux étaient d'avis que le message de la publicité était clair et facile à comprendre.

Discutant des sentiments que ce concept publicitaire suscitait en eux au sujet des mesures que prenait le gouvernement du Canada en réponse aux droits de douane, la plupart des participants étaient d'avis qu'il était sur la bonne voie et se sont exprimés en faveur de cette approche. Plusieurs d'entre eux étaient d'avis que cette publicité exposait de manière efficace les mesures qui étaient actuellement prises pour directement remédier à ce problème, et un certain nombre d'entre eux ont indiqué se sentir rassurés de savoir que le gouvernement s'employait à venir en aide aux travailleurs et aux entreprises qui avaient jusqu'ici été touchées par des droits de douane. Plusieurs participants ont en outre indiqué que cette publicité les avait amenés à se sentir davantage concernés par la question des droits de douane américains et estimaient qu'elle avait réussi à faire comprendre aux Canadiens que tout le monde était confronté à ces difficultés économiques. Parmi les participants dont les réactions avaient été plus incertaines, quelques-uns se demandaient si ces mesures suffiraient à contrer les difficultés économiques importantes engendrées, selon eux, par les droits de douane américains, estimant qu'il serait difficile pour le gouvernement canadien de remédier efficacement à ce problème étant donné la taille nettement supérieure de l'économie américaine. On était également d'avis que 50 000 formations de recyclage professionnel ne suffiraient pas à aider le nombre important de travailleurs canadiens qui, de l'avis des participants, seraient touchés à long terme par les droits de douane.

À la question de savoir si cette publicité capterait leur attention s'ils y étaient exposés sur un site Web, les réseaux sociaux ou à la télévision, si la quasi-totalité des participants des groupes composés de travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick et au Québec a répondu par l'affirmative, aucun participant du groupe de résidents de la Colombie-Britannique n'estimant que cette publicité retiendrait leur attention. Parmi ceux qui avaient indiqué qu'ils la remarqueraient, un certain nombre de participants ont réitéré leur opinion selon laquelle cette dernière semblait s'adresser directement à eux et leur donnait l'assurance que le gouvernement du Canada prenait des mesures pour remédier à ce problème. Plusieurs participants parmi ceux qui n'étaient pas d'avis que cette publicité attirerait leur attention trouvaient que les images présentant des matériaux naturels et transformés n'étaient pas visuellement attrayantes, un certain nombre d'entre eux étant également



d'avis que les programmes de recyclage professionnels sur lesquels se focalisait la publicité n'étaient pas pertinents au regard de leur situation. À la question de savoir s'il était probable qu'ils consultent le site Web pour en savoir davantage après avoir vu cette publicité, un grand nombre de participants du groupe composé de résidents du Nouveau-Brunswick et du Québec ont répondu par l'affirmative.

Se concentrant sur la composante de la publicité dans laquelle le narrateur affirme que « *le gouvernement du Canada est là pour aider avec les mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi* », les participants se sont vu poser la question de savoir quelle serait leur réaction si le narrateur disait plutôt : « *Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures prévoyant l'assouplissement des conditions d'admissibilité à l'assurance-emploi et la prolongation des prestations, ainsi que des mesures régionales en réponse aux droits de douane.* » La quasi-totalité des participants a exprimé une préférence pour la version optionnelle, bon nombre d'entre eux estimant qu'elles fournissaient un plus grand nombre de détails concrets concernant les mesures que prenait le gouvernement du Canada. On était également d'avis que les programmes relatifs à l'assurance-emploi étaient davantage connus des Canadiens comparativement aux programmes de recyclage professionnel et que cette formulation serait donc probablement plus efficace.

Discutant de moyens plus efficaces par lesquels la publicité pourrait faire connaître les initiatives que prend le gouvernement du Canada pour venir en aide aux travailleurs et employeurs canadiens touchés par des droits de douane, un certain nombre de participants étaient d'avis que plutôt que d'employer les mots « *prévenir les pertes d'emploi* » la publicité devrait plutôt parler de « *limiter les pertes d'emploi* », estimant qu'il s'agissait d'un moyen plus positif de présenter cette question. Quelques-uns d'entre eux étaient d'avis que le chiffre 50 000 devrait être supprimé de la composante portant sur les programmes de recyclage professionnel, estimant que cela pourrait indiquer au public que ces programmes n'étaient offerts qu'en quantité limitée.

Les participants se sont ensuite vu présenter deux messages potentiels destinés aux réseaux sociaux qui avaient été conçus comme éléments de ce concept.



Deux messages destinés aux réseaux sociaux sont présentés côte à côte. Chacun d'eux est identifié comme ayant été publié par le compte d'EDSC. Sur le concept de gauche figurent les mots « Soutien aux travailleurs et aux employeurs touchés par des droits de douane » en grosses lettres blanches sur fond anthracite presque noir. Dans le tiers droit de ce concept figure l'image de tuyaux en acier. Au bas de l'image à droite figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende pour ce message se lit comme suit : « Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. » Sur le concept de droite dans une zone de texte figurent les mots « Aider le Canada à rester fort face aux droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc. Le texte figure dans le coin gauche de ce message, le reste du message étant occupé par une image en gros plan de revêtement en bois. Au bas de l'image à gauche figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende de ce message se lit comme suit : « Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. »

Dans l'ensemble, les participants ont pour la plupart positivement réagi à ces concepts, bon nombre d'entre eux exprimant une préférence pour la version parlant d' « aider le Canada à rester fort face aux droits de douane ». Dans le prolongement de cette réflexion, un certain nombre de participants estimaient que le message parlant de fournir « un soutien aux travailleurs et aux employeurs touchés par les droits de douane » était trop restrictif et que de nombreux utilisateurs des réseaux sociaux ne



s'arrêteraient probablement pas à cette publicité s'ils n'appartenaient pas à cette catégorie. Il était toutefois largement admis que le message de fermeté face aux droits de douane séduirait un grand nombre de Canadiens, car il leur donnerait l'assurance que le gouvernement fédéral prenait des mesures décisives pour contrer et atténuer l'impact des droits de douane américains. Parmi le petit nombre de participants (tous issus des groupes composés de travailleurs touchés par les droits de douane au Nouveau-Brunswick et au Québec) se sentant interpellés par le message de soutien aux travailleurs et aux employeurs touchés par les droits de douane, on estimait que cette formulation était plus précise et faisait davantage écho à leur propre situation.

À la question de savoir quel était, selon eux, le message global de ces concepts, bon nombre de participants estimaient qu'il visait à rassurer les Canadiens quant au fait que le gouvernement fédéral s'opposait aux droits de douane américains et prendrait des mesures pour aider les travailleurs et les entreprises touchés. Un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que les images liées aux matériaux naturels et transformés, tels que le bois d'œuvre et l'acier, indiquaient également que le gouvernement du Canada s'efforceraient de tirer parti de la vaste gamme de ressources naturelles du pays pour stimuler la croissance économique dans les années à venir.

À la question de savoir si cette annonce les inciterait à consulter le site Web, une fois de plus, un grand nombre de participants des groupes composés de travailleurs touchés par des droits de douane ont répondu par l'affirmative, tandis que peu de participants des groupes composés de résidents de la C.-B. étaient d'avis qu'ils cliqueraient sur l'adresse URL pour en savoir plus. En discutant de moyens par lesquels ces concepts pourraient, selon eux, être améliorés, plusieurs participants estimaient que des images plus percutantes devraient être utilisées, et un certain nombre d'entre eux étaient d'avis que les images de bois d'œuvre et d'acier n'auraient aucun attrait pour le public des réseaux sociaux. On estimait en outre que, plutôt que de se concentrer sur des secteurs particuliers comme le bois d'œuvre et l'acier, les images illustrant ces concepts devraient plutôt présenter un éventail plus large de matériaux naturels et transformés produits au Canada.

En se concentrant sur l'expression « travailleurs et employeurs touchés par les droits de douane », on a demandé aux participants s'il s'agissait, à leur avis, d'une façon appropriée de désigner les Canadiens touchés par des droits de douane ou s'il existait selon eux, une autre façon de décrire ces personnes. Si plusieurs d'entre eux estimaient que l'expression « travailleurs et employeurs touchés par les droits de douane » était appropriée et décrivait fidèlement la situation, un certain nombre de participants étaient d'avis que cette formulation pourrait être élargie pour inclure davantage de personnes, certains suggérant d'utiliser l'expression « Canadiens touchés par des droits de douane ». Quelques-uns d'entre eux se demandaient s'il était vraiment nécessaire d'utiliser des énoncés de ce genre, estimant que tous les Canadiens étaient susceptibles d'être touchés d'une manière ou d'une autre par ces droits de douane et que ces publicités devraient s'adresser à l'ensemble de la population plutôt que de se focaliser principalement sur les travailleurs et les employeurs.

Les participants se sont ensuite vu présenter un projet de panneau publicitaire également créé dans le cadre de ce concept :



Un panneau publicitaire est représenté sur fond nocturne dans une ville où se dressent des gratte-ciel. Sur le côté gauche du panneau figure le texte suivant : « Quand les droits de douane augmentent, nous aidons le Canada à relever le défi » en grosses lettres noires, avec « Découvrez les mesures de soutien à Canada.ca/soutien-droits-de-douane » en petits caractères noirs en dessous. Ces mots figurent sur un fond blanc vif et se superposent à l'image de plus grande taille d'une forêt verdoyante occupant le reste du panneau d'affichage. Au bas de ce dernier, une bannière horizontale blanche comporte le drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada » à gauche, ainsi que le mot-symbole du gouvernement du Canada à droite.

En réaction à ce panneau d'affichage, plusieurs participants ont trouvé que l'image était accrocheuse et estimaient que le vert des arbres combiné au fond blanc des encadrés contribuerait efficacement à capter l'attention des passants. Un petit nombre d'entre eux n'étaient pas du même avis, estimant que les images devaient être plus captivantes et qu'il fallait plutôt utiliser des images dynamiques. Certains ont également fait remarquer qu'en raison de la place importante accordée aux forêts canadiennes dans la conception, certains pourraient initialement croire que ce panneau publicitaire était lié à une initiative concernant l'environnement et le changement climatique plutôt qu'à des mesures de soutien en réponse aux droits de douane. Se focalisant sur le message figurant sur le panneau d'affichage, bon nombre des participants estimaient que celui-ci était succinct et pertinent, et qu'il communiquait de manière efficace le fait que le gouvernement du Canada prenait des mesures pour soutenir les personnes touchées par des droits de douane. Quelques participants ont exprimé un avis différent, estimant qu'à première vue, le message avait été difficile à comprendre, et ont déclaré qu'il leur avait fallu un certain temps pour comprendre ce qu'il cherchait à communiquer.

À la question de savoir si, en marchant ou en conduisant, ils remarqueraient ce panneau publicitaire, la quasi-totalité des participants était d'avis qu'il capterait leur attention, plusieurs d'entre eux étant également d'avis qu'ils le remarqueraient en conduisant. Bien qu'un certain nombre d'entre eux aient réaffirmé que le vert des arbres attirerait probablement leur attention, on estimait que ce panneau publicitaire devrait être placé de manière à ne pas se fondre avec le paysage environnant (comme une

forêt avoisinante ou toute autre forme de verdure). S'ils étaient d'avis qu'ils remarqueraient cette publicité en conduisant sur l'autoroute, quelques participants se demandaient toutefois si le texte (et plus particulièrement l'adresse URL du site Web) serait assez gros pour que les personnes roulant à haute vitesse aient le temps de le lire et de le mémoriser en seulement quelques secondes.

Discutant de la question de savoir s'ils avaient des idées à suggérer pour améliorer ce concept, les participants ont proposé une série de mesures potentielles. Au nombre de celles-ci, l'agrandissement du texte sur le panneau publicitaire afin de le rendre plus lisible pour les automobilistes, le remplacement des mots « aider le Canada » par « aider les Canadiens » et l'ajout d'un code QR renvoyant au site Web que pourraient scanner les personnes passant devant en voiture. On était également d'avis que l'arrière-plan du panneau publicitaire pourrait être modifié de manière à présenter divers types de matériaux naturels ou transformés selon l'emplacement du panneau, et ce, dans le but de mettre en valeur les secteurs et industries qui font la réputation des différentes régions du pays.

Les participants se sont également vu présenter un deuxième concept publicitaire intitulé « Personnes au travail ». Comme pour le premier concept qui leur avait été présenté, les participants ont entamé leur discussion en examinant les images qui pourraient être utilisées pour la publicité définitive.



Ce concept comporte une série de photos de travailleurs canadiens à l'œuvre dans différents secteurs et industries. L'image située à gauche du concept montre un travailleur forestier appuyé contre une imposante pile de rondins et tenant un casque orange dans ses mains, le pied posé sur une scie à chaîne. L'image située dans la partie supérieure centrale du concept montre un travailleur assis sur une imposante tubulure en acier, tandis que l'image de droite montre un travailleur examinant attentivement un imposant cylindre en acier. L'image située au bas du concept à droite montre une travailleuse dans ce qui semble être une usine, maniant une machine lourde, le regard concentré.

Pendant le visionnement des images décrites ci-haut, les participants se sont vu lire le texte suivant deux fois de suite :

Les travailleurs et les entreprises du Canada ont bâti notre pays, avec force et ténacité. Si vous êtes confronté à cette période difficile, vous n'êtes pas seul.

Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Ensemble, nous surmonterons ces difficultés et nous en sortirons plus forts.

Découvrez les mesures de soutien pour les travailleurs et les employeurs touchés par les droits de douane à Canada.ca/rester-fort.

La plupart d'entre eux ont positivement réagi à ce concept et à ce texte, plusieurs d'entre eux estimant facile à comprendre et efficace la manière dont il parlait directement aux Canadiens des défis auxquels les travailleurs et les employeurs étaient confrontés en raison des droits de douane américains, tout en leur assurant que le gouvernement fédéral travaillait d'arrache-pied pour venir en aide à ceux qui avaient été touchés. Un certain nombre de participants ont parlé en termes positifs des images sélectionnées pour illustrer ce concept, estimant que les représentations de particuliers travaillant dur seraient bien accueillies par la population, et plus particulièrement les travailleurs de secteurs touchés par des droits de douane. Quelques-uns d'entre eux estimaient toutefois que plutôt que de mettre principalement en évidence les travailleurs de secteurs comme ceux du bois d'œuvre et de l'acier, cette publicité devrait également présenter des personnes travaillant dans des domaines comme ceux des technologies et de l'intelligence artificielle. Parmi ces participants, on s'attendait à ce que ces domaines contribuent de plus en plus à l'économie canadienne dans les années à venir. Un certain nombre de participants ont en outre réitéré l'opinion selon laquelle le nombre de 50 000 formations de recyclage professionnel était insuffisant et estimaient que cette publicité serait plus efficace si ce chiffre était supprimé.

À la question de savoir à qui s'adressait, selon eux, cette publicité, la plupart des participants étaient d'avis qu'elle ciblait principalement les travailleurs canadiens et plus particulièrement les travailleurs de secteurs impactés par des droits de douane et pour qui l'accès aux programmes de recyclage professionnel offerts par le gouvernement fédéral serait avantageux. Décrivant ce qu'ils percevaient comme étant le message principal de cette publicité, un grand nombre de participants étaient d'avis que le gouvernement du Canada cherchait à rassurer les travailleurs canadiens assidus qu'il était conscient des problèmes auxquels ils étaient confrontés et qu'il prenait des mesures pour les aider à composer avec les difficultés économiques engendrées par les droits de douane.

Discutant de la question de savoir ce qu'ils pensaient des mesures que prenait le gouvernement fédéral en réponse aux droits de douane, les participants ayant exprimé des commentaires positifs concernant ces mesures étaient plus nombreux que ceux qui étaient d'un autre avis. Plusieurs participants estimaient que cette publicité transmettait de manière efficace l'information selon laquelle le gouvernement du Canada avait élaboré un plan pour venir en aide aux travailleurs et entreprises touchées et qu'il s'attachait à minimiser l'impact global des droits de douane américains sur



l'économie canadienne. Certains participants, parmi ceux qui, après avoir vu ce concept, avaient déclaré avoir désormais une impression plus nuancée ou négative de la gestion du gouvernement fédéral relative à cet enjeu, étaient d'avis que cette publicité et l'importance qu'elle accordait aux difficultés rencontrées par les travailleurs et les entreprises laissait entendre que l'on s'attendait à ce que les droits de douane américains restent en vigueur à long terme et qu'il était peu probable qu'un nouvel accord commercial soit conclu avec les États-Unis dans un avenir proche. À cet égard, on était d'avis que le gouvernement du Canada devait en faire beaucoup plus pour établir de nouveaux partenariats commerciaux internationaux afin de remplacer les recettes économiques perdues en raison de cette perturbation des relations entre le Canada et les États-Unis. Quelques-uns d'entre eux ont également fait part de leurs inquiétudes quant à l'efficacité des mesures prises par le gouvernement fédéral (notamment concernant l'offre de programmes de recyclage professionnel), certains estimant que le nombre d'emplois perdus dans des secteurs comme ceux de la construction automobile dépasserait largement les 50 000 formations de recyclage proposées.

Si la plupart d'entre eux estimaient que la publicité était claire et facile à comprendre, quelques participants se demandaient quels seraient les critères d'admissibilité pour ces programmes de recyclage professionnel, dans quels secteurs ces derniers seraient offerts et comment fonctionneraient notamment des initiatives comme le programme de Travail partagé. Un certain nombre d'entre eux étaient en outre d'avis que, pour rejoindre un plus grand nombre de Canadiens, davantage d'informations devaient être fournies quant aux autres mesures que prenait le gouvernement fédéral pour venir en aide aux travailleurs et aux entreprises. À la question de savoir si, en voyant cette publicité à la télévision, sur les réseaux sociaux ou sur un site Web, celle-ci capterait leur attention ou les inciterait à consulter le site Web, la plupart des participants du groupe composé de travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick ont répondu par l'affirmative, un plus petit nombre de participants du groupe de participants du Québec estimant que le site Web leur serait utile. Seulement quelques participants du groupe composé de particuliers résidant en C.-B. ont déclaré qu'ils consulteraient le site Web, la plupart d'entre eux étant d'avis que cette publicité était principalement destinée aux travailleurs et entreprises ayant directement été touchés par des droits de douane.

En se focalisant sur la première ligne du texte portant sur les entreprises et les travailleurs canadiens qui ont bâti notre pays, les participants se sont vu poser la question de savoir ce qu'ils penseraient de remplacer le mot « entreprises » par « employeurs ». Dans l'ensemble, un grand nombre de participants ont indiqué préférer le mot « entreprises » au mot « employeurs », estimant que le mot « entreprises » les incitait davantage à considérer leur lieu de travail comme faisant partie d'une organisation plus vaste, tandis que le mot « employeurs » les amenait à penser davantage aux personnes qui étaient propriétaires des entreprises pour lesquelles ils travaillaient et qui les dirigeaient. Parmi les participants ayant indiqué préférer le mot « employeurs », on était d'avis que cette formulation était plus précise et que le mot « entreprises » était très général et donc moins efficace. Un certain nombre d'entre eux n'ont exprimé de préférence pour aucun des deux termes, estimant qu'ils désignaient essentiellement la même chose et pouvaient donc être interchangeables.

Les participants se sont ensuite vu présenter deux messages pour publication sur les réseaux sociaux en lien avec le concept « Personnes au travail » :



Deux images sont présentées côte à côte. Les deux sont identifiées comme étant des publications d'EDSC. Le message de gauche, qui se lit comme suit : « Nous sommes là pour aider les Canadiens touchés par des droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc est superposé à une plus grande image d'un travailleur maniant un outil électrique duquel sont projetées des étincelles de couleur orange. Au bas de l'image à droite figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende de ce message se lit comme suit : « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. Pour en savoir plus : Canada.ca/rester-fort ». La publication de droite comporte les mots « Donner des moyens d'agir aux travailleurs et aux employeurs touchés par les droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc superposés à l'image d'un travailleur assis sur une imposante poutre d'acier à l'intérieur d'une usine faisant face à la caméra. Le mot-symbole du Canada apparaît dans le coin inférieur droit de la publication. La légende pour ce message se lit comme suit : « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. Pour en savoir plus : Canada.ca/rester-fort ».

Les réactions des participants à ces concepts ont pour la plupart été positives, bon nombre d'entre eux louant tout particulièrement la publication présentant une travailleuse de l'industrie sidérurgique en train d'effectuer un travail de soudure et le message directeur selon lequel le gouvernement était là pour aider les Canadiens. Plusieurs d'entre eux étaient d'avis que ce concept constituerait un message pour réseau social efficace, alliant des éléments visuels accrocheurs à un message facile à comprendre. Discutant de l'autre publication pour réseaux sociaux potentielle présentant l'image d'une travailleuse de l'industrie sidérurgique différente assise sur d'imposants tuyaux en acier, accompagnée du message mentionnant les moyens d'agir offerts aux travailleurs et aux employeurs touchés par des droits de

douane, la quasi-totalité des participants estimait que cette publication était la moins intéressante des deux, un certain nombre d'entre eux mentionnant la position statique de la femme assise (plutôt qu'en pleine activité) comme un facteur défavorable. Plusieurs d'entre eux ont en outre exprimé une préférence pour la notion d'aide exprimée dans la première publication par rapport à l'accent mis sur « l'habilitation » des travailleurs et des entreprises dans la présente version, bon nombre d'entre eux estimant que les mots « donner les moyens » étaient plus subjectifs et moins clairs quant à la nature des moyens offerts. En se focalisant sur les deux concepts dans leur ensemble, un certain nombre de participants était favorable à l'inclusion d'images de femmes au travail dans ces images, estimant que ces publications s'avèreraient tout particulièrement efficaces pour interpeller les Canadiennes travaillant dans des secteurs ou industries touchés par des droits de douane.

Décrivant ce qu'ils percevaient comme étant le principal message de ces concepts publicitaires pour réseaux sociaux, la plupart des participants étaient d'avis qu'il cherchait à faire savoir aux Canadiens touchés par des droits de douane que le gouvernement fédéral était prêt à leur venir en aide, et qu'il mettrait bientôt en place des programmes habilitant les travailleurs et les entreprises et leur fournissant les aides dont ils ont besoin pour surmonter les défis relatifs aux droits de douane dans les années à venir. Lorsqu'on leur a demandé si ces publications les inciteraient à visiter le site Web, presque tous les membres des groupes composés de travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick et au Québec ont répondu par l'affirmative, et plusieurs participants du groupe de résidents de la Colombie-Britannique ont également déclaré qu'ils seraient désireux d'en savoir plus après avoir vu ces publications. À la question de savoir comment ces publicités pourraient être améliorées, plusieurs participants ont réitéré leur opinion selon laquelle le mot « aider » devrait être utilisé plutôt que les mots « donner les moyens » dans la deuxième publication. On était également d'avis qu'au lieu des mots « rester-fort », l'adresse URL devrait plutôt être « touchés par les droits de douane » ou « pour en savoir plus », quelques participants estimant que ces mots décriraient plus précisément les renseignements contenus dans le site Web.

Les participants se sont ensuite vu présenter le message pour publication sur panneau publicitaire suivant qui avait également été conçu pour le concept intitulé « Personnes au travail ».



Un panneau publicitaire est présenté avec en arrière-plan une ville de nuit et ses gratte-ciel. Le panneau publicitaire montre l'image d'un travailleur forestier (située à droite du concept) appuyé contre un gros tas de bois et tenant son casque de protection dans ses mains. À gauche de l'image, on peut lire le texte suivant : « Découvrez les mesures de soutien pour les travailleurs et les employeurs touchés par les droits de douane à Canada.ca/rester-fort ». Une bannière horizontale comportant le drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada » figure au bas du panneau dans le coin gauche ainsi que le mot - symbole « Canada » figurant dans le coin droit.

La plupart des réactions à ce panneau publicitaire ont été positives, bon nombre de participants exprimant des avis favorables à propos de l'image d'un travailleur forestier accompagnée des couleurs vives de zones de textes blanches, de bois transformé, et d'arbres. On était d'avis que cette conception serait très attrayante et qu'elle mettait en valeur un élément humain, à savoir les travailleurs, qui trouverait probablement écho auprès de nombreux Canadiens. Plusieurs d'entre eux ont également salué la taille augmentée et la concision du texte figurant sur le panneau, estimant que cela permettrait aux conducteurs de le lire et de le comprendre plus facilement s'ils venaient à passer devant à grande vitesse. Quelques participants étaient d'un autre avis, estimant que le message était trop long et qu'il augmenterait en efficacité s'il était raccourci.

Discutant de la question de savoir s'ils avaient des suggestions à faire pour rendre ce panneau d'affichage plus efficace, quelques participants estimaient que, plutôt que d'utiliser les mots « travailleurs et entreprises », il faudrait utiliser le mot « Canadiens », certains d'entre eux étant d'avis que cela attirerait un plus grand nombre de personnes. On estimait également qu'il était important que ces panneaux publicitaires soient situés à proximité de collectivités considérées comme ayant été parmi les plus touchées par les droits de douane, y compris celles situées dans des zones rurales et

éloignées. On était d'avis que cette stratégie serait plus efficace que celle consistant à placer la plupart de ces panneaux dans de grands centres urbains.

Les participants se sont ensuite prêtés à un exercice dans le cadre duquel on leur a demandé de penser aux deux concepts (« Matériaux naturels et transformés » et « Personnes au travail ») de manière générale et de choisir celui qui, selon eux, transmettait le plus efficacement le message selon lequel le gouvernement fédéral prenait des mesures pour venir en aide aux travailleurs et entreprises que des droits de douane avaient affectés. Les participants du groupe composé de résidents du Nouveau-Brunswick ont pris part à un sondage dans le cadre duquel ils ont été appelés à évaluer le concept dans son intégralité (images, texte, publications pour réseaux sociaux et panneau publicitaire), tandis que les participants du groupe de résidents du Québec ont pris part à deux évaluations respectivement axées sur les images et les textes. Afin de faciliter leur prise de décision, les participants se sont vu fournir ce qui suit :



Tous les concepts sont présentés côte à côte, le concept « Matériaux naturels et transformés » figurant à gauche et le concept « Personnes au travail » figurant à droite.



Les travailleurs et les entreprises du Canada sont le fondement de notre économie. Lorsque les droits de douane frappent, ils relèvent le défi en innovant, en s'adaptant et en allant de l'avant.

Le gouvernement est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Bâtissons ensemble [un Canada fort](#).

Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane

Les travailleurs et les entreprises du Canada ont bâti notre pays, avec force et ténacité.

Si vous êtes confronté à cette période difficile, vous n'êtes pas seul.

Le gouvernement est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Ensemble, nous surmonterons ces difficultés et en ressortirons plus forts.

Découvrez les mesures de soutien pour les travailleurs et les employeurs touchés par les droits de douane à Canada.ca/rester-fort

Les deux textes sont présentés côte à côte, le texte pour le concept « Matériaux naturels et transformés » figurant à gauche et le texte pour le concept « Personnes au travail » figurant à droite.

Se focalisant sur les concepts dans leur ensemble les participants ayant exprimé une préférence pour le thème « Personnes au travail » étaient beaucoup plus nombreux que ceux ayant indiqué préférer le thème « Matériaux naturels et transformés ». Parmi les groupes ayant individuellement évalué les textes, les réponses ont considérablement varié d'une région à l'autre, tous les participants du groupe de résidents de la C.-B. ayant sélectionné le thème « Personnes au travail » et ceux du groupe de résidents du Québec, le thème « Matériaux naturels et transformés ».

Bon nombre des participants parmi ceux qui avaient indiqué préférer le concept « Personnes au Travail » ont parlé en termes positifs des images qui avaient été sélectionnées, estimant qu'elles mettaient efficacement en valeur les efforts et les contributions économiques des personnes travaillant dans les secteurs touchés par des droits de douane et que les images de travailleurs réels (par opposition à des photos de nature et de matériaux) créaient un lien plus humain. Parmi les participants à qui le texte pour ce concept avait plu, on estimait que c'était le plus détaillé des deux et quelques-uns d'entre eux ont également bien accueilli la formulation du texte, la jugeant plus empathique.

Parmi le plus petit nombre de participants ayant exprimé une préférence pour le thème « Matériaux naturels et transformés », les commentaires émis concernaient principalement le texte qu'un certain nombre d'entre eux jugeaient plus concis et mieux écrit. À cet égard, quelques participants ont spécifiquement mentionné la phrase d'accroche « Bâtissons ensemble un Canada fort » comme élément de ce texte qu'il leur avait particulièrement plu. Les quelques participants estimant que ce concept contenait les images les plus efficaces ont salué l'importance accordée aux matériaux produits par certains secteurs, comme celui du bois d'œuvre et de l'acier, estimant que cela servait de rappel quant au rôle important joué par ces secteurs au sein de l'économie canadienne.

Se focalisant sur les différentes conclusions de ces publicités se terminant chacune par une courte phrase et une adresse URL de site Web, les participants ont pris part à un exercice supplémentaire



dans le cadre duquel on leur a présenté la version originale de cette adresse URL ainsi que deux versions facultatives, et on leur a demandé de sélectionner celle qui inciterait le plus quelqu'un à visiter le site Web afin d'en savoir davantage sur les mesures prises par le gouvernement du Canada pour venir en aide aux entreprises et travailleurs canadiens touchés par des droits de douane. Les options présentées aux participants étaient les suivantes :

- *Canada.ca/soutien-droits-de-douane*
- *Canada.ca/rester-fort*
- *Canada.ca/reponse-tarifaire*

Tout compte fait, les participants ont majoritairement préféré l'option « soutien-droits-de-douane », bon nombre d'entre eux estimant qu'il s'agissait de l'option la plus facile à comprendre et la mieux adaptée aux programmes et à l'aide que le gouvernement fédéral accorderait aux travailleurs et aux entreprises canadiens. On estimait que l'option « soutien-droits-de-douane » était efficace en ce qu'elle évoquait à la fois les mesures de soutien concrètes que le gouvernement du Canada mettrait en place et l'idée générale de venir en aide aux Canadiens en cette difficile conjoncture économique. Parmi le petit nombre de participants ayant sélectionné l'adresse URL « rester-fort », on était d'avis qu'il s'agissait de l'option la plus concise et qu'elle serait la plus facile à mémoriser pour ceux qui en prendraient connaissance. Très peu de participants ont choisi l'adresse URL « réponse - tarifaire », certains d'entre eux estimant que cette option leur faisait davantage penser à des mesures de rétorsion de la part du gouvernement fédéral et notamment à l'imposition de contre-tarifs, plutôt qu'aux soutiens offerts aux Canadiens.

Lorsqu'on leur a demandé quel type de renseignements ce site Web fournirait, un grand nombre d'entre eux estimaient que ces derniers porteraient principalement sur les aides proposées par le gouvernement fédéral, les conditions d'admissibilité à ces programmes et les démarches à suivre par les travailleurs et les entreprises touchés pour en faire la demande. On était également d'avis que le site Web pourrait inclure de l'information plus générale sur les mesures que prenait le gouvernement du Canada en réponse aux droits de douane, comme l'établissement de nouvelles relations commerciales avec d'autres pays et l'imposition de contre-tarifs. À la question de savoir si, dans le cas où la publicité s'adresserait aux employeurs plutôt qu'aux entreprises, ils s'attendraient à ce que celle-ci contienne d'autres renseignements, un certain nombre de participants ont répondu par l'affirmative. Parmi ces derniers, on estimait qu'un site Web de cette nature devrait probablement contenir un plus grand nombre de renseignements axés sur les programmes qui avaient principalement été élaborés dans le but de venir en aide à ceux qui ont des employés, tandis que le mot « entreprises » avait une acceptation plus large et pouvait également désigner des travailleurs indépendants. Dans le même ordre d'idées, certains participants estimaient que le site Web devrait comporter deux sections distinctes, l'une fournissant de l'information sur les mesures de soutien offertes aux travailleurs, et l'autre portant sur les programmes visant à aider les employeurs peinant à maintenir leur masse salariale et à éviter des mises à pied.



Efficacité énergétique résidentielle (île-du-Prince-Édouard, acheteurs éventuels d'une première propriété résidant au Manitoba)

Les participants de deux groupes ont tenu des discussions portant sur l'efficacité énergétique résidentielle et le programme ÉnerGuide du gouvernement du Canada. À la question de savoir s'ils étaient actuellement propriétaires d'une habitation, bien qu'un certain nombre de participants du groupe composé de résidents de l'île-du-Prince-Édouard ait répondu par l'affirmative, les participants résidant au Manitoba ont indiqué qu'ils prévoyaient d'acheter une propriété au cours des prochaines années. Lorsqu'on leur a demandé s'ils connaissaient bien le programme résidentiel ÉnerGuide du gouvernement fédéral, seul un petit nombre de participants ont répondu par l'affirmative. Parmi les participants qui avaient eu vent de ce programme, on disait croire qu'il offrait des évaluations ou tests énergétiques résidentiels dans le but de cerner les améliorations potentielles à apporter à une habitation, et qui concernaient la plupart du temps les fenêtres, l'isolation, et le système de chauffage.

Afin de faciliter la discussion, les participants se sont vu présenter l'information suivante :

Le gouvernement du Canada a mis en place un programme appelé ÉnerGuide, dans le cadre duquel un conseiller en énergie se rend à votre domicile pour effectuer une évaluation afin de déterminer la quantité d'énergie que votre maison consomme et d'identifier les améliorations et les rénovations qui pourraient contribuer à améliorer l'efficacité énergétique de votre habitation. Pour ce faire, le conseiller évalue les caractéristiques physiques de votre habitation, notamment le type de système de chauffage et le niveau d'isolation, afin de calculer la cote de rendement énergétique de l'habitation, en se basant sur un ensemble d'hypothèses standard (comme le nombre d'occupants et le réglage des thermostats). Ces hypothèses ne reflètent pas toujours le mode de consommation énergétique des occupants actuels (par exemple, la température qu'ils préfèrent ou la fréquence à laquelle ils utilisent leurs appareils électroménagers), mais elles permettent d'établir de meilleures comparaisons entre habitations. Une fois son évaluation terminée, le conseiller en énergie remet au propriétaire une étiquette indiquant la cote énergétique de l'habitation et un résumé de sa consommation d'énergie, ainsi qu'un rapport contenant des suggestions d'améliorations et de rénovations permettant de réaliser des économies d'énergie.

Après s'être vu fournir cette description, quelques participants supplémentaires ont déclaré avoir entendu parler de ce programme auparavant. À la question de savoir quels types d'habitations obtiendraient une cote énergétique satisfaisante, plusieurs participants estimaient que les habitations nouvellement construites obtiendraient probablement les meilleures cotes comparativement à des habitations plus anciennes. Un certain nombre d'entre eux attribuaient cela au fait que les maisons récentes sont mieux isolées, disposent d'une enveloppe plus étanche, sont équipées de systèmes de chauffage et de climatisation modernes et de fenêtres plus efficaces. Discutant d'autres facteurs qui, selon eux, contribueraient à améliorer la cote énergétique d'une habitation, les participants ont mentionné des éléments tels que des panneaux solaires et l'utilisation de matériaux comme la brique, qui, selon eux, conservent mieux la chaleur que d'autres matériaux de construction. On était également d'avis que la cote énergétique d'habitations contiguës, et notamment d'habitations en rangées et de

condominiums, serait probablement plus élevée, ces dernières comportant moins de murs extérieurs exposés. De plus, les habitations de plus petite taille ou celles construites avec des matériaux de haute qualité et adéquatement isolées étaient également considérées comme étant plus susceptibles d'obtenir de meilleures notes.

Discutant des types d'habitations qui, selon eux, obtiendraient des cotes énergétiques insatisfaisantes, bon nombre de participants ont mentionné les habitations de construction plus ancienne, et plus particulièrement celles construites avant l'instauration de normes énergétiques modernes et dont l'isolation était inadéquate. Les habitations plus spacieuses, notamment celles dotées de hauts plafonds ou de grande superficie, étaient également considérées comme moins efficaces sur le plan énergétique en raison des besoins accrus en chauffage et en climatisation que les participants estimaient associés à ces constructions. Les habitations dont les fenêtres ou les combles sont mal isolés, les maisons mobiles, ainsi que celles construites avec des matériaux n'étant pas thermorétenteurs ont également été citées comme exemples de propriétés susceptibles d'obtenir des cotes énergétiques plus faibles.

Les participants ont recensé plusieurs facteurs qu'ils jugeaient importants au moment d'établir la cote énergétique d'une habitation. Au nombre de ceux-ci, citons la qualité de l'isolation et le niveau global d'étanchéité, la taille de l'habitation et les besoins en chauffage et en climatisation associés, le type d'habitation (maison individuelle, appartement, maison contiguë) et le nombre de murs extérieurs exposés, ainsi que la situation géographique de l'habitation dans une région du pays soumise à des températures extrêmes. Parmi les autres facteurs mentionnés par les participants figurait la question de savoir si une habitation avait déjà été rénovée afin d'en améliorer le rendement énergétique, ainsi que le nombre d'occupants résidant dans la maison et leurs habitudes quotidiennes de consommation d'énergie.

En imaginant une situation dans laquelle ils auraient fait faire une évaluation énergétique de leur habitation actuelle, on a demandé aux participants quels type d'information ils s'attendraient à ce que la cote énergétique de leur habitation leur fournisse. Tout compte fait, bon nombre d'entre eux ont dit souhaiter avoir une meilleure compréhension des composantes de leur habitation consommant le plus d'énergie, des améliorations qui pourraient être apportées en matière de consommation d'énergie, et connaître les autres recommandations qui pourraient rendre leur habitation plus écoénergétique. Certains d'entre eux se sont également dit désireux d'obtenir de l'information relative au rendement énergétique de leur habitation par rapport à des habitations de même taille dans leur région et aux économies qu'ils pourraient s'attendre à réaliser en effectuant certaines rénovations. Quelques-uns étaient également désireux de savoir quelle incidence pourraient avoir des changements relatifs à leur situation familiale (comme l'agrandissement de leur famille ou l'augmentation du temps passé à la maison) sur leur future consommation d'énergie et la cote énergétique de leur habitation.

Lorsqu'on leur a demandé quels renseignements ils souhaiteraient obtenir de la cote énergétique résidentielle d'une propriété qu'ils envisageraient d'acheter, bon nombre de participants étaient d'avis qu'une cote de ce type devrait fournir des renseignements clairs sur les coûts auxquels ils devraient s'attendre pour chauffer et climatiser leur habitation. On estimait en outre que des renseignements devraient être fournis pour indiquer si la propriété pourrait nécessiter des améliorations en matière



d'isolation ou d'efficacité énergétique dans un avenir proche, ainsi qu'une liste des améliorations déjà apportées à l'habitation à cet égard.

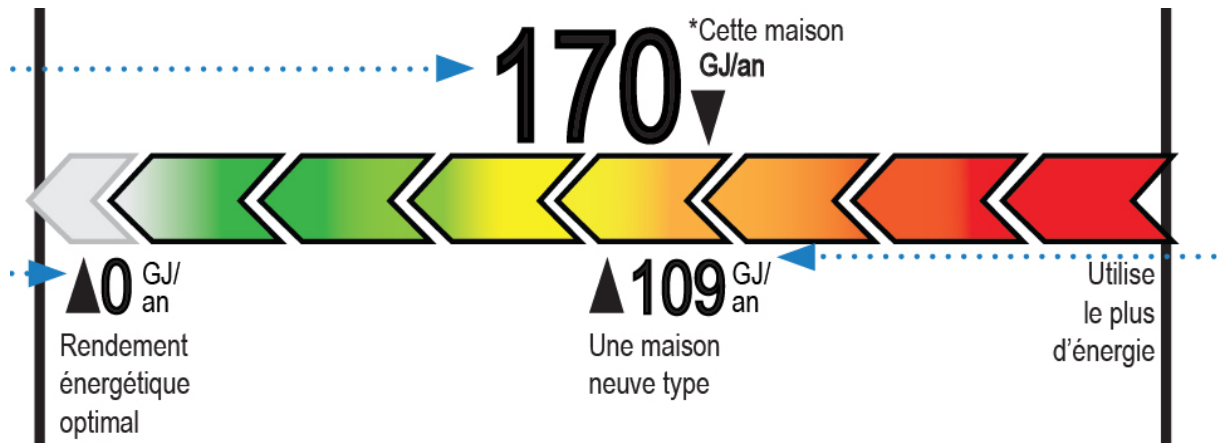
Les participants se sont ensuite vu fournir de l'information concernant différents formats de cotation du rendement énergétique d'une habitation et se sont vu poser la question de savoir lequel de ces formats leur serait le plus utile et serait le plus convivial :

Les cotes énergétiques fournissent des renseignements sur le rendement énergétique d'une habitation. Ces renseignements peuvent s'avérer utiles aux personnes envisageant l'achat d'une habitation ou la location, la vente ou la rénovation de leur habitation actuelle. La cote en tant que telle pourrait être présentée de différentes façons. À titre d'exemple, elle pourrait se présenter comme suit :

- *Sous forme de mesure de la consommation énergétique annuelle exprimée en kilowattheures par mètre carré (quantité d'énergie consommée en un an par rapport à la surface de plancher de l'habitation) ou en gigajoules (quantité absolue d'énergie consommée en un an) ;*
- *Sous forme de cotation sur 10 ou sur 100 ;*
- *Sous forme de cotation alphabétique de A à F.*

Dans l'ensemble, les participants ont exprimé un large éventail d'opinions concernant les formats de cotations qu'ils jugeaient les plus conviviaux ou les plus utiles, sans pour autant privilégier une approche plus qu'une autre. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis qu'une simple cotation alphabétique (de A à F) ou une cotation numérique sur une échelle de 10 ou de 100 serait la plus facile à comprendre, plusieurs d'entre eux estimant que ces formats seraient plus conviviaux et intelligibles pour la plupart des propriétaires. D'un autre avis, un certain nombre de participants ont exprimé une préférence pour un format davantage axé sur des mesures (p. ex. en kilowattheures), estimant qu'il était important de disposer de mesures précises pouvant directement être liées à leurs coûts énergétiques. On était toutefois d'avis que les renseignements exprimés par des unités de mesure telles que les gigajoules (GJ) devraient être accompagnés d'explications ou de précisions supplémentaires à des fins de clarté.

Les participants se sont ensuite vu présenter les exemples suivants d'une étiquette énergétique résidentielle ÉnerGuide et se sont vu inviter à la commenter et à l'évaluer.



L'image montre une étiquette énergétique ÉnerGuide. L'échelle s'étend de gauche à droite, le rendement énergétique le plus élevé étant représenté par des couleurs plus vives et plus vertes, l'échelle évoluant du vert au jaune puis au rouge, le rouge foncé indiquant les logements les plus énergivores. Sur cette échelle, il est indiqué que l'habitation produit 170 GJ/an, et des renseignements sont fournis selon lesquels une habitation neuve produit généralement 109 GJ/an.

De manière générale, selon l'interprétation des participants, cette image correspondait à une habitation se situant au milieu de l'échelle d'efficacité énergétique, avec une efficacité énergétique globale légèrement inférieure à la moyenne. Il était largement admis que ce type de cotation laissait entendre que l'efficacité énergétique globale de la maison pouvait être améliorée. À la question de savoir dans quelle mesure ils trouvaient cette notation facile à interpréter, les participants ont exprimé des avis partagés. Si bon nombre d'entre eux considéraient que l'échelle de couleurs (vert pour une efficacité élevée, rouge pour une efficacité faible) était logique, plusieurs participants estimaient que le fait de situer les cotes les plus élevées à gauche de l'échelle et les cotes les plus faibles à droite était contre-intuitif et on suggérer d'en inverser l'orientation. D'autres ont indiqué ne pas avoir une connaissance suffisante des unités que sont les gigajoules et étaient d'avis que ce type de mesure serait difficile à corréliser avec leur consommation énergétique quotidienne. Un certain nombre d'entre eux se disaient d'avis que ce système de cotation était trop ambigu et se demandaient s'il tenait compte de variables telles que la superficie, le type de logement ou les habitudes d'occupation.

Discutant de la question de savoir si, à leur avis, les cotes énergétiques étaient utiles, bon nombre d'entre eux estimaient que les renseignements que ces mesures leur fournissaient leur seraient utiles pour éclairer des décisions liées à l'achat ou à la location d'une habitation. On était d'avis que les cotes ÉnerGuide pouvaient fournir des données utiles sur l'efficacité énergétique d'une habitation et permettre de comparer cette dernière à celle d'autres propriétés que des acheteurs ou locataires potentiels envisageraient d'acquérir. Après s'être vu informer que la cote énergétique résidentielle pouvait servir à comparer le rendement énergétique de différentes habitations dans leur région, à comparer le rendement énergétique de différentes habitations partout au Canada ou à déterminer s'ils devaient investir dans des améliorations en matière d'efficacité énergétique, bon nombre de participants ont reconnu qu'il s'agissait là d'utilisations fort pratiques, plusieurs d'entre eux se concentrant plus particulièrement sur les comparatifs relatifs aux habitations de leur région et sur les améliorations énergétiques recommandées, le cas échéant.



Lorsqu'on leur a posé la question, tous les participants se sont déclarés favorables à l'intégration, dans les cotes énergétiques, de comparatifs de référence. On estimait que ce type de comparatifs fournirait un contexte essentiel pour aider les propriétaires à mieux comprendre le rendement énergétique de leur habitation par rapport à d'autres. De l'avis général, ces types de comparatifs devraient surtout être établis pour des habitations similaires, et dont les similitudes se définissaient selon eux par des caractéristiques telles que la taille (c.-à-d. la superficie en mètres carrés, le nombre de chambres à coucher et de salles de bain), l'âge (habitation vieille de dix par rapport à une habitation vieille de 20 ans ou de 30 ans), le type de construction ou la valeur estimative. On était également d'avis qu'il fallait clairement définir ce qu'on entend par « votre région », un certain nombre de participants supposant que cela devait désigner le quartier dans lequel on habite ou tout autre milieu de vie comparable. Dans l'ensemble, bon nombre de participants estimaient que des évaluations comparatives fourniraient un aperçu essentiel et contribueraient à rendre les cotes ÉnerGuide plus pratiques et plus faciles à interpréter.

Statistique Canada (travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par des droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique)

Les participants de trois groupes ont pris part à une brève discussion portant sur Statistique Canada. À la question de savoir s'ils connaissaient cet organisme, les participants déclarant en avoir entendu parler étaient plus nombreux que ceux pour qui il était inconnu. Décrivant les responsabilités qui, selon eux, incombaient à Statistique Canada, la plupart d'entre eux avaient l'impression que ses principaux objectifs consistaient à recueillir des données et des statistiques dans de nombreux domaines qui importaient aux Canadiens, plusieurs participants mentionnant expressément le Recensement de la population comme l'un des principaux rapports produits par cet organisme.

Après s'être vu informer que Statistique Canada est l'organisme national du Canada chargé de recueillir et d'analyser des données sur l'économie, la société et l'environnement du Canada afin d'aider le gouvernement, les entreprises et le public à prendre des décisions, les participants se sont vu poser la question de savoir s'ils estimaient que cet organisme avait sa raison d'être. Tout compte fait, la quasi-totalité des participants estimait que Statistique Canada avait une incidence directe sur leur propre vie, plusieurs d'entre eux étant d'avis que les données recueillies par cet organisme jouaient un rôle essentiel pour éclairer les décisions du gouvernement fédéral relatives aux investissements qu'il consent en appui à des programmes et des initiatives destinés aux Canadiens. De l'avis général, il était essentiel de disposer d'un organisme consacré à la production de données précises et impartiales concernant le pays et la diversité de sa population.

À la question de savoir s'ils faisaient généralement confiance aux données et aux produits publiés par Statistique Canada, la plupart des participants ont répondu par l'affirmative. Bon nombre d'entre eux étaient d'avis que les rapports que produisait Statistique Canada se fondaient sur des données facilement vérifiables, plusieurs participants affirmant qu'ils n'avaient aucune raison de mettre en

doute la qualité des produits et données provenant de cet organisme. Quelques participants ont exprimé des avis quelque peu différents, précisant que, même s'ils avaient pleinement confiance en l'exactitude des données recueillies par Statistique Canada, il était possible que l'information soit présentée à travers différents prismes mettant potentiellement en valeur certaines conclusions tout en minimisant d'autres, et ce, afin de cadrer avec un certain point de vue. Ces participants estimaient donc qu'il était important que les Canadiens prennent des mesures pour vérifier ces rapports à l'aide d'autres sources fiables et s'assurer que les résultats et les conclusions présentés par Statistique Canada reflètent fidèlement les données qui les sous-tendent.

Discutant des mesures qui pourraient être prises pour améliorer le niveau de confiance général du public à l'égard de Statistique Canada, un certain nombre de participants ont suggéré que l'organisme en fasse davantage pour fournir des comptes rendus simplifiés de ses rapports et résultats en les rendant plus intelligibles pour la plupart des Canadiens. On estimait en outre qu'il était important que les Canadiens aient accès aux données brutes recueillies par Statistique Canada ainsi qu'à une description des méthodologies employées par l'organisme pour obtenir cette information. Quelques participants étaient d'avis qu'il serait utile que Statistique Canada précise davantage comment ses produits et ses rapports contribuent à éclairer des décisions stratégiques fédérales, afin que les Canadiens comprennent mieux en quoi cet organisme contribue à améliorer leur vie.

À la question de savoir s'ils avaient entendu parler de l'Enquête sur la population active, peu de participants ont répondu par l'affirmative, et un très petit nombre d'entre eux ont déclaré avoir précédemment participé à cette enquête. L'Enquête sur la population active est l'enquête mensuelle menée par Statistique Canada pour recueillir de l'information sur les emplois occupés par les Canadiens, leurs heures de travail, et savoir s'ils sont actuellement à la recherche d'un emploi. Lorsqu'on leur a demandé si cette enquête était importante à leurs yeux, la quasi-totalité des participants a répondu par l'affirmative, bon nombre d'entre eux estimant qu'elle fournissait de l'information importante concernant les emplois offerts, les secteurs dans lesquels des employés potentiels avaient de la difficulté à trouver du travail, et la situation générale sur le marché de l'emploi dans différentes régions du pays. Un certain nombre de participants estimaient que les données issues de cette enquête s'avèreraient utiles pour éclairer des décisions fédérales quant aux secteurs dans lesquels investir lorsqu'il s'agit de créer des emplois ou de mettre en place des initiatives de formation professionnelle, ainsi que pour déterminer les mesures à prendre afin d'aider davantage de Canadiens à obtenir un emploi bien rémunéré dans leurs domaines d'intérêt.

Annexes

Annexe A - Questionnaires de recrutement

Questionnaire de recrutement français

Résumé des consignes de recrutement

- Groupes tenus en ligne.
- Durée prévue de chaque rencontre : deux heures.
- Recrutement de huit participants.
- Incitatifs de 125 \$ par personne, versés aux participants par transfert électronique après la rencontre.

Caractéristiques des groupes de discussion :

GRUPE	DATE	HEURE (HNE)	HEURE (LOCALE)	LIEU	COMPOSITION DU GROUPE	MODÉRATEUR
5	Mercredi octobre 15	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 PM (HNE)	Grande région de Montréal	Population générale	MP
8	Mercredi octobre 22	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 PM (HNE)	Saguenay – Lac- Saint-Jean	Population générale	MP
11	Mercredi octobre 29	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 PM (HNE)	Québec	Travailleurs touchés par les tarifs douaniers	MP

Questionnaire de recrutement

INTRODUCTION

Bonjour, je m'appelle **[NOM DU RECRUTEUR]**. Je vous téléphone du Strategic Counsel, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique, pour le compte du gouvernement du Canada. / Hello, my name is **[RECRUITER NAME]**. I'm calling from The Strategic Counsel, a national public opinion research firm, on behalf of the Government of Canada

Préférez-vous continuer en français ou en anglais? / Would you prefer to continue in English or French?
[CONTINUER DANS LA LANGUE PRÉFÉRÉE]

NOTER LA LANGUE ET CONTINUER

Français **CONTINUER**

Anglais **PASSER AU QUESTIONNAIRE ANGLAIS**

Nous organisons, pour le compte du gouvernement du Canada, une série de groupes de discussion vidéo en ligne afin d'explorer des questions d'actualité qui intéressent les Canadiens.

La rencontre prendra la forme d'une table ronde animée par un modérateur expérimenté. Les participants recevront un montant d'argent en remerciement de leur temps.



Votre participation est entièrement volontaire et toutes vos réponses seront confidentielles. Nous aimerions simplement connaître vos opinions : personne n'essaiera de vous vendre quoi que ce soit ou de promouvoir des produits. Notre rapport sur cette série de groupes de discussion n'attribuera aucun commentaire à une personne en particulier.

Avant de vous inviter à participer, je dois vous poser quelques questions qui nous permettront de former des groupes suffisamment diversifiés. Puis-je vous poser quelques questions?

Oui **CONTINUER**
Non **REMERCIER ET CONCLURE**

QUESTIONS DE SÉLECTION

1. Est-ce que vous ou une personne de votre ménage avez travaillé pour l'un des types d'organisations suivants au cours des cinq dernières années?

Une société d'études de marché	REMERCIER ET CONCLURE
Une agence de commercialisation, de marque ou de publicité	REMERCIER ET CONCLURE
Un magazine ou un journal	REMERCIER ET CONCLURE
Un ministère ou un organisme gouvernemental fédéral, provincial ou territorial	REMERCIER ET CONCLURE
Un parti politique	REMERCIER ET CONCLURE
Dans les relations publiques ou les relations avec les médias	REMERCIER ET CONCLURE
Dans le milieu de la radio ou de la télévision	REMERCIER ET CONCLURE
Une société d'État	REMERCIER ET CONCLURE
Non, aucune de ces réponses	CONTINUER

- 1a. **QUESTION À NE POSER QU'À CEUX QUI ONT INDIQUÉ TRAVAILLER POUR UNE SOCIÉTÉ D'ÉTAT** : Si vous le voulez bien, pouvez-vous nous dire pour quelle société d'État vous, ou un membre de votre foyer, avez travaillé au cours des cinq dernières années?

Banque du Canada	REMERCIER ET CONCLURE
Société canadienne d'hypothèques et de logement	REMERCIER ET CONCLURE
Toute autre société	CONTINUER
RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

- 1b. **POUR TOUS LES LIEUX** : Êtes-vous un ou une employé(e) retraité(e) du gouvernement du Canada?

Oui **REMERCIER ET CONCLURE**

Non **CONTINUER**

2. Quelle est la langue officielle du Canada que vous parlez principalement aujourd'hui?

Anglais **REMERCIER ET CONCLURE**
 Français **CONTINUER**
 Autre [Préciser ou non la langue, selon les besoins de l'étude] **REMERCIER ET CONCLURE**
 Préfère ne pas répondre **REMERCIER ET CONCLURE**

3. Dans quelle ville habitez-vous?

LIEU	VILLES	
Grande région de Montréal	Les villes notamment comprendre : Blainville, Brossard, Dollard-des-Ormeaux, Laval, Longueuil, Mirabel, Montréal, Repentigny, Saint-Jérôme, Terrebonne ASSURER UN BON MÉLANGE.	CONTINUER – GROUPE 5
Saguenay – Lac-Saint-Jean	Les villes peuvent notamment comprendre : Alma, Chambord, Doleau-Mistassini, Saguenay, Saint-Félicien, Roberval ASSURER UN BON MÉLANGE.	CONTINUER – GROUPE 8
Québec	Les villes peuvent notamment comprendre : Chicoutimi, Gatineau, Laval, Montréal, Saguenay, Sherbrooke, Trois-Rivières, Victoriaville, Ville de Québec PAS PLUS QUE DEUX PARTICIPANT PAR VILLE. ASSURER UNE BONNE REPRÉSENTATION DES VILLES DE LA PROVINCE.	CONTINUER – GROUPE 11
RÉPONSE SPONTANÉE Préfère ne pas répondre		REMERCIER ET CONCLURE

4. Depuis combien de temps habitez-vous à [INSÉRER LE NOM DE LA VILLE] ? **NOTER LE NOMBRE D'ANNÉES.**

Moins de deux ans	REMERCIER ET CONCLURE
-------------------	------------------------------



Deux ans ou plus	CONTINUER
Ne sais pas/Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

5. POUR TOUS LES LIEUX Laquelle des suivantes décrit le mieux votre statut d'emploi actuel ?

- Employé(e) à temps plein
- Employé(e) à temps partiel
- Travailleur indépendant
- À la retraite
- Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi
- Étudiant(e)
- Autre (préciser)

6. DEMANDER SEULEMENT SI EMPLOYÉ À LA QUESTION 5 Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux le secteur d'activité dans lequel vous travaillez ?

Agriculture, foresterie, pêche et chasse	SI GROUPE 11 – CONTINUER À Q7
Commerce de gros	TOUS LES AUTRES - CONTINUER
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	
Fabrication	
Transport et entreposage	
Administrations publiques	
Arts, spectacle et loisirs	SI GROUPE 11 – REMERCIER ET CONCLURE
Autres services, sauf les administrations publiques	
Commerce de détail	
Finance et assurances	
Gestion de sociétés et d'entreprises	
Hébergement et services de restauration	
Industrie de l'information et industrie culturelle	
Métier de la construction ou métier spécialisé	
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	
Services d'enseignement	
Services immobiliers et services de location et de location à bail	
Services professionnels, scientifiques et techniques	
Services publics	
Soins de santé et assistance sociale	
Autre situation ou autre secteur; veuillez préciser :	
RÉPONSE SPONTANÉE Ne sais pas/Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

ASSURER UN BON MÉLANGE.



7. **DEMANDER SEULEMENT À GROUPE 11** À votre connaissance, votre secteur d'activité ou votre lieu de travail a-t-il été touché par des tarifs douaniers, des restrictions commerciales ou des conflits commerciaux internationaux au cours des dernières années ?

Oui **CONTINUER À Q7A**
Non **REMERCIER ET CONCLURE**
RÉPONSE SPONTANÉE Préfère ne pas répondre **REMERCIER ET CONCLURE**

- 7a. **DEMANDER SEULEMENT À GROUPE 11** Les tarifs douaniers ou les problèmes commerciaux ont-ils eu un impact direct sur votre propre travail, par exemple des changements dans vos horaires, votre sécurité d'emploi, vos salaires ou votre charge de travail ?

Oui, certainement **GROUPE 11**
Oui, un peu **GROUPE 11**
Non, pas vraiment **REMERCIER ET CONCLURE**

8. Est-ce que vous connaissez le concept du « groupe de discussion » ?

Oui **CONTINUER**
Non **EXPLIQUER QUE** : « un groupe de discussion se compose de six à huit participants et d'un modérateur. Au cours d'une période de deux heures, les participants sont invités à discuter d'un éventail de questions reliées au sujet abordé ».

9. Dans le cadre du groupe de discussion, on vous demandera de participer activement à une conversation. En pensant à la manière dont vous interagissez lors de discussions en groupe, quelle note vous donneriez-vous sur une échelle de 1 à 5 si 1 signifie « j'ai tendance à ne pas intervenir et à écouter les autres parler » et 5, « je suis habituellement une des premières personnes à parler » ?

1-2 **REMERCIER ET CONCLURE**
3-5 **CONTINUER**

10. Étant donné que ce groupe se réunira en ligne, vous aurez besoin, pour participer, d'un accès Internet haut débit et d'un ordinateur muni d'une caméra Web, d'un microphone et d'un haut-parleur en bon état de marche. **CONFIRMER LES POINTS CI-DESSOUS. METTRE FIN À L'APPEL SI NON À L'UN DES TROIS.**

Le participant a accès à Internet haut débit
Le participant a un ordinateur avec caméra Web

11. Avez-vous utilisé des logiciels de réunion en ligne tels que Zoom, Webex, Microsoft Teams, Google Hangouts/Meet, etc., au cours des deux dernières années ?

Oui **CONTINUER**
Non **CONTINUER**

12. Sur une échelle de 1 à 5 signifie que vous n'êtes pas du tout habile et 5 que vous êtes très habile, comment évaluez-vous votre capacité à utiliser seul(e) les plateformes de réunion en ligne ?



- 1-2 **REMERCIER ET CONCLURE**
3-5 **CONTINUER**

13. Au cours de la discussion, vous pourriez devoir lire ou visionner du matériel affiché à l'écran, ou faire des exercices en ligne comme ceux qu'on trouve dans les sondages. On vous demandera aussi de participer activement à la discussion en ligne à l'aide d'une caméra Web. Pensez-vous avoir de la difficulté, pour une raison ou une autre, à lire les documents ou à participer à la discussion par vidéo?

L'INTERVIEWEUR POUR DÉTERMINER SI DES AMÉNAGEMENTS PEUVENT ÊTRE APPORTÉS.

14. Avez-vous déjà participé à un groupe de discussion, à une entrevue ou à un sondage organisé à l'avance en contrepartie d'une somme d'argent?

- Oui **CONTINUER**
Non **PASSER À LA Q.18**

15. À quand remonte le dernier groupe de discussion auquel vous avez participé?

- À moins de six mois, **REMERCIER ET CONCLURE**
À plus de six mois, **CONTINUER**

16. À combien de groupes de discussion avez-vous participé au cours des cinq dernières années?

- 0 à 4 groupes **CONTINUER**
5 groupes ou plus **REMERCIER ET CONCLURE**

17. Quel était leur sujet, et vous rappelez-vous pour qui ou pour quelle organisation ces groupes étaient organisés?

TERMINER SI LE SUJET EST SEMBLABLE OU IDENTIQUE, OU SI L'ORGANISATION NOMMÉE EST LE GOUVERNEMENT DU CANADA

CRITÈRES DE RECRUTEMENT SUPPLÉMENTAIRES

Il me reste quelques dernières questions avant de vous donner les détails du groupe de discussion, comme l'heure et la date.

18. Seriez-vous prêt/prête à m'indiquer votre tranche d'âge dans la liste suivante?

Moins de 18 ans	REMERCIER ET CONCLURE.
18 à 24 ans	CONTINUER
25 à 29 ans	
30 à 34 ans	
35 à 44 ans	
45 à 49 ans	
50 ans ou plus	



RÉPONSE SPONTANÉE Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE
---	------------------------------

- 19. POUR TOUS LES LIEUX** Êtes-vous actuellement propriétaire ou locataire de votre résidence principale?
ECLAIRCISSEMENT AU BESOIN : Vous êtes considéré comme propriétaire même si vous avez une dette hypothécaire active.

Propriétaire	CONTINUER
Locataire	
RÉPONSE SPONTANÉE Habitant au domicile parentale	
RÉPONSE SPONTANÉE Autre, veuillez précisez :	
RÉPONSE SPONTANÉE Ne sais pas/Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

ASSURER UN BON MÉLANGE.

- 19a. POUR TOUS LES LIEUX** Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux la résidence dont vous êtes actuellement [propriétaire/locataire]?

Condo	CONTINUER
Appartement	CONTINUER
Maison unifamiliale	CONTINUER
Maison en rangée	CONTINUER
Maison jumelée	CONTINUER
Maison mitoyenne	CONTINUER
Autre, veuillez préciser : _____	CONTINUER

ASSURER UN BON MÉLANGE.

- 20.** Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

École primaire
Études secondaires partielles
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
Certificat ou diplôme d'apprenti inscrit ou d'une école de métiers
Certificat ou diplôme d'un collège, cégep ou autre établissement non universitaire
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
Baccalauréat
Diplôme d'études supérieur au baccalauréat
RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre

ASSURER UN BON MÉLANGE.

- 21.** Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux le revenu annuel total de votre ménage en 2024 – c'est-à-dire le revenu cumulatif de l'ensemble des membres de votre ménage avant impôt?



Moins de 20 000 \$	CONTINUER
20 000 \$ à moins de 40 000 \$	
40 000 \$ à moins de 60 000 \$	
60 000 \$ à moins de 80 000 \$	
80 000 \$ à moins de 100 000 \$	
100 000 \$ moins de 120 000\$	
120 000 \$ à moins de 150 000 \$	
150 000 \$ ou plus	
RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre	REMERCIER ET CONCLURE

ASSURER UN BON MÉLANGE.

22. Lequel ou lesquels des groupes raciaux ou culturels suivants vous décrivent le mieux? (Plusieurs choix possibles)

Blanc
Sud-asiatique (p. ex., indien, pakistanais, sri-lankais)
Chinois
Noir
Latino-américain
Philippin
Arabe
Asiatique du sud-est (p. ex., vietnamien, cambodgien, thaïlandais)
Coréen ou japonais
Autochtone
Autre groupe racial ou culturel (préciser)
RÉPONSE SPONTANÉE : Préfère ne pas répondre

ASSURER UN BON MÉLANGE.

23. [NE PAS DEMANDER] Sexe **NOTER SELON VOTRE OBSERVATION**

Homme
Femme

ASSURER UNE PROPORTION ÉGALE D'HOMMES ET DE FEMMES DANS CHAQUE GROUPE.

24. La discussion sera enregistrée sur bandes audio et vidéo, strictement aux fins de la recherche. Les enregistrements aideront nos chercheurs à rédiger leur rapport. Est-ce que vous consentez à ce qu'on vous enregistre sur bandes audio et vidéo?

Oui
Non **REMERCIER ET CONCLUREE**



INVITATION

J'aimerais vous inviter à ce groupe de discussion en ligne, qui aura lieu le **[DONNER LA DATE ET L'HEURE EN FONCTION DU N° DE GROUPE INDIQUÉ DANS LE TABLEAU, PAGE 1]**. La discussion durera deux heures et vous recevrez 125 \$ pour votre participation. Ce montant vous sera envoyé par transfert électronique après la tenue du groupe de discussion.

Veillez noter que des observateurs du gouvernement du Canada pourraient être présents au groupe et que la discussion sera enregistrée sur bande vidéo. En acceptant de participer, vous donnez votre consentement à ces modalités.

Est-ce que vous accepteriez de participer?

Oui **CONTINUER**
Non **REMERCIER ET CONCLURE**

Puis-je avoir votre nom complet, le numéro de téléphone où vous êtes le plus facile à joindre et votre adresse électronique, si vous en avez une, pour vous envoyer les détails au sujet du groupe?

Nom :

Numéro de téléphone :

Adresse courriel :

Vous recevrez un courrier électronique du **[INSÉRER LE NOM DU RECRUTEUR]** expliquant comment rejoindre le groupe en ligne. Si la connexion au système vous pose des difficultés, veuillez en aviser notre équipe de soutien technique à : support@thestrategiccounsel.com.

Nous vous prions de vous mettre en ligne au moins 15 minutes avant l'heure prévue, afin d'avoir le temps de vous installer et d'obtenir l'aide de notre équipe de soutien en cas de problèmes techniques. Veuillez également redémarrer votre ordinateur avant de vous joindre au groupe.

Vous pourriez devoir lire des documents au cours de la discussion. Si vous utilisez des lunettes, assurez-vous de les avoir à portée de main durant la rencontre. Vous aurez également besoin d'un stylo et de papier pour prendre des notes.

Ce rendez-vous est un engagement ferme. Si vous pensez ne pas pouvoir participer pour des raisons personnelles ou professionnelles, veuillez m'en aviser dès maintenant et nous conserverons votre nom pour une étude ultérieure. Enfin, si jamais vous n'êtes pas en mesure de participer, veuillez nous prévenir le plus rapidement possible au **[1-800-xxx-xxxx]** pour que nous puissions trouver quelqu'un pour vous remplacer.

Merci de votre temps.

RECRUTEMENT FAIT PAR : _____

DATE DU RECRUTEMENT : _____

Questionnaire de recrutement anglais

Recruitment Specifications Summary

- Groups conducted online.
- Each group is expected to last for two hours.
- Recruit 8 participants.
- Incentives will be \$125 per person and will be sent to participants via e-transfer following the group.

Specifications for the focus groups are as follows:

Group	Date	Time (EDT)	Local Time	Location	Composition	Moderator
1	Tues, Oct 7 th	9:00-11:00 PM	6:00-8:00 (PST)	Okanagan, BC	General Population	TBW
2	Wed, Oct 8 th	8:00-10:00 PM	6:00-8:00 (MDT)	Calgary-Edmonton Corridor	Concerned About Cost of Living	DN
3	Thurs, Oct 9 th	5:00-7:00 PM	6:00-8:00 (ADT)	Prince Edward Island	General Population	DN
4	Tues, Oct 14 th	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 (EDT)	Ontario	Tradespeople	MP
6	Thurs, Oct 16 th	7:00-9:00 PM	6:00-8:00 (CDT)	Manitoba	First-time Homebuyers	TBW
7	Tues, Oct 21 st	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 (EDT)	Clarington Municipality, Ontario	General Population	TBW
9	Thurs, Oct 23 rd	6:00-8:00 PM	6:00-8:00 (EDT)	Greater Toronto Area	Younger Canadians, Aged 18-34	MP
10	Tues, Oct 28 th	5:00-7:00 PM	6:00-8:00 (ADT)	New Brunswick	Tariff-Impacted Workers	DN
12	Thurs, Oct 30 th	9:00-11:00 PM	6:00-8:00 (PST)	British Columbia	General Population	TBW

Recruiting Script

INTRODUCTION

Hello, my name is **[RECRUITER NAME]**. I'm calling from The Strategic Counsel, a national public opinion research firm, on behalf of the Government of Canada. / Bonjour, je m'appelle **[NOM DU RECRUTEUR]**. Je vous téléphone du Strategic Counsel, une entreprise nationale de recherche sur l'opinion publique, pour le compte du gouvernement du Canada.

Would you prefer to continue in English or French? / Préférez-vous continuer en français ou en anglais?
[CONTINUE IN LANGUAGE OF PREFERENCE]

RECORD LANGUAGE

English **CONTINUE**
French **SWITCH TO FRENCH SCREENER**

On behalf of the Government of Canada, we're organizing a series of online video focus group discussions to explore current issues of interest to Canadians.

The format is a "round table" discussion, led by an experienced moderator. Participants will be given a cash honorarium in appreciation of their time.

Your participation is completely voluntary, and all your answers will be kept confidential. We are only interested in hearing your opinions - no attempt will be made to sell or market you anything. The report that is produced from the series of discussion groups we are holding will not contain comments that are attributed to specific individuals.

But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix/variety of people in each of the groups. May I ask you a few questions?

Yes **CONTINUE**
No **THANK AND END**

SCREENING QUESTIONS

1. Have you, or has anyone in your household, worked for any of the following types of organizations in the last 5 years?

A market research firm	THANK AND END
A marketing, branding, or advertising agency	THANK AND END
A magazine or newspaper	THANK AND END
A federal/provincial/territorial government department or agency	THANK AND END
A political party	THANK AND END
In public/media relations	THANK AND END

In radio/television
A Crown Corporation
No, none of the above

THANK AND END
THANK AND END
CONTINUE

1a. ASK ONLY THOSE WHO SAY THEY WORK FOR A CROWN CORPORATION: If you don't mind sharing, which Crown corporation have you, or someone in your household worked for in the last 5 years?

Bank of Canada
Canadian Mortgage and Housing Corporation
All others
VOLUNTEERED Prefer not to answer

THANK AND END
THANK AND END
CONTINUE
THANK AND END IN ALL

LOCATIONS:

1b. Are you a retired Government of Canada employee?

Yes **THANK AND END**
No **CONTINUE**

2. In which city do you reside?

LOCATION	CITIES	
Okanagan, BC	Cities and towns include: Armstrong, Coldstream, Enderby, Kelowna, Lake Country, Lumby, Oliver, Osoyoos, Peachland, Penticton, Spallumcheen, Summerland, Vernon, West Kelowna ENSURE A GOOD MIX.	CONTINUE – GROUP 1
Calgary-Edmonton Corridor	Cities could include (but are not limited to): Airdrie, Beaumont, Calgary, Chestermere, Edmonton, Fort Saskatchewan, Leduc, Red Deer, Spruce Grove, Sylvan Lake ENSURE A GOOD MIX ACROSS THE REGION.	CONTINUE – GROUP 2
Prince Edward Island	Cities could include (but are not limited to): Charlottetown, Cornwall, Montague, Summerside, Stratford ENSURE A GOOD MIX.	CONTINUE – GROUP 3
Ontario	Cities include (but are not limited to):	CONTINUE – GROUP 4

	<p>Barrie, Brampton, Guelph, Hamilton, Kingston, Kitchener-Waterloo, London, Markham, Mississauga, Ottawa, Peterborough, Sarnia, Sudbury, Thunder Bay, Timmins, Toronto, Vaughan, Windsor</p> <p>ENSURE A GOOD MIX ACROSS THE PROVINCE. NO MORE THAN 2 PER CITY.</p>	
Manitoba	<p>Cities include (but are not limited to):</p> <p>Brandon, Dauphin, Flin Flon, Morden, Portage la Prairie, Selkirk, Steinbach, Thompson, Winkler, Winnipeg</p> <p>ENSURE A GOOD MIX OF CITIES ACROSS THE PROVINCE. NO MORE THAN 4 FROM WINNIPEG.</p>	CONTINUE – GROUP 6
Clarington Municipality, Ontario	<p>Towns include:</p> <p>Clarington, Bowmanville, Courtice, Darlington, Newcastle, Orono</p> <p>PARTICIPANTS MUST RESIDE IN ABOVE NOTED CITY PROPER.</p>	CONTINUE – GROUP 7
Greater Toronto Area	<p>Cities include:</p> <p><u>Toronto</u>: City of Toronto</p> <p><u>Durham Region</u>: Ajax, Clarington, Brock, Oshawa, Pickering, Scugog, Uxbridge, Whitby</p> <p><u>Halton Region</u>: Burlington, Halton Hills, Milton, Oakville</p> <p><u>Peel Region</u>: Brampton, Caledon, Mississauga</p> <p><u>York Region</u>: Aurora, East Gwillimbury, Georgina, King, Markham, Newmarket, Richmond Hill, Vaughan, Whitchurch-Stouffville</p> <p>ENSURE A GOOD MIX. NO MORE THAN THREE FROM CITY OF TORONTO.</p>	CONTINUE – GROUP 9
New Brunswick	<p>Cities include (but are not limited to):</p>	CONTINUE – GROUP 10

	Dieppe, Edmundston, Fredericton, Miramichi, Moncton, Saint John ENSURE A GOOD MIX.	
British Columbia	Cities could include (but are not limited to): Vancouver, Kamloops, Chilliwack, Victoria, Maple Ridge, New Westminister, Prince George, Port Coquitlam, North Vancouver, Abbotsford, Burnaby, Coquitlam, Richmond, Surrey, Delta, Langley, White Rock, Chilliwack, Mission Hope, Maple Ridge, New Westminister, Port Moody ENSURE A GOOD MIX. NO MORE THAN 2 PER CITY.	CONTINUE – GROUP 12
VOLUNTEERED Prefer not to answer		THANK AND END

2a. How long have you lived in [INSERT CITY]? **RECORD NUMBER OF YEARS.**

Less than two years	THANK AND END
Two years or more	CONTINUE
Don't know/Prefer not to answer	THANK AND END

3. Would you be willing to tell me in which of the following age categories you belong?

Under 18 years of age	IF POSSIBLE, ASK FOR SOMEONE OVER 18 AND REINTRODUCE. OTHERWISE THANK AND END.
18-24	CONTINUE
25-34	CONTINUE
35-44	IF GROUP 9 – THANK AND END
45-54	ALL OTHERS CONTINUE
55-64	
65+	
[Volunteered] Prefer not to answer	THANK AND END

ENSURE A GOOD MIX WHERE APPLICABLE. GROUP 9 WILL BE COMPOSED ENTIRELY OF THOSE AGED 18-34.



4. **ASK ONLY IF GROUP 2** Thinking about the issues presently facing Canada, from the following list, which two or three issues do you feel are the top priorities?

Healthcare
The Economy
Housing Affordability
Environmental Issues/Climate Change
Indigenous Issues and Reconciliation
Immigration
Canada-U.S. Relations
Crime and Public Safety
The Cost of Living **CONTINUE TO 4A**
Inequality and Poverty
VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

GROUP 2 MUST SELECT THE COST OF LIVING AS ONE OF TWO/THREE ISSUES TO CONTINUE.

- 4a. **ASK ONLY IF GROUP 2** You mentioned the cost of living as one of the most important issues facing Canadians today. How concerned are you personally about the cost of living in Canada these days?

Extremely concerned **CONTINUE TO GROUP 2**
Very concerned **CONTINUE TO GROUP 2**
Somewhat concerned **THANK AND END**
Not too concerned **THANK AND END**
Not at all concerned **THANK AND END**
VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

- 4b. **ASK ONLY IF GROUP 2** Have increases in the cost of living affected you or your household directly in the past 12 months?

Yes, significantly
Yes, somewhat
No, not really
VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

LIMIT THE NUMBER OF PEOPLE WHO SAY THEY HAVE NOT REALLY BEEN PERSONALLY IMPACTED BY THE COST OF LIVING.

5. **ASK ALL GROUPS** Which of the following best describes your current employment status?

Working full-time
Working part-time
Self-employed
Retired
Unemployed/looking for work
Student
Other (please specify)

VOLUNTEERED Prefer not to answer

THANK AND END

6. **ASK ONLY IF EMPLOYED AT Q5** Which of the following best describes the industry/sector in which you are currently employed?

Construction or skilled trade	IF GROUP 4 – CONTINUE TO Q7 ALL OTHERS - CONTINUE
Agriculture, Forestry, Fishing and Hunting	IF GROUP 4 – THANK AND END
Manufacturing	
Mining, Quarrying, and Oil and Gas Extraction	IF GROUP 10 – CONTINUE
Transportation and Warehousing	
Wholesale Trade	ALL OTHERS - CONTINUE
Accommodation and Food Services	
Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services	IF GROUP 4 – THANK AND END
Arts, Entertainment and Recreation	
Educational Services	IF GROUP 10 – THANK AND END
Finance and Insurance	
Health Care	ALL OTHERS - CONTINUE
Social Assistance	
Information and Cultural Industries	
Management of Companies and Enterprises	
Other Services (except Public Administration)	
Professional, Scientific, and Technical Services	
Public Administration	
Real Estate and Rental and Leasing	
Retail Trade	
Utilities	
Other (please specify)	
VOLUNTEERED Prefer not to answer	THANK AND END

ENSURE A GOOD MIX BY TYPE OF EMPLOYMENT IF APPLICABLE. NO MORE THAN TWO PER SECTOR.

7. **ASK ONLY IF GROUP 4** You mentioned you work in construction or a trade. Which of the following most closely describes your line of work?

- General Construction
- Electrician
- Lineworker
- Welder
- Plumber
- Roofer
- Carpenter
- Mechanic
- HVAC Technician



Other (please specify) :

ENSURE A GOOD MIX BY TYPE OF TRADE.

8. **ASK ALL GROUPS** Do you own or rent your current residence? **IF ASKED/CLARIFICATION REQUIRED:** You are considered a homeowner even if you have outstanding debt that you owe on your mortgage loan.

Own	IF GROUP 6 – THANK AND END
	ALL OTHERS CONTINUE
Rent	CONTINUE
VOLUNTEERED Living at home	
VOLUNTEERED Other, please specify:	
VOLUNTEERED Don't know/not sure	THANK AND END

- 8a. **ASK ALL GROUPS** Which of the following best describes the residence you currently [own/rent]?

Condo	CONTINUE
Apartment	CONTINUE
Single family home	CONTINUE
Townhome	CONTINUE
Other, please specify: _____	CONTINUE

ENSURE A GOOD MIX.

9. **ASK ONLY IF GROUP 6** Have you owned a home within the past four years?

Yes	THANK AND END
No	CONTINUE TO Q9A
VOLUNTEERED Prefer not to answer	THANK AND END

- 9a. **ASK ONLY IF GROUP 6** Are you currently looking to purchase a home within the next 2-3 years?

Yes	CONTINUE TO 9B
Not sure/Maybe	THANK AND END
No	THANK AND END
VOLUNTEERED Prefer not to answer	THANK AND END

- 9b. **ASK ONLY IF GROUP 6** Which of the following best describes the residence you are looking to own?

Condo	CONTINUE
Apartment	CONTINUE
Single family home	CONTINUE
Townhome	CONTINUE
Other, please specify: _____	CONTINUE

ENSURE A GOOD MIX.



10. ASK ONLY IF GROUP 10 To your knowledge, has your industry or workplace been affected by tariffs, trade restrictions, or international trade disputes in recent years?

Yes **CONTINUE TO Q10A**
No **THANK AND END**
VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

10a. ASK ONLY IF GROUP 10 Have tariffs or trade issues had a direct impact on your own work, for example, changes to your hours, job security, wages, or workload?

Yes, definitely **GROUP 10**
Yes, somewhat **GROUP 10**
No, not really **THANK AND END**

11. Are you familiar with the concept of a focus group?

Yes **CONTINUE**
No **EXPLAIN THE FOLLOWING** *“a focus group consists of six to eight participants and one moderator. During a two-hour session, participants are asked to discuss a wide range of issues related to the topic being examined.”*

12. As part of the focus group, you will be asked to actively participate in a conversation. Thinking of how you engage in group discussions, how would you rate yourself on a scale of 1 to 5 where 1 means ‘you tend to sit back and listen to others’ and 5 means ‘you are usually one of the first people to speak’?

1-2 **THANK AND END**
3-5 **CONTINUE**

13. As this group is being conducted online, in order to participate you will need to have high-speed Internet and a computer with a working webcam, microphone and speaker. **RECRUITER TO CONFIRM THE FOLLOWING. TERMINATE IF NO TO EITHER.**

Participant has high-speed access to the Internet
Participant has a computer/webcam

14. ASK ALL GROUPS Have you used online meeting software, such as Zoom, Webex, Microsoft Teams, Google Hangouts/Meet, etc., in the last two years?

Yes **CONTINUE**
No **CONTINUE**

15. ASK ALL GROUPS How skilled would you say you are at using online meeting platforms on your own, using a scale of 1 to 5, where 1 means you are not at all skilled, and 5 means you are very skilled?

1-2 **THANK AND END**
3-5 **CONTINUE**



- 16. ASK ALL GROUPS** During the discussion, you could be asked to read or view materials on screen and/or participate in poll-type exercises online. You will also be asked to actively participate online using a webcam. Can you think of any reason why you may have difficulty reading the materials or participating by video?

INTERVIEWER TO ASCERTAIN WHETHER ACCESSIBILITY ACCOMMODATIONS CAN BE MADE.

- 17.** Have you ever attended a focus group discussion, an interview or survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

Yes **CONTINUE**
No **SKIP TO Q.21**

- 18.** How long ago was the last focus group you attended?

Less than 6 months ago **THANK AND END**
More than 6 months ago **CONTINUE**

- 19.** How many focus group discussions have you attended in the past 5 years?

0-4 groups **CONTINUE**
5 or more groups **THANK AND END**

- 20.** On what topics were they and do you recall who or what organization the groups were being undertaken for?

TERMINATE IF ANY ON SIMILAR/SAME TOPIC OR GOVERNMENT OF CANADA IDENTIFIED AS ORGANIZATION

ADDITIONAL RECRUITING CRITERIA

Now we have just a few final questions before we give you the details of the focus group, including the time and date.

- 21.** What is the highest level of formal education that you have completed?

Grade 8 or less
Some high school
High school diploma or equivalent
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
University certificate or diploma below bachelor's level
Bachelor's degree
Post graduate degree above bachelor's level

VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

ENSURE A GOOD MIX.

22. Which of the following categories best describes your total household income in 2024? That is, the total income of all persons in your household combined, before taxes?

Under \$20,000	CONTINUE
\$20,000 to just under \$40,000	
\$40,000 to just under \$60,000	
\$60,000 to just under \$80,000	
\$80,000 to just under \$100,000	
\$100,000 to just under \$125,000	
\$100,000 to just under \$150,000	
\$150,000 and above	THANK AND END
VOLUNTEERED Prefer not to answer	

ENSURE A GOOD MIX WHERE APPLICABLE.

23. Which of the following racial or cultural groups best describes you? (multi-select)

White/Caucasian
 South Asian (e.g., East Indian, Pakistani, Sri Lankan)
 Chinese
 Black
 Latin American
 Filipino
 Arab
 Southeast Asian (e.g., Vietnamese, Cambodian, Thai)
 Korean or Japanese
 Indigenous
 Other (specify)

VOLUNTEERED Prefer not to answer **THANK AND END**

ENSURE A GOOD MIX.

24. [DO NOT ASK] Gender **RECORD BY OBSERVATION.**

Male	CONTINUE
Female	CONTINUE

ENSURE A GOOD MIX BY GENDER IN EACH GROUP WHERE APPLICABLE.

25. The focus group discussion will be audio-taped and video-taped for research purposes only. The taping is conducted to assist our researchers in writing their report. Do you consent to being audio-taped and video-taped?

Yes **CONTINUE TO INVITATION**

No **THANK AND END**



INVITATION

I would like to invite you to this online focus group discussion, which will take place the evening of **[INSERT DATE/TIME BASED ON GROUP # IN CHART ON PAGE 1]**. The group will be two hours in length and you will receive \$125 for your participation following the group via an e-transfer.

Please note that there may be observers from the Government of Canada at the group and that the discussion will be videotaped. By agreeing to participate, you have given your consent to these procedures.

Would you be willing to attend?

Yes **CONTINUE**
No **THANK AND END**

May I please have your full name, a telephone number that is best to reach you at as well as your e-mail address if you have one so that I can send you the details for the group?

Name:

Telephone Number:

E-mail Address:

You will receive an e-mail from **[INSERT RECRUITER]** with the instructions to login to the online group. Should you have any issues logging into the system specifically, you can contact our technical support team at support@thestrategiccounsel.com.

We ask that you are online at least 15 minutes prior to the beginning of the session in order to ensure you are set up and to allow our support team to assist you in case you run into any technical issues. We also ask that you restart your computer prior to joining the group.

You may be required to view some material during the course of the discussion. If you require glasses to do so, please be sure to have them handy at the time of the group. Also, you will need a pen and paper in order to take some notes throughout the group.

This is a firm commitment. If you anticipate anything preventing you from attending (either home or work-related), please let me know now and we will keep your name for a future study. If for any reason you are unable to attend, please let us know as soon as possible at **[1-800-xxx-xxxx]** so we can find a replacement.

Thank you very much for your time.

RECRUITED BY: _____

DATE RECRUITED: _____

Appendix B – Discussion Guides

Guide du modérateur français

INTRODUCTION (10 minutes) Tous les lieux

- Le modérateur ou la personne responsable du soutien technique doit faire savoir aux participantes et aux participants qu'un stylo et du papier seront nécessaires afin de prendre des notes et d'écrire quelques réflexions au sujet des pièces de communication que nous leur montrerons plus tard au cours de la discussion.

LE GOUVERNEMENT DU CANADA DANS L'ACTUALITÉ (5 minutes) Tous les lieux

- Qu'avez-vous vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada au cours des derniers jours?
 - Où avez-vous vu, lu ou entendu cela?
- **Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT)** — Avez-vous récemment vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet du plan du gouvernement du Canada pour bâtir une économie plus forte?
 - Où avez-vous vu, lu ou entendu cette information?

Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT) — AFFICHER À L'ÉCRAN

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé que, dans le cadre de son plan visant à bâtir une économie, il s'attachait à construire plus rapidement des millions de nouveaux logements abordables dans l'intérêt des Canadiens. La construction sera réalisée de manière durable, en mettant l'accent sur l'énergie, les transports, le logement et la fabrication à faibles émissions.

Le plan consiste également à miser sur l'industrie canadienne notamment par le biais d'investissements importants dans notre armée, ce qui créera de nouveaux emplois dans les domaines de l'aérospatiale, de la construction navale, de la cybersécurité et de l'intelligence artificielle (IA). Une nouvelle politique « Achetez canadien » priorisera en outre l'utilisation d'acier, d'aluminium, de bois d'œuvre, de produits manufacturés et de technologies canadiennes pour la réalisation de projets canadiens. En plus d'être notre propre client privilégié, le gouvernement fédéral vise à doubler les exportations hors États-Unis au cours de la prochaine décennie.

Enfin, le gouvernement du Canada prévoit l'instauration de nouveaux programmes d'apprentissage et de formation professionnelle, ainsi qu'une nouvelle stratégie visant à attirer les talents afin que la prochaine génération de scientifiques et d'innovateurs puisse faire carrière au Canada.

Ce plan implique des choix difficiles, dont celui de combler le déficit d'exploitation en trois ans en réduisant les dépenses gouvernementales inutiles et en améliorant la performance sans augmenter les coûts, tout en protégeant les programmes essentiels, en particulier ceux destinés aux Canadiens vulnérables.

- **Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto (RGT) —** Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce plan?
 - Ce plan profitera-t-il, selon vous, à de jeunes adultes comme vous? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- **Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique —** Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet de la participation du gouvernement du Canada au Sommet de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE)?
 - Où avez-vous vu, lu ou entendu cela?

PERFORMANCES ET PRIORITÉS/ÉCONOMIE (35 minutes) — Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto —

J'aimerais maintenant me concentrer un peu plus sur le gouvernement du Canada en général...

- **Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto —** Qu'est-ce que le gouvernement du Canada fait de bien?
- **Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto —** Qu'est-ce que le gouvernement fédéral doit améliorer? Pourquoi êtes-vous de cet avis?
- Quels sont, à votre avis, les principaux enjeux auxquels le gouvernement fédéral devrait accorder la priorité?
 - Pourquoi ces enjeux sont-ils importants?
- Comment se porte, à votre avis, l'économie canadienne dans son ensemble? Pourquoi êtes-vous de cet avis?

- SI ON RÉPOND QUE L'ÉCONOMIE SE PORTE MAL, POSER LA QUESTION SUIVANTE : Que faudrait-il qu'il se passe pour que vous commenciez à être optimiste concernant l'économie canadienne?
- Comment décririez-vous la performance du gouvernement du Canada en matière de gestion des enjeux économiques? Diriez-vous que le gouvernement du Canada est généralement sur la bonne voie ou sur la mauvaise voie?
 - Quels sont des exemples du travail effectué par le gouvernement fédéral pour traiter de l'économie?
 - Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, région métropolitaine de Montréal, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — À quel point ces mesures ont-elles été efficaces? Pourquoi êtes-vous de cet avis?
- Quelles autres initiatives souhaiteriez-vous que prenne le gouvernement du Canada en ce qui concerne l'économie?

Vallée de l'Okanagan, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — J'aimerais maintenant centrer la discussion sur le marché de l'emploi plus particulièrement.

- Vallée de l'Okanagan, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — À votre connaissance, le taux de chômage au Canada est-il actuellement en hausse (ce qui se traduit par une diminution du nombre d'emplois), en baisse ou se maintient-il à peu près au même niveau? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
 - SI ON RÉPOND QU'IL EST EN HAUSSE, POSER LA QUESTION SUIVANTE : Pourquoi est-il en hausse à votre avis?

Vallée de l'Okanagan, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — **LE MODÉRATEUR FOURNIRA LES ÉCLAIRCISSEMENTS SUIVANTS QU'IL AFFICHERA À L'ÉCRAN :**

Le taux de chômage a augmenté de 0,2 point de pourcentage pour atteindre 7,1 % en août
Municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — et est resté inchangé en septembre.

Depuis janvier 2025, il a augmenté en tout de 0,5 point de pourcentage.

Le taux de chômage en août a atteint son niveau le plus élevé depuis mai 2016 (à l'exception des années 2020 et 2021).

À titre de comparaison, le taux de chômage se situait en moyenne à 6 % juste avant la pandémie de COVID-19.

- Vallée de l'Okanagan, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — À votre connaissance, quels sont les facteurs qui pourraient expliquer la hausse du taux de chômage?
- Vallée de l'Okanagan, municipalité de Clarington, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Quelles mesures le gouvernement du Canada devrait-il prendre, le cas échéant, pour remédier à cette situation?

MARCHÉ DE L'EMPLOI/CHÔMAGE (30 minutes) Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario

J'aimerais maintenant que l'on parle plus particulièrement du marché de l'emploi...

- Dans son ensemble, comment qualifieriez-vous la situation sur le marché de l'emploi pour une personne travaillant dans le secteur des métiers spécialisés? Diriez-vous qu'elle est bonne, mauvaise ou ni bonne ni mauvaise? Pourquoi?
 - Dans quelle mesure est-il facile ou difficile pour des gens de métier comme vous de trouver un emploi dans votre domaine d'intérêt?
 - Avez-vous été confronté(e) à des difficultés ou à des obstacles en cherchant de l'emploi?
 - L'offre d'emploi est-elle suffisante dans votre région?
 - Votre région connaît-elle des pénuries de main-d'œuvre?
 - SI OUI : Quels sont les répercussions des pénuries de main-d'œuvre dans votre région?
- Lorsque vous vous projetez cinq ans en avant, prévoyez-vous que le marché de l'emploi canadien sera pire, meilleur ou identique? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- En vous projetant cinq à dix ans en avant, comment imaginez-vous la situation sur le marché de l'emploi au Canada?
 - Quels sont les secteurs et industries qui, à votre avis, connaîtront la plus forte croissance?
 - Quelles sont les compétences qui seront demandées?
 - Dans quelle mesure êtes-vous confiant quant à vos chances de trouver un bon emploi dans cette future économie? Pourquoi êtes-vous de cet avis?



- Diriez-vous qu'en matière de création d'emploi, le gouvernement du Canada est sur la bonne voie ou sur la mauvaise voie?
- Avez-vous connaissance de mesures que prend le gouvernement du Canada pour favoriser la création d'emplois, offrir des formations professionnelles ou soutenir les travailleurs de toute autre manière?
 - Que devrait encore faire le gouvernement du Canada pour aider?

BUDGET (20-30 minutes) — vallée de l'Okanagan, travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean

Comme vous le savez peut-être, chaque année, le gouvernement du Canada dépose un budget. C'est dans ce cadre qu'il décrit ce dans quoi il investira, les modifications qui seront apportées à certains programmes, et qu'il présente son plan pour les années à venir. Il fera également des projections sur certains éléments, comme le déficit et la trajectoire économique.

- Avez-vous entendu, lu ou vu quelque chose au sujet des plans du gouvernement fédéral concernant le budget?
 - SI OUI : Qu'avez-vous lu, vu, ou entendu à ce sujet?

Vallée de l'Okanagan — Le gouvernement du Canada a déclaré qu'il entendait réduire les dépenses liées au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et investir davantage dans des projets visant à stimuler la croissance économique.

- **Vallée de l'Okanagan** — Que pensez-vous de cette approche? Avez-vous des questions ou des préoccupations au sujet de cette approche?
- **Vallée de l'Okanagan** — Quels sont les secteurs dans lesquels le gouvernement fédéral pourrait, à votre avis, réaliser des économies?
- **Vallée de l'Okanagan** — Et dans quels secteurs le gouvernement fédéral devrait-il tenter d'investir davantage?
- **Vallée de l'Okanagan** — Et si ces investissements entraînaient une augmentation des dépenses globales du gouvernement fédéral par rapport à ce qu'elles étaient auparavant, quelle serait alors votre réaction?

Vallée de l'Okanagan — Le gouvernement du Canada a déclaré que, compte tenu de la guerre commerciale avec les États-Unis, nous devons diversifier l'économie afin de réduire notre dépendance envers les États-Unis. Cela implique d'augmenter le financement d'initiatives qui

contribueront à la croissance de l'économie nationale, comme la mise en œuvre de grands projets, la construction de logements, un soutien aux secteurs et industries touchés par la guerre commerciale, ainsi que le renforcement de l'armée canadienne.

- **Vallée de l'Okanagan** — Êtes-vous d'accord ou en désaccord avec l'approche du gouvernement fédéral? Pourquoi ou pourquoi pas?
- **Vallée de l'Okanagan** — Et si le gouvernement du Canada investissait davantage dans ces secteurs, quelle serait votre réaction?
- **Vallée de l'Okanagan** — Et si ces investissements avaient pour effet d'augmenter le déficit, cela changerait-il votre réaction?

Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Je vais vous montrer quelques messages dont le gouvernement du Canada pourrait se servir dans ses communications au sujet du budget. J'aimerais que vous me fassiez part de vos premières réactions à chacun de ces messages, que vous me disiez si le message vous rejoint et si vous le trouvez clair.

Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto - Message 1 au sujet du budget

AFFICHER À L'ÉCRAN :

Dans le cadre de son budget, le gouvernement aura des choix responsables à faire et des décisions difficiles à prendre. Son plan consiste à consacrer moins d'argent au fonctionnement de l'appareil gouvernemental et à réduire le gaspillage, afin que les Canadiens puissent investir davantage dans les travailleurs, les entreprises et les infrastructures qui contribueront à bâtir un avenir meilleur pour tous.

- **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto** — Quelles sont vos premières réactions?
- **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto** — Ce message vous rejoint-il?



- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Le message est-il clair?
- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto Le message améliore-t-il, empire-t-il ou ne change-t-il pas du tout votre perception des plans du gouvernement du Canada concernant le budget et l'économie canadienne?

Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto - Message 2 au sujet du budget :

AFFICHER À L'ÉCRAN

Dans le cadre de son budget, le gouvernement du Canada sera amené à faire des choix pragmatiques et à prendre des décisions difficiles afin de protéger les programmes et les initiatives qui viennent en aide aux plus vulnérables de notre société, de consolider les programmes qui contribuent à réduire les coûts dans l'intérêt des travailleurs canadiens et de mettre en place des programmes qui vous aideront à améliorer votre situation.

- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Quelles sont vos premières réactions?
- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Ce message vous rejoint-il?
- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Le message est-il clair?
- Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto Le

message améliore-t-il, empire-t-il ou ne change-t-il pas du tout votre perception des plans du gouvernement du Canada concernant le budget et l'économie canadienne?

- **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto** — Que signifie, selon vous, « faire des choix responsables et pragmatiques »? D'après vous, que veut dire le gouvernement du Canada par « faire des choix responsables et pragmatiques »?

Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto — Les deux messages que nous avons étudiés affirment que le gouvernement du Canada a des choix difficiles à faire ou des décisions difficiles à prendre.

- **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto** — Que pensez-vous de cette affirmation? Suscite-t-elle en vous des questions ou des préoccupations?

GRANDS PROJETS D'INFRASTRUCTURE/ÉCONOMIE (35 minutes) — **Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, municipalité de Clarington, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Canadiens âgés de 18 à 34 ans résidant dans la région du Grand Toronto** —

Passons à un sujet légèrement différent

- Qu'avez-vous vu, lu ou entendu au sujet du gouvernement du Canada et de grands projets d'infrastructure?
 - SI OUI : Qu'avez-vous vu, lu ou entendu à ce sujet? Où l'avez-vous vu, lu ou entendu?

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé une première série de cinq grands projets d'infrastructure à l'étude pour aider à transformer l'économie canadienne. Afin d'orienter ces projets, un nouveau bureau des grands projets, dont le siège social est situé à Calgary, sera chargé d'accélérer leur réalisation en simplifiant et en accélérant les processus d'approbation réglementaires et en aidant ces projets à obtenir du financement.

Les premiers projets à l'étude sont les suivants :

- **LNG Canada — phase 2 — Kitimat (Colombie-Britannique)** : Ce projet doublerait la production de gaz naturel liquéfié de LNG Canada, ce qui en ferait la deuxième plus grande installation du genre au monde.

- **Nouveau projet nucléaire de Darlington — Clarington (Ontario)** : Ce projet fera du Canada le premier pays du G7 à se doter d'un petit réacteur modulaire (PRM) opérationnel, fournissant de l'énergie propre à 300 000 foyers.
 - **Projet de terminal à conteneurs de Contrecœur — Contrecœur (Québec)** : Ce projet permettra d'augmenter la capacité de manutention de conteneurs du Port de Montréal d'environ 60 %.
 - **Projet de mine de cuivre de Foran à McIlvanna Bay — Centre-Est de la Saskatchewan** : Ce projet fournira du cuivre et du zinc afin de renforcer la position du Canada en tant que fournisseur mondial de minéraux critiques. C'est également le premier projet de cuivre carboneutre au Canada.
 - **Expansion de la mine Red Chris — Nord-Ouest de la Colombie-Britannique** : Ce projet permettra de prolonger de plus de 10 ans la durée de vie de la mine, d'augmenter de plus de 15 % la production annuelle de cuivre au Canada.
- Quelle est votre réaction générale à cette annonce?
 - Y a-t-il quoi que ce soit que vous aimez ou que vous n'aimez pas au sujet de l'un ou l'autre de ces projets?
 - Avez-vous de quelconques préoccupations concernant l'un ou l'autre de ces projets?
 - Le projet nucléaire à Clarington, en Ontario, réfère à un « petit réacteur modulaire ». Savez-vous en quoi consiste un petit réacteur nucléaire?
 - **Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton** — Êtes-vous d'avis que la construction d'un nouveau pipeline devrait figurer au nombre des projets à l'étude? Pourquoi ou pourquoi pas?
 - DEMANDER : Et un pipeline depuis l'Alberta jusqu'à la côte pacifique en Colombie-Britannique?
 - **Vallée de l'Okanagan, particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton** — Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet d'un projet de pipeline proposé par le gouvernement du Canada?
 - SI OUI : Qu'avez-vous entendu à ce sujet? Où avez-vous entendu parler de ce projet proposé?
 - **Municipalité de Clarington** — Quelles répercussions aura, le cas échéant, le nouveau projet nucléaire de Darlington au sein de votre collectivité?
 - SI CE N'EST PAS MENTIONNÉ : Pourrait-il avoir des impacts sur la création d'emplois?
 - SI CE N'EST PAS MENTIONNÉ : Et des impacts sur l'environnement?

- SI CE N'EST PAS MENTIONNÉ : Pourrait-il avoir des impacts quant à la capacité de la ville à gérer une demande accrue en matière de logement ou services de soins de santé?
- À votre avis, ces projets contribueraient-ils à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada?

En plus des cinq projets dont nous venons de discuter, le gouvernement du Canada a également cerné des secteurs d'intérêt et d'activité stratégiques qui contribueront à bâtir le Canada. Dans le cadre de ces stratégies porteuses pour le pays, on y retrouve notamment les initiatives suivantes :

AFFICHER À L'ÉCRAN :

- **Stratégie sur les minéraux critiques** : Aider à la mise en œuvre d'un plus grand nombre de projets de minéraux critiques impliquant l'ensemble du processus, allant de l'extraction initiale des matières premières à la construction de ports et de routes, en passant par le traitement et la fabrication.
- **Wind West Atlantic Energy** : Exploiter le potentiel éolien en Nouvelle-Écosse.
- **Oléoduc Pathways Plus** : Un projet de captage, d'utilisation et de stockage du carbone en Alberta, assorti d'une infrastructure énergétique supplémentaire qui soutiendrait un secteur de l'énergie conventionnelle solide.
- **Corridor économique et de sécurité pour l'Arctique** : Le développement de ports fortifiés et de routes toutes saisons, de pistes d'atterrissage et de systèmes de communication pour servir les opérations militaires et le développement commercial.
- **Port de Churchill Plus** : Améliorer le port de Churchill et élargir les corridors commerciaux grâce à une route praticable en toutes saisons, à une ligne de chemin de fer modernisée, à un nouveau corridor énergétique et à une capacité de déglacage maritime.
- **Train à grande vitesse Alto** : Développer un train à grande vitesse de Toronto à Québec atteignant des vitesses allant jusqu'à 300 km/h.
- Quelle est votre réaction générale à l'égard de ces secteurs d'intérêt supplémentaires?
- Y a-t-il quoi que ce soit que vous aimez ou que vous n'aimez pas à leur sujet?
 - Avez-vous de quelconques préoccupations concernant l'un ou l'autre de ces initiatives?
- Selon vous, ces initiatives contribueraient-elles à atteindre l'objectif de renforcer la sécurité économique du Canada?

CAMPAGNE DE PUBLICITÉ SUR L'ABORDABILITÉ (45 minutes) — Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard, région métropolitaine de Montréal —

Changement de sujet...

Je vais maintenant vous montrer des concepts que le gouvernement du Canada s'emploie actuellement à créer pour une campagne publicitaire.

Le premier concept se présente sous forme de scénarimage. Vous remarquerez qu'il n'est pas dans son format définitif. Le scénarimage est élaboré dès le début du processus créatif afin d'obtenir une illustration et un bref récit donnant une idée de ce à quoi ressemblera la vidéo une fois terminée. Le produit final consistera en une vidéo de 15 secondes produite de manière professionnelle qui sera diffusée sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques. Veuillez garder cela à l'esprit en visionnant ce concept.

AFFICHER LE CONCEPT À L'ÉCRAN

Concept : Message principal sur l'abordabilité – Vous travaillez fort.

Le modérateur affichera le scénarimage qui comportera une voix hors champ (VO). Ce sont les voix hors champ que le public entendra en visionnant la publicité.

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce concept? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- **Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard** — Le concept vous interpelle-t-il — en d'autres mots, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal de ce concept?
 - Le message est-il clair?

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard — Cette publicité comporte un message principal et un message facultatif. Étudions-les ensemble.

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard — **AFFICHER LES DEUX MESSAGES À L'ÉCRAN**

Message principal : Le gouvernement s'emploie à réduire les coûts — pour nous permettre d'aller de l'avant

Message facultatif : Le gouvernement aide à remédier à la hausse des coûts — pour nous permettre d'aller de l'avant



- **Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard** — Avez-vous préféré l'un des messages à l'autre?
 - SI OUI : Lequel? Pourquoi?
- **Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard** — Y a-t-il des aspects de ce concept qui vous ont surpris?

Région métropolitaine de Montréal — Le message principal est le suivant : Vous travaillez fort... et ça devrait rapporter. En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

- **Région métropolitaine de Montréal** — Que veut-on dire lorsqu'on parle de « progresser et de bâtir votre avenir »?
- Le message vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous d'autres idées de ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace?

Je vais maintenant vous montrer la même publicité, mais avec une voix hors champ différente.

AFFICHER LE CONCEPT À L'ÉCRAN

Concept : Message principal sur l'abordabilité – Vous travaillez fort (Option 1)

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce concept? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Quel est le message principal de ce concept?
 - Le message est-il clair?

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard — Le message principal est le suivant : Le gouvernement du Canada aide à réduire les coûts pour permettre aux Canadiens de bâtir une économie plus forte. Et d'augmenter vos chances, à vous et à votre famille, de progresser.

Région métropolitaine de Montréal — Le message principal est le suivant : Vous travaillez fort... et vos efforts devraient rapporter. Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

- **Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard** — Qu'entend-on dans ce message lorsqu'on parle de « progresser »? Que veut-on dire par « progresser »?

- Le message vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous d'autres idées de ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace?

Région métropolitaine de Montréal — Pour finir, je vais vous montrer la même publicité, mais avec une voix hors champ différente.

AFFICHER LE CONCEPT À L'ÉCRAN

Concept : Message principal sur l'abordabilité – Vous travaillez fort (Option 2)

Le modérateur affichera le scénarimage qui comportera une voix hors champ (VO). Ce sont les voix hors champ que le public entendra en visionnant la publicité.

- **Région métropolitaine de Montréal** — Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce concept? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- **Région métropolitaine de Montréal** — Quel est le message principal de ce concept?
 - Le message est-il clair?

Région métropolitaine de Montréal — Le message principal est le suivant : Vous travaillez fort. Le gouvernement du Canada réduit les impôts pour vous aider. Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété, pour vous aider à bâtir votre avenir.

- **Région métropolitaine de Montréal** — Le message vous incite-t-il à consulter le site Web?
- **Région métropolitaine de Montréal** — Avez-vous des idées sur ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace?

Les deux prochains concepts se présentent sous forme de message à publier sur les réseaux sociaux.

AFFICHER LE CONCEPT 2 À L'ÉCRAN

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, Île-du-Prince-Édouard — **Concept 2 : Réduire les impôts**

Région métropolitaine de Montréal — **Concept n° 2 : Classe moyenne**

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce concept? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Le concept est-il accrocheur? En d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal de ce concept?
 - Le message est-il clair?

- Y a-t-il des aspects de cette publicité qui vous ont surpris?
- Ce message vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous d'autres idées de ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace?

AFFICHER LE CONCEPT 3 À L'ÉCRAN

Concept n° 3 : Régime canadien de soins dentaires

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce concept? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Le concept est — il accrocheur? En d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal de ce concept?
 - Le message est-il clair?
- Y a-t-il des aspects de cette publicité qui vous ont surpris?
- Ce message vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous d'autres idées de ce qui pourrait rendre cette publicité plus efficace?

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, île-du-Prince-Édouard — Comme vous l'aurez constaté, les publicités et les messages destinés aux réseaux sociaux renvoient à un site Web : Canada.ca/cout-de-la-vie (*Réduire vos coûts et vous aider à aller de l'avant — Canada.ca*). Ce site Web présente les mesures d'abordabilité pour les Canadiens.

Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, île-du-Prince-Édouard — **AFFICHER LES CAPTURES D'ÉCRAN DU SITE WEB**

- Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, île-du-Prince-Édouard — Quelles sont vos réflexions initiales au sujet de cette page Web?
- Particuliers préoccupés par le coût de la vie résidant dans le corridor Calgary-Edmonton, île-du-Prince-Édouard — Cette page Web contient-elle le type de renseignements que vous vous attendiez à y trouver?
- Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island — Cette page Web contient-elle de nouveaux renseignements?



- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
- Y a-t-il des mesures d'abordabilité manquantes qui devraient figurer sur cette page Web?

PUBLICITÉ SUR L'ABORDABILITÉ — TEXTES (30 minutes) Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario —

Nous allons maintenant étudier les textes d'une potentielle courte publicité vidéo créée par le gouvernement du Canada qui pourrait être diffusée dans les médias sociaux et sur des plateformes numériques. Comme je n'ai que le texte, je vais vous lire ce que vous entendriez. Je vais vous lire le texte deux fois et nous discuterons ensuite de ce que vous en pensez. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous souvenir des aspects de la vidéo qui vous ont plu ou déplu.

La publicité comporte diverses images ou séquences et vous entendrez ce qui suit de la bouche d'un narrateur :

AFFICHER À L'ÉCRAN :

Vous travaillez fort...

Et ça devrait rapporter.

Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches.

Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce texte? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Trouvez-vous le texte accrocheur — en d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal?
 - Le message est-il clair?
- Vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

Je vais vous montrer un autre script.

AFFICHER À L'ÉCRAN :

Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.

En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches...

*Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.
Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie*

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce script? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Trouvez-vous le script accrocheur — en d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal?
 - Le message est-il clair?
- Vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

Et maintenant je veux vous montrer un dernier script. Vous remarquerez que celui-ci est une variante du premier script que nous avons passé en revue.

AFFICHER À L'ÉCRAN :

Vous travaillez fort...

Et ça devrait rapporter.

Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première habitation,

Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce script? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Trouvez-vous le script accrocheur — en d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Quel est le message principal?
 - Le message est-il clair?
- Vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

L'une des différences entre les textes que je vous ai montrés ce soir concernait les premières lignes. Je vais vous les montrer à nouveau ici. Je vais les afficher de nouveau.

AFFICHER À L'ÉCRAN :

Option 1 : *Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.*

Option 2 : *Vous travaillez fort et ça devrait rapporter.*

- Lequel des deux textes est plus efficace à votre avis?
- Lequel vous rejoint le plus personnellement?

AFFICHER TOUS LES MESSAGES À L'ÉCRAN

- Selon vous, quel script est le plus efficace?
- Lequel vous incite le plus à consulter le site Web?
- Pour finir, avez-vous d'autres idées pour rendre ces publicités plus efficaces?

RELATIONS CANADA-ÉTATS-UNIS — DROITS DE DOUANE (20 minutes) **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal, Saguenay - Lac-Saint-Jean**

J'aimerais maintenant centrer notre discussion sur les relations entre le Canada et les États-Unis...

- Qu'avez-vous vu lu ou entendu au sujet des droits de douane imposés par les États-Unis sur les produits canadiens exportés aux États-Unis?
- Et comment évalueriez-vous le gouvernement du Canada concernant sa gestion de la situation commerciale avec les États-Unis? Est-il sur la bonne voie ou sur la mauvaise voie? Pourquoi?

FURNIR LES ÉCLAIRCISSEMENTS SUIVANTS : Les États-Unis ont imposé des droits de douane sur divers produits canadiens importés aux États-Unis, notamment sur l'acier et l'aluminium, les pièces de véhicules automobiles et les produits énergétiques canadiens. Les produits répondant aux exigences de l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM) sont exemptés.

- Quels sont les impacts, le cas échéant, de ces droits de douane sur l'économie canadienne?
 - **Travailleurs de métiers spécialisés résidant en Ontario, région métropolitaine de Montréal** — Ces droits de douane affectent-ils votre secteur d'emploi?
 - SI OUI : En quoi vous affectent-ils personnellement?
 - **Saguenay - Lac-Saint-Jean** — Ont-ils des répercussions au sein de votre collectivité?
- Pensez-vous qu'il sera possible de parvenir, avec les États-Unis, à un accord prévoyant la suppression totale de tous les droits de douane récemment imposés, ou pensez-vous qu'au moins certains droits de douane resteront en vigueur? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

ANNONCE POUR MAISONS CANADA (30 minutes) Acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba

- Avez-vous vu, lu ou entendu quoi que ce soit au sujet des récentes priorités du gouvernement du Canada?
 - SI OUI : Qu'avez-vous entendu à ce sujet?
 - DEMANDER : Peut-être avez-vous entendu parler de Maisons Canada, une nouvelle initiative du gouvernement du Canada?
 - SI OUI : Qu'avez-vous entendu à ce sujet?

LE MODÉRATEUR AFFICHERA LES ÉCLAIRCISSEMENTS SUIVANTS À L'ÉCRAN :

Le gouvernement du Canada a récemment annoncé la création d'une nouvelle agence fédérale appelée Maisons Canada. Cette dernière a pour objectif de construire de nombreux logements abordables en utilisant judicieusement les terrains publics, en offrant des mesures incitatives financières souples, en attirant des capitaux privés, en facilitant la réalisation de projets de portefeuille de grande envergure et en venant en aide aux fabricants modernes.

- Quelles sont vos réflexions initiales à ce nouvel organisme fédéral?

LE MODÉRATEUR AFFICHERA LES ÉCLAIRCISSEMENTS SUIVANTS À L'ÉCRAN :

Maisons Canada axera ses efforts sur les logements conçus pour offrir des unités à un taux inférieur à celui du marché standard, afin que ces unités soient abordables pour les ménages à faible et moyen revenu.

L'objectif global est de doubler la construction de logements, de rétablir l'accessibilité financière et de réduire l'itinérance en construisant des logements supervisés et de transition.

Cette approche repose sur les trois grands piliers suivants :

1. Construire des logements abordables : travailler en collaboration avec l'industrie pour offrir des options de logements abordables qui resteront abordables à long terme ;
 2. Financer des logements abordables : offrir un financement stable, à long terme et à faible coût aux fournisseurs de logements privés et sans but lucratif ;
 3. Favoriser l'émergence d'un nouveau secteur du logement : contribuer à créer une demande pour des méthodes de construction novatrices et durables, tel que la construction d'habitations en usine et les logements préfabriqués.
- Quelles sont vos réflexions au sujet de cette approche?



L'un des moyens utilisés par Maisons Canada pour livrer un plus grand nombre de logements plus rapidement consisterait à se servir de terrains publics pour y appliquer des méthodes de construction novatrices et durables, comme la construction de maisons préfabriquées, et à utiliser du bois canadien certifié ainsi que des matériaux recyclés et à faibles émissions pour construire ces maisons.

- Cette stratégie permettra-t-elle de construire un plus grand nombre de logements plus rapidement et à des prix abordables? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Ce type d'initiative vous serait-elle profitable personnellement?
 - SI OUI : Pourquoi?

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE RÉSIDENTIELLE (45 minutes) — Île-du-Prince-Édouard, acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba —

Poursuivons...

Nous aimerions maintenant vous poser quelques questions au sujet de l'efficacité énergétique résidentielle.

Avant de commencer :

- Île-du-Prince-Édouard — Y en a-t-il parmi vous qui sont propriétaires d'une habitation? (À MAIN LEVÉE)
 - SI OUI : Prévoyez-vous de rénover votre habitation?
- Île-du-Prince-Édouard — Y en a-t-il parmi vous qui planifient l'achat d'une habitation ou la vente de leur habitation actuelle au cours de la prochaine année?
- Acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba — Y en a-t-il parmi vous qui planifient l'achat d'une habitation d'ici les quelques prochaines années?
- Y en a-t-il parmi vous qui ont entendu parler du programme ÉnerGuide du gouvernement du Canada?
 - SI OUI : De quoi s'agit-il?

AFFICHER À L'ÉCRAN

Le gouvernement du Canada a mis en place un programme appelé ÉnerGuide, dans le cadre duquel un conseiller en énergie se rend à votre domicile pour effectuer une évaluation afin de déterminer la quantité d'énergie que votre maison consomme et d'identifier les améliorations et les rénovations qui pourraient contribuer à améliorer l'efficacité énergétique de votre habitation. Pour ce faire, le conseiller évalue les caractéristiques physiques de votre habitation, notamment le type de système

de chauffage et le niveau d'isolation, afin de calculer la cote de rendement énergétique de l'habitation, en se basant sur un ensemble d'hypothèses standard (comme le nombre d'occupants et le réglage des thermostats). Ces hypothèses ne reflètent pas toujours le mode de consommation énergétique des occupants actuels (par exemple, la température qu'ils préfèrent ou la fréquence à laquelle ils utilisent leurs appareils électroménagers), mais elles permettent d'établir de meilleures comparaisons entre habitations. Une fois son évaluation terminée, le conseiller en énergie remet au propriétaire une étiquette indiquant la cote énergétique de l'habitation et un résumé de sa consommation d'énergie, ainsi qu'un rapport contenant des suggestions d'améliorations et de rénovations permettant de réaliser des économies d'énergie.

- Maintenant que je vous ai fourni un peu plus d'information, y en a-t-il parmi vous qui ont entendu parler de ce programme?
 - Île-du-Prince-Édouard — SI OUI : Votre maison a-t-elle déjà fait l'objet d'une évaluation énergétique?
 - Acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba — SI OUI : Savez-vous si une évaluation énergétique de votre lieu de résidence actuel a déjà été effectuée?
- Quels sont les types d'habitations qui, selon vous, obtiendraient une cote énergétique satisfaisante?
- Et une cote énergétique insatisfaisante?
- Lorsque vous pensez à la cote énergétique d'une habitation, quels sont, selon vous, les facteurs les plus importants à prendre en compte?
 - La taille de l'habitation devrait-elle selon vous, avoir une incidence sur la cote énergétique d'une habitation?
 - DEMANDER : Les habitations de plus petite taille devraient-elles obtenir une meilleure cote?
 - Et la situation géographique de l'habitation?
 - DEMANDER : Les habitations situées là où les conditions climatiques sont moins rigoureuses devraient-elles obtenir une meilleure cote?
 - Et le type d'habitation (p. ex. habitations en rangée ou individuelles)?
 - DEMANDER : Les habitations compactes et contigües devraient-elles obtenir une meilleure cote?
 - Et les habitations présentant des améliorations écoénergétiques (p. ex. mesures d'étanchéisation, isolation accrue et amélioration des équipements)?
 - DEMANDER : Les habitations présentant des améliorations de ce type devraient-elles obtenir une meilleure cote?
 - Quels autres facteurs devraient être pris en considération concernant la cote énergétique d'une habitation?



- Supposons que votre habitation actuelle ait fait l'objet d'une évaluation énergétique. Quels sont les renseignements que vous souhaiteriez qu'une étiquette énergétique résidentielle vous fournisse au sujet de votre habitation?
- Si vous envisagiez l'achat d'une habitation, quels sont les renseignements que vous souhaiteriez qu'une cote de rendement énergétique résidentiel vous fournisse à son sujet?

AFFICHER À L'ÉCRAN

Les cotes énergétiques fournissent des renseignements sur le rendement énergétique d'une habitation. Ces renseignements peuvent être utiles aux personnes envisageant l'achat d'une habitation ou la location, la vente ou la rénovation de leur habitation actuelle. La cote en tant que telle pourrait être présentée de différentes façons. À titre d'exemple, elle pourrait se présenter

- sous forme de mesure de la consommation énergétique annuelle exprimée en kilowattheures par mètre carré (quantité d'énergie consommée en un an par rapport à la surface de plancher de l'habitation) ou en gigajoules (quantité absolue d'énergie consommée en un an) ;
 - D'une note sur 10 ou sur 100 ;
 - D'une note alphabétique de A à F.
- Quel type de format de notation serait le plus convivial ou vous serait le plus utile?
 - DEMANDER : Pourquoi dites-vous cela?

Île-du-Prince-Édouard — Supposons maintenant que vous avez fait faire une évaluation énergétique de votre habitation et que la cote que vous avez obtenue était la suivante.

Acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba — Supposons maintenant que vous avez fait faire une évaluation énergétique de l'habitation dans laquelle vous vivez et que la cote que vous avez reçue était la suivante

AFFICHER L'IMAGE À L'ÉCRAN – Cote ÉnerGuide

- Que vous apprend cette cote sur le rendement énergétique de votre maison?
- Dans ce cas-ci, la cote se présente sous forme d'estimation de la consommation énergétique annuelle de l'habitation, mesurée en gigajoules par an. Cette cote est-elle, à votre avis, facile ou difficile à comprendre?
 - SI ON A RÉPONDU « DIFFICILE », POSER LA QUESTION SUIVANTE : Qu'est-ce qui la rendrait plus claire?
- Pensez-vous que cette cote pourrait vous être utile?

- **Île-du-Prince-Édouard** — Cette cote vous aiderait-elle à prendre des décisions concernant d'éventuelles rénovations résidentielles, l'achat ou la location d'une habitation ou la vente de votre habitation actuelle?
- **Acheteurs d'une première propriété résidant au Manitoba** — Cette cote vous aiderait-elle à prendre des décisions concernant l'achat ou la vente d'une habitation?

Une cote énergétique résidentielle peut être utile :

1. Pour comparer le rendement énergétique de différentes habitations dans votre région
 2. Pour comparer le rendement énergétique de différentes habitations partout au Canada
 3. Pour vous aider à décider si vous investissez ou non dans des améliorations écoénergétiques
- Parmi ces différents usages, lesquels sont susceptibles de correspondre à vos besoins?
 - DEMANDER : Vous serviriez-vous d'une étiquette énergétique résidentielle pour comparer des habitations partout au Canada ou pour investir dans des améliorations écoénergétiques?

Supposons que vous ayez fait faire une évaluation énergétique et que vous ayez reçu une cote énergétique pour votre habitation ou pour une habitation que vous envisagiez d'acheter.

- Pensez-vous qu'il serait utile de comparer la cote de votre habitation à un indice de référence ou à d'autres maisons?
 - DEMANDER : Serait-il utile de la comparer à une habitation moyenne?
 - DEMANDER : Serait-il utile de la comparer à une habitation construite selon les normes écoénergétiques les plus rigoureuses?

Pour fournir un cadre de référence pour l'évaluation énergétique d'une maison, celle-ci peut être présentée en comparaison avec des habitations semblables dans votre région.

- Dans ce contexte, que devrait-on entendre par « dans votre région », selon vous? Ça pourrait par exemple vouloir dire d'autres habitations dans votre quartier, votre ville ou votre province.
- Et dans ce contexte, que devrait-on entendre par « habitations semblables »? Ça pourrait par exemple vouloir dire d'autres habitations comportant le même nombre de chambres à coucher, de même taille (en pieds carrés), de même type (individuelles, appartements, entre autres) ou d'environ le même âge.

CAMPAGNE PUBLICITAIRE CONCERNANT LES MESURES DE SOUTIEN D'EDSC RELATIVES AUX DROITS DE DOUANE (80 minutes) **Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique**
—



Je vais maintenant vous montrer des concepts que le gouvernement du Canada s'emploie actuellement à créer pour une campagne publicitaire.

Nous allons commencer par examiner les images qui ont pour but de donner le ton et de vous donner un aperçu du thème de ce concept. Nous examinerons ensuite le texte d'une vidéo publicitaire de 30 secondes qui pourrait être diffusée sur les réseaux, des plateformes numériques et à la télévision. Comme je n'ai que le texte, je vais vous lire ce que vous entendriez. Je vous lirai le texte deux fois, après quoi vous me direz ce que vous en pensez. N'hésitez pas à prendre des notes pour vous souvenir des aspects de la publicité qui vous ont plu ou déplu.

Une fois réalisée, la vidéo définitive comportera diverses images et vous entendrez des mots prononcés par un narrateur ou une narratrice.

Mais je vais d'abord vous montrer des exemples d'images que vous verriez dans la vidéo avant de vous lire le texte :

CONCEPT 1

Cette publicité mettra en valeur les matières premières et transformées qui sont au cœur de l'identité canadienne.

Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, Colombie-Britannique
— **AFFICHER LES « MATÉRIAUX NATURELS/TRANSFORMÉS » À L'ÉCRAN**

Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, Colombie-Britannique
— **Texte n° 1**

Les travailleurs et les entreprises du Canada sont le fondement de notre économie. Lorsque les droits de douane frappent, ils relèvent le défi en innovant, en s'adaptant et en allant de l'avant.

Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Bâtissons ensemble un Canada fort.

Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane

Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec — **AFFICHER LE THÈME DES « DES PERSONNES AU TRAVAIL » À L'ÉCRAN**



Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec — AFFICHER LE TEXTE n° 1 À L'ÉCRAN (LE LAISSER À L'ÉCRAN AU COURS DE LA DISCUSSION JUSQU'À CE QU'ON SOIT ARRIVÉ À LA SECTION DES PUBLICITÉS DESTINÉES AUX RÉSEAUX SOCIAUX)

- Quelles sont vos premières réactions à cette publicité? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Quel est, selon vous, le but de cette publicité?
- Quel est le message principal de ce concept?
- Quels sentiments cette publicité suscite-t-elle en vous?
 - Après avoir vu cette publicité, que pensez-vous de la réponse du gouvernement du Canada aux tarifs douaniers? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Si cette publicité était diffusée sur un site Web, sur les réseaux sociaux ou à la télévision, croyez-vous que vous la remarqueriez? Attirerait-elle votre attention?
 - Est-elle mémorable? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Y a-t-il un ou des éléments de la publicité qui prêtaient à confusion ou qui manquaient de clarté? Pourquoi?
- Après avoir vu une publicité comme celle-ci, consulteriez-vous le site Web pour en savoir plus? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

Le narrateur nous fait savoir que « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi ».

- Et si le narrateur nous disait plutôt que : « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme un programme d'Æ plus souple et la bonification des semaines de prestations, ainsi que des contre-mesures tarifaires régionales ». Préférez-vous cette version? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Avez-vous des suggestions à faire pour améliorer l'efficacité avec laquelle cette publicité informe les Canadiens des mesures prises par le gouvernement du Canada pour soutenir les travailleurs et les employeurs canadiens touchés par des droits de douane?

Et maintenant, je veux vous montrer des publicités destinées aux réseaux sociaux.

AFFICHER LES PUBLICITÉS À L'ÉCRAN



INSÉRER LES MESSAGES DESTINÉS AUX RÉSEAUX SOCIAUX 1.1 et 1.2

- Quelles sont vos réflexions immédiates à ce concept publicitaire? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Quel est le message principal de ce concept?
- Vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?
- Que pensez-vous de la formulation « travailleurs et employeurs touchés par des droits de douane »? Est-ce une façon appropriée de parler des Canadiens qui doivent composer avec des droits de douane? Pensez-vous à d'autres façons d'en parler?

Je vais maintenant vous montrer la publicité sous forme de panneau publicitaire. Le panneau d'affichage se présente généralement sous la forme d'un grand panneau extérieur utilisé pour afficher des publicités. À titre d'exemple, vous apercevrez parfois de grands panneaux publicitaires en voyageant sur une autoroute nationale.

AFFICHER LE PANNEAU PUBLICITAIRE À L'ÉCRAN

INSÉRER LE PANNEAU PUBLICITAIRE 1

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce panneau publicitaire? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Remarqueriez-vous ce panneau publicitaire en marchant ou en conduisant votre véhicule? Attirerait-elle votre attention?
- Trouvez-vous le concept attrayant, en d'autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

Je vais maintenant vous montrer un autre concept semblable à celui qu'on vient de voir. Comme on l'a fait précédemment, on va commencer par le texte d'une vidéo publicitaire de 30 secondes.

Une fois de plus, je vais vous montrer des exemples d'images qu'on verrait dans la vidéo avant de vous lire le texte.



CONCEPT 2

Cette publicité aura pour thème principal des personnes exerçant leurs métiers ou travaillant dans leurs secteurs d'activité respectifs.

Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick —, Colombie-Britannique **AFFICHER LE THÈME DES « PERSONNES AU TRAVAIL » À L'ÉCRAN**

Texte n° 2

Les travailleurs et les entreprises du Canada ont bâti notre pays, avec force et ténacité.

Si vous êtes confronté à cette période difficile, vous n'êtes pas seul.

Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Ensemble nous surmonterons ces difficultés et nous en sortirons plus forts.

Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec — **AFFICHER À L'ÉCRAN**
AFFICHER LE TEXTE 2 À L'ÉCRAN

- Quelles sont vos premières réactions à cette publicité? Qu'est-ce qui vous fait dire cela? Quel est, selon vous, le but de cette publicité?
- Quel est le message principal de ce concept?
- Quels sentiments cette publicité suscite-t-elle en vous?
 - Après avoir vu cette publicité, que pensez-vous de la réponse du gouvernement du Canada aux droits de douane? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Si cette publicité était diffusée sur un site Web, sur les réseaux sociaux ou à la télévision, croyez-vous que vous la remarqueriez? Attirerait-elle votre attention?
 - Est-elle mémorable? Pourquoi ou pourquoi pas?



- Y a-t-il un ou des éléments de la publicité qui prêtaient à confusion ou qui manquaient de clarté? Pourquoi?
- Après avoir vu une publicité comme celle-ci, consulteriez-vous le site Web pour en savoir plus? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Avez-vous des suggestions pour améliorer l'efficacité avec laquelle cette publicité informe les Canadiens des mesures prises par le gouvernement du Canada pour venir en aide aux entreprises et aux travailleurs canadiens touchés par des droits de douane?
- Pour la première phrase, que diriez-vous si, au lieu du mot « entreprises », on employait le mot « employeurs »? Est-ce que la publicité vous interpellerait davantage avec ce mot?
 - Les mots « employeurs » et « entreprises » ont-ils, selon vous, la même signification ou une signification différente? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

Et maintenant, je veux vous montrer des publicités destinées aux réseaux sociaux.

AFFICHER LES PUBLICITÉS À L'ÉCRAN

INSÉRER LES MESSAGES POUR RÉSEAU SOCIAL 2.1 et 2.2

- Quelles sont vos réflexions immédiates à ce concept publicitaire? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Quel est le principal message de ce concept?
- Vous incite-t-il à consulter le site Web?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

Et maintenant, je veux vous montrer un panneau publicitaire.

AFFICHER À L'ÉCRAN

INSÉRER LE PANNEAU PUBLICITAIRE 2

- Quelles sont vos réflexions initiales concernant ce panneau publicitaire? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?
- Remarqueriez-vous ce panneau publicitaire en marchant ou en conduisant votre véhicule? Attirerait-elle votre attention?



- Trouvez-vous le concept attrayant — en d’autres mots, vous interpelle-t-il, vous parle-t-il?
- Avez-vous des idées dont vous souhaiteriez nous faire part pour rendre cette publicité plus efficace?

J’aimerais maintenant que vous pensiez à tout ce que vous avez vu concernant chaque concept, c’est-à-dire les images, le texte, les messages pour réseau social et le panneau publicitaire. Je vais vous montrer quelques images des deux concepts côte à côte, juste pour vous rappeler le thème de chaque concept.

AFFICHER LES IMAGES DU THÈME CORRESPONDANT À CHAQUE CONCEPT CÔTE À CÔTE À L’ÉCRAN

SONDAGE : En pensant aux images en général correspondant à chacun des concepts, veuillez sélectionner celle qui, selon vous, est le plus efficace pour démontrer que le gouvernement du Canada prend des mesures pour venir en aide aux entreprises et aux travailleurs canadiens touchés par des droits de douane.

- LE MODÉRATEUR PASSE EN REVUE LES CHOIX : Pourquoi avez-vous sélectionné ce concept?

La publicité s’est terminée avec une courte phrase et l’adresse d’une page Web. Je vais vous montrer quelques versions différentes de l’adresse Web pour ensuite que vous y réagissiez.

AFFICHER À L’ÉCRAN

Option 1 : Canada.ca/soutien-droits-de-douane

Option 2 : Canada.ca/rester-fort

Option 3 : Canada.ca/response-tarifaire

SONDAGE : Veuillez choisir parmi les options suivantes celle qui serait la plus efficace pour inciter quelqu’un à consulter le site Web afin d’en savoir plus sur les mesures que prend le gouvernement du Canada pour venir en aide aux entreprises et aux travailleurs touchés par des droits de douane.

- LE MODÉRATEUR PASSE EN REVUE LES CHOIX — Pourquoi avez-vous choisi ce concept?
- Maintenant, en pensant au site Web et à sa raison d’être, quel type d’information vous attendriez-vous à y trouver?
 - Vous attendriez-vous à trouver de l’information différente si la publicité concernait des employeurs plutôt que des entreprises? Pourquoi ou pourquoi pas?

STATCAN (15 minutes) [Travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Nouveau-Brunswick, travailleurs touchés par les droits de douane résidant au Québec, Colombie-Britannique](#) —

- Avez-vous entendu parler de Statistique Canada?
 - Quel est, selon vous, le rôle de cet organisme?

Statistique Canada est l'organisme national du Canada chargé de recueillir et d'analyser des données sur l'économie, la société et l'environnement du Canada afin d'aider le gouvernement, les entreprises et le public à prendre des décisions.

- Maintenant que vous savez est son rôle, croyez-vous que cette agence puisse vous être utile?
- Pour ceux qui ont déjà entendu parler de Statistique Canada, faites-vous confiance aux données et aux produits que publie cet organisme?
 - Préciser : Il peut par exemple s'agir du Recensement ou d'indicateurs relatifs au chômage et à l'inflation.
- À votre avis, comment peut-on améliorer la confiance du grand public envers Statistique Canada?
- Avez-vous entendu parler de l'Enquête sur la population active?
 - SI OUI : Que savez-vous à son sujet?

L'Enquête sur la population active est l'enquête mensuelle menée par Statistique Canada pour recueillir de l'information sur les emplois occupés par les gens, leurs heures de travail, et pour savoir s'ils sont actuellement à la recherche d'un emploi.

- Croyez-vous qu'il s'agisse d'une enquête importante? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

CONCLUSION (5 minutes) — **Tous les lieux**

- Avant de conclure, y a-t-il autre chose que vous souhaiteriez dire au gouvernement fédéral? Il peut s'agir de précisions que vous souhaiteriez avoir sur les sujets abordés aujourd'hui ou d'un sujet que vous jugez important, mais dont nous n'avons pas discuté.



Guide du modérateur anglais

INTRODUCTION (10 minutes) – All locations

- Moderator or technician should let participants know that they will need pen and paper in order to take some notes, jot down some thoughts around some material that we will show them later in the discussion.

GOVERNMENT OF CANADA IN THE NEWS (5 minutes) – All Locations

- What have you seen, read, or heard about the Government of Canada in the last few days?
 - Where did you read, see, or hear this news?
- **Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** Have you seen, read, or heard anything recently about the Government of Canada's plan to build a stronger economy?
 - Where did you read, see, or hear this news?

Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 SHOW ON SCREEN

The Government of Canada recently announced that as part of its plan to build a stronger economy, it is focused on building millions of new homes, faster, that Canadians can afford. Building will be done sustainably, focusing on low-emission energy, transport, housing and manufacturing.

The plan is also to build Canadian, notably via major investments in our military, which will create new careers in aerospace, shipbuilding, cyber and artificial intelligence (AI). Additionally, a new Buy Canadian policy will prioritize Canadian steel, aluminum, lumber, manufactured goods, and technology for Canadian projects. As well as being our own best customer, the federal government is aiming to double non-U.S. exports in the next decade.

Finally, the Government of Canada plans to unlock new apprenticeships and skills training programs, and a new talent strategy for the next generation of scientists and innovators to build their careers in Canada.

This plan involves making tough choices, notably balancing the operating deficit in three years by reducing wasteful government spending and doing more with less, while protecting essential programs, especially those geared toward vulnerable Canadians.

- **Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** What are your initial thoughts about this plan?
 - Do you think this plan will benefit young adults like yourselves? What makes you say that?

- **New Brunswick Tariff-Impacted Workers, Quebec Tariff-Impacted Workers, British Columbia**
Have you seen, read, or heard anything recently about the Government of Canada's participation at the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) Summit?
 - Where did you read, see, or hear this news?

PERFORMANCE AND PRIORITIES/ECONOMY (35 minutes) – **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island, Greater Montreal Area, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34**

Now I want to focus a little more on the Government of Canada broadly ...

- **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** What does the Government of Canada do well?
- **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** What does the Government of Canada need to improve on? Why do you feel this way?
- In your opinion, what are the top issues that the Government of Canada should be prioritizing?
 - Why are these issues important to prioritize?
- In your opinion, how is the Canadian economy doing overall? Why do you feel this way?
 - IF ECONOMY DOING POORLY: What would need to happen for you to start feeling optimistic about the Canadian economy?
- How would you describe the Government of Canada's performance when it comes to managing issues in the economy? Would you say that the Government of Canada is generally on the right track or wrong track?
 - What are some examples of work the federal government has done to deal with the economy?
 - **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Greater Montreal Area, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** How effective have these actions been? Why do you feel this way?
- What would you like to see from the Government of Canada when it comes to the economy?

Okanagan, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Now, I would like to talk about the job market specifically.

- **Okanagan, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** As far as you know, is Canada's unemployment rate these days going up, meaning there are fewer jobs, going down, or staying about the same? What makes you say that?
 - IF GOING UP: Why do you think unemployment is rising?

Okanagan, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 MODERATOR TO CLARIFY/SHOW ON SCREEN:

The unemployment rate rose 0.2 percentage points to 7.1% in August **Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** and remained unchanged in September.

Since January 2025, it has increased a total of 0.5 percentage points.

The unemployment rate in August was the highest since May 2016 (excluding 2020 and 2021).

In comparison, the unemployment rate averaged 6.0% from 2017 to 2019, just prior to the COVID-19 pandemic.

- **Okanagan, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** As far as you know, what might be contributing to the rising unemployment rate?
- **Okanagan, Clarington Municipality, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** What should the Government of Canada be doing, if anything, to respond to this situation?

JOB MARKET/UNEMPLOYMENT (30 minutes) Ontario Tradespeople

Now, I would like to talk about the job market specifically.

- Overall, how would you rate the state of the job market for someone working in the trades? Is it good, poor, or somewhere in between? Why?
 - How easy is it for someone like you to find a job in the field you're interested in?
 - Are there any challenges/barriers you've encountered when searching for work?
 - Are there enough job opportunities in your area?
 - Are there labour shortages in your area?
 - IF YES: What are the impacts of labour shortages in your area?
- Thinking about five years from now, do you imagine the Canadian job market will be worse, better, or the same? What makes you say that and why do you feel this way?
- Thinking five to ten years in the future, what do you think the job market in Canada might look like?

- Which industries do you think will see the most growth?
- Which skills do you think will be in demand?
- How confident do you feel, if at all, that you will have a good job in this future economy? Why do you feel this way?
- Would you say the Government of Canada is on the right track or wrong track when it comes to creating good jobs in Canada?
- Are you aware on any work the Government of Canada is doing to help create jobs, provide skills training, or otherwise support workers?
 - What should the Government of Canada do to help?

BUDGET (30 minutes) – Okanagan, Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean

As you may know, every year the Government of Canada releases a budget. This is where they describe what they will invest in, changes to programs, and lay out a plan for the coming years. They will also make projections on things like the deficit and where the economy is headed.

- Have you heard, read or seen anything about the federal government’s plans for the budget?
 - IF YES: What have you heard?

Okanagan The Government of Canada has said that it will reduce spending on government operations and invest more in projects that are intended to contribute to economic growth.

- **Okanagan** What do you think of this approach? Any questions/concerns?
- **Okanagan** Where do you think the federal government could find cost savings?
- **Okanagan** And where should the federal government try to invest more?
- **Okanagan** What if these investments meant that overall federal government spending ended up being higher than before - what’s your reaction in that case?

Okanagan The Government of Canada has said that, given the trade war with the United States, we need to diversify the economy to be less reliant on the U.S. This means we have to invest more in initiatives that will grow the economy at home, like major projects, homebuilding, supporting industries impacted by the trade war and strengthening Canada’s military.

- **Okanagan** Do you agree or disagree with the federal government’s approach? Why/why not?



- **Okanagan** If the Government of Canada increased in investments in these areas, how would you feel?
- **Okanagan** What if these investments increased the size of the deficit, does that change your reaction?

Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 The following are a few messages that the Government of Canada could use when communicating about the budget. For each, I would like you to let me know your initial reactions, if the message resonates with you and whether you feel the message is clear.

Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Budget Message 1:

SHOW ON SCREEN

In the Budget, the Government of Canada will have to make responsible choices, and some difficult decisions. The plan is to spend less on government operations and reduce waste, so Canadians can invest more in the workers, businesses, and nation-building infrastructure that will build a brighter future for all.

- **Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** What are your initial reactions?
- **Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** Does this message resonate with you?
- **Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** Is the message clear?
- **Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34** Does it make you feel better, worse or have no impact on your perception of the Government of Canada's plans for the budget and the Canadian economy?

Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Budget Message 2:



SHOW ON SCREEN

In the Budget, the Government of Canada will be making some pragmatic choices and taking tough decisions so it can protect programs and initiatives that support the most vulnerable in our society, reinforce programs that help bring down costs for hard-working Canadians, and build programs that help you get ahead.

- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 What are your initial reactions?
- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Does this message resonate with you?
- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Is the message clear?
- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Does it make you feel better, worse or have no impact on your perception of the Government of Canada's plans for the budget and the Canadian economy?
- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 What does "making responsible or pragmatic choices" mean to you? What do you think the federal government means when it says this?

Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 Both messages we've looked at mention the Government of Canada having to make some difficult decisions or tough choices.

- Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Manitoba First-Time Home Buyers, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34 What's your reaction to this idea? Does it raise any questions or concerns?

MAJOR INFRASTRUCTURE PROJECTS/ECONOMY (35 minutes) – Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Clarington Municipality, Saguenay Lac-Saint-Jean, Greater Toronto Area Canadians Aged 18 to 34

Shifting topics slightly ...

- Have you seen, read or heard of any news related to the Government of Canada and major infrastructure projects?
 - IF YES: What have you heard? Where did you hear it?

MODERATOR TO CLARIFY/SHOW ON SCREEN:

Recently, the Government of Canada announced an initial set of five major infrastructure projects under consideration to help transform Canada's economy. To help guide these projects, a new Major Projects Office, headquartered in Calgary, will be responsible for getting these projects built faster by streamlining and accelerating regulatory approval processes and helping these projects obtain financing.

The initial projects under consideration are the following:

- **LNG Canada Phase 2 in Kitimat, British Columbia:** This project would double LNG Canada's production of liquefied natural gas, making it the second largest facility of its kind in the world.
 - **Darlington New Nuclear Project in Clarington, Ontario:** This project will make Canada the first G7 country to have an operational small modular reactor (SMR), providing clean power to 300,000 homes.
 - **Contrecoeur terminal Container Project in Montréal, Quebec:** This project would expand the Port of Montréal's container capacity by about 60%.
 - **Mcllvenna Bay Foran Copper Mine Project in East-Central, Saskatchewan:** This project will supply copper and zinc to strengthen Canada's position as a global supplier of critical minerals. It is also the first net-zero copper project in Canada.
 - **Red Chris Mine Expansion in Northwestern British Columbia:** This project will extend the lifespan of the mine by over a decade and increase Canada's annual copper production by over 15%.
-
- What is your overall reaction to this announcement?
 - Is there anything you like or don't like?
 - Do you have any concerns about any of these projects?
 - The nuclear project in Clarington, Ontario refers to a "small modular reactor." Are you familiar with what a small modular reactor is?
 - **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living** Do you think that a new pipeline should be added as part of the projects under consideration? Why or why not?
 - PROBE: What about a pipeline from Alberta to the coast in BC?



- **Okanagan, Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living** Have you seen, read or heard anything about a proposal for a pipeline project?
 - IF YES: What have you heard? Where did you hear it?
- **Clarington Municipality** What impact, if any, will the Darlington New Nuclear Project have on your community?
 - IF NOT MENTIONED: What about impacts on employment and job creation?
 - IF NOT MENTIONED: What about impacts on the environment?
 - IF NOT MENTIONED: What about impacts on the city's capacity to manage an increased demand in housing or healthcare services?
- In your opinion, will these projects help achieve the goal of strengthening Canada's economic security?

In addition to the five projects we just discussed, the Government of Canada has also identified strategic areas of focus and activity to help build Canada. The initiatives within these nation-building strategies include the following:

SHOW ON SCREEN:

- **Critical Mineral Strategy:** Get more critical mineral projects underway, involving the entire process from the initial mining of raw materials to the construction of ports and roads, to processing and manufacturing.
 - **Wind West Atlantic Energy:** Leveraging wind power potential in Nova Scotia.
 - **Pathways Plus:** An Alberta-based carbon capture, utilization, and storage project with additional energy infrastructure that would support a strong conventional energy sector.
 - **Arctic Economic and Security Corridor:** The development of fortified ports and all-season roads, runways and communication systems to serve military operations and commercial development.
 - **Port of Churchill Plus:** Upgrade the Port of Churchill and expand trade corridors with an all-weather road, updated rail line, a new energy corridor, and marine ice-breaking capacity.
 - **Alto High-Speed Rail:** Develop a high-speed rail from Toronto to Quebec City reaching speeds of up to 300km/h.
- What is your overall reaction to these additional areas of focus?
 - Is there anything you like or don't like?
 - Do you have any concerns about any of these initiatives?



- In your opinion, would these initiatives help achieve the goal of strengthening Canada's economic security?

AFFORDABILITY ADVERTISING CAMPAIGN (45 minutes) – Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island, Greater Montreal Area

Shifting topics ...

I'm now going to show you some concepts that are currently being developed by the Government of Canada for an advertising campaign.

The first concept is in the form of a storyboard. You will notice that it is not in finished form. A storyboard is something that is developed early in the creative process so you get an illustration and short narrative that gives a sense of what the video might look like in its finished format. The final product will be a 15-second video produced professionally that will be shown on social media and digital platforms. Please keep this in mind as you are viewing this concept.

SHOW CONCEPT #1A ON SCREEN

Concept #1A: Overarching affordability message – Working Hard

Moderator to show storyboard, which will contain a voice over (VO). Voice overs represent what the viewers will hear as the ad plays.

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
Is the concept appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message of this concept?
 - Is the message clear?

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island This ad contains a main message and an alternative message. Let's review them together.

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island
SHOW BOTH MESSAGES ON SCREEN

Main message: The Government of Canada is lowering costs – so we can move forward together.

Alternative message: The Government of Canada is helping with costs – so we can move forward.

- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
Did you prefer one of the messages over the other?
 - IF YES: Which one? Why?
- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
Did anything in this concept surprise you?

Greater Montreal Area The main message states: You work hard – and it should pay off. By reducing taxes, the Government of Canada is putting more money back in your pocket. To increase your chances of getting ahead and building your future.

- **Greater Montreal Area** What does it mean when we say, “to progress and build your future?”
- Does this concept motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this concept more effective?

Next, I will show you the same concept, but with a different voiceover.

SHOW CONCEPT #1B ON SCREEN

Concept #1B: Overarching affordability message – Working Hard (Alternative)

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- What is the main message of this concept?
 - Is the message clear?

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island The main message states: The Government of Canada is helping lower costs so Canadians can succeed to build a stronger economy. With more chances for you and your family to get ahead.

Greater Montreal Area The main message states: You work hard – and your efforts should pay off. Programs, benefits, and tax credits ... We’re putting more money in your pocket. To increase your chances of getting ahead and building your future.

- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
What does it mean when the message says “to get ahead”? What does it mean to get ahead?
- Does this version of the concept motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this concept more effective?



Greater Montreal Area Finally, I will show you the same advertisement, but with a different voiceover.

SHOW CONCEPT #1C ON SCREEN

Concept #1C: Overarching affordability message – Working Hard (Alternative 2)

Moderator to show storyboard, which will contain a voice over (VO). Voice overs represent what the viewers will hear as the ad plays.

- **Greater Montreal Area** What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- **Greater Montreal Area** What is the main message of this concept?
 - Is the message clear?

Greater Montreal Area The main message states: You work hard. The Government of Canada is cutting taxes to help you. We're reducing taxes on your paycheque and for first-time home buyers to help you build your future.

- **Greater Montreal Area** Does this ad motivate you to visit the website?
- **Greater Montreal Area** Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

The next two concepts are in the form of a social media message.

SHOW CONCEPT #2 ON SCREEN:

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island

Concept #2: Cutting Taxes

Greater Montreal Area **Concept #2: Middle-class**

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- Is the concept appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message of this concept?
 - Is the message clear?
- Did anything in this social media post surprise you?
- Does this post motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this post more effective?

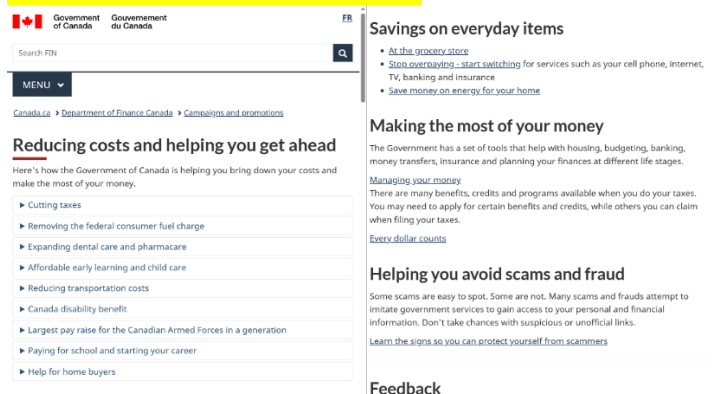
SHOW CONCEPT #3 ON SCREEN

Concept #3: Canadian Dental Care Plan

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- Is the concept appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message of this concept?
 - Is the message clear?
- Did anything in this social media post surprise you?
- Does this post motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this post more effective?

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island As you have seen, the ads and social media posts point to a website: Canada.ca/Cost-of-Living ([Reducing costs and helping you get ahead - Canada.ca](http://Canada.ca/Cost-of-Living)). This webpage highlights the Government of Canada's affordability measures available to you.

Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island SHOW SCREENSHOTS OF WEBSITE



The screenshot shows the Government of Canada website. The main heading is "Reducing costs and helping you get ahead". Below this, there is a list of links for various cost-saving measures:

- ▶ Cutting taxes
- ▶ Removing the federal consumer fuel charge
- ▶ Expanding dental care and pharmacare
- ▶ Affordable early learning and child care
- ▶ Reducing transportation costs
- ▶ Canada disability benefit
- ▶ Largest pay raise for the Canadian Armed Forces in a generation
- ▶ Paying for school and starting your career
- ▶ Help for home buyers

Other sections visible include "Savings on everyday items" with links to grocery stores, energy, and banking; "Making the most of your money" with information on tax benefits; and "Helping you avoid scams and fraud" with advice on recognizing suspicious links.

- Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island What are your initial thoughts about this web page?
- Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island Does this web page contain the type of information you expected?

- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
Does this web page contain any new information?
- **Calgary-Edmonton Corridor Individuals Concerned About the Cost of Living, Prince Edward Island**
Is there anything missing from this web page in terms of affordability measures?

AFFORDABILITY ADVERTISING - SCRIPTS (30 minutes) Ontario Tradespeople

We are now going to review scripts for a potential short video ad being developed by the Government of Canada that could be shown on social media and digital platforms. I only have a script, so I will read to you what you would hear. I will read the script twice, and then we will discuss your thoughts about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn't like about it.

The ad will show various images or footage and you will hear the following, spoken by a narrator:

SHOW ON SCREEN

When you get to keep more of your money...

It can help you build the future you want.

With programs and benefits to help lower your costs, we're putting more money back in your pocket...

So you can get ahead.

Learn how you could save at Canada.ca/cost-of-living

- What are your initial thoughts about this script? What makes you say that?
- Is it appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message?
 - Is the message clear?
- Does it motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

I want to show you another script ...

SHOW ON SCREEN

You've been working hard, and that hard work should pay off.



*The Government of Canada is lowering taxes, putting more money back in your pocket...
For more chances for you to get ahead and build your future.
Learn how you could save at Canada.ca/cost-of-living*

- What are your initial thoughts about this script? What makes you say that?
- Is it appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message?
 - Is the message clear?
- Does it motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

Now I want to show you one more script. You'll note that this one is a slight variation of the first one we reviewed.

SHOW ON SCREEN

*When you get to keep more of your money...
It can help you build the future you want.
We're cutting taxes on your paycheque and for first time home buyers...
So you can get ahead.
Learn how you could save at Canada.ca/cost-of-living*

- What are your initial thoughts about this script? What makes you say that?
- Is it appealing – i.e., does it speak to you?
- What is the main message?
 - Is the message clear?
- Does it motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

One of the differences between the scripts I have shown you tonight was the opening lines. I'll show them here again.

SHOW ON SCREEN

Option 1: *When you get to keep more of your money, it can help you build the future you want.*

Option 2: *You've been working hard, and that hard work should pay off.*

- Between the two, which do you think is more effective?
- Which one resonates the most with you, personally?

SHOW ALL MESSAGES ON SCREEN

- Which script do you think is most effective?
- Which one motivates you the most to visit the website?
- Any final thoughts on ways to make these ads more effective?

CANADA-U.S. RELATIONS - TARIFFS (20 minutes) Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area, Saguenay Lac-Saint-Jean

Now I'd like to focus on the relationship between Canada and the United States...

- What have you seen, read, or heard about the U.S. imposing tariffs on goods going from Canada to the United States?
- And how would you rate the Government of Canada's management of the trade situation with the United States? Are they on the wrong track or the right track? Why?

MODERATOR TO CLARIFY: The United States has imposed tariffs on various Canadian goods going to the U.S., including steel and aluminum, auto parts, and Canadian energy. Goods that are compliant with the Canada-United States-Mexico Agreement (CUSMA) are exempt.

- What impact, if any, are these tariffs having on Canada's economy?
 - Ontario Tradespeople, Greater Montreal Area Are there any impacts in your line of work?
 - IF YES: How does this impact you personally?
 - Saguenay Lac-Saint-Jean Are there any impacts in your community?
- Do you think it's possible to reach an agreement with the U.S., where all recently imposed tariffs are completely removed, or do you think that at least some tariffs will remain? What makes you say that?

BUILD CANADA HOMES ANNOUNCEMENT (30 minutes) Manitoba First-Time Home Buyers



- Have you seen, read, or heard anything recently about the Government of Canada’s plan to address housing issues?
 - IF YES: What have you heard?
 - PROBE: What about the Government of Canada’s new Build Canada Homes initiative?
 - IF YES: What have you heard?

MODERATOR TO CLARIFY/SHOW ON SCREEN:

The Government of Canada recently announced a new federal agency called Build Canada Homes. Its goal is to build lots of affordable housing by making good use of public lands, offering flexible financial incentives, attracting private capital, facilitating large portfolio projects, and supporting modern manufacturers.

- What are your initial thoughts about this new federal agency?

MODERATOR TO CLARIFY/SHOW ON SCREEN:

Build Canada Homes will focus primarily on housing designed to provide units below the standard market rate so that these units are affordable for low- and middle-income households.

The overall goal is to double housing construction, restore affordability, and reduce homelessness by building transitional and supportive housing.

There are three pillars to this approach:

4. Build affordable homes: work with industry to provide affordable housing options that remain affordable over the long-term.
5. Finance affordable homes: offer stable, long-term, low-cost financing to private and non-profit housing providers.
6. Catalyze a new housing industry: help generate demand for innovative and sustainable building methods like factory-built and prefabricated construction.

- What are your thoughts about this approach?

One of the ways Build Canada Homes will deliver more homes more quickly is by using public lands for innovative and sustainable building methods, such as factory-built housing, and using certified Canadian wood and recycled and low-emission materials for these homes.

- Do you think this strategy will lead to more homes more quickly and at affordable prices? What makes you say that?
- Personally, do you think you would benefit from this type of initiative?

- IF YES: How so?

HOME ENERGY EFFICIENCY (45 minutes) – Prince Edward Island, Manitoba First-Time Home Buyers

Moving on ...

Now, we would like to ask you some questions about home energy efficiency.

Before we get started:

- **Prince Edward Island** Does anyone own a home? [SHOW OF HANDS]
 - IF YES: Do you have any plans to renovate your home?
- **Prince Edward Island** Does anyone have any plans to buy a home or sell their home in the next year?
- **Manitoba First-Time Home Buyers** Does anyone have any plans to buy a home in the next few years?
- Is anyone familiar with the Government of Canada's EnerGuide for homes program?
 - IF YES: What is it?

SHOW ON SCREEN

The Government of Canada has a program called EnerGuide, where an energy advisor comes to your home to complete an evaluation to determine how much energy your home uses and identify upgrades and renovations that would help improve your home's energy efficiency. To do so, the advisor assesses your home's physical characteristics, like the type of heating system and the level of insulation to calculate the home's energy rating, assuming a standard set of operating conditions (like the number of occupants and the thermostat settings). These assumptions won't always reflect how the current occupants use energy (for example, the temperature they prefer, or how often they use the appliances), but it allows for better comparisons between homes. When complete, the energy advisor provides the homeowner with a label that includes the home's energy rating and a summary of its energy consumption, alongside a report with suggestions for energy-saving upgrades and renovations.

- Now that I've given you a bit more information, is anyone familiar with this program?
 - **Prince Edward Island** IF YES: Have you had an energy assessment done for your home?
 - **Manitoba First-Time Home Buyers** IF YES: Are you aware of whether there has been an energy assessment done on your current place of residence?
- What sort of homes do you think would get a good home energy rating?

- What sort of homes would get a poor rating?
- What factors are most important when you think about a home's energy rating?
 - Do you think the size of the home should impact the home's energy rating?
 - PROMPT: Should smaller homes get better ratings?
 - What about the location of the home?
 - PROMPT: Should homes in milder climates get better ratings?
 - What about the type of housing (e.g., detached or rowhouse)?
 - PROMPT: Should compact and attached homes get better ratings?
 - What about the presence of energy-efficient upgrades (e.g., air sealing, added insulation and enhanced equipment)?
 - PROMPT: Should homes with these kinds of upgrades get better ratings?
 - What other factors should be considered when it comes to a home's energy rating?
- Imagine that you had an energy assessment done for your current home. What would you want a home energy rating to tell you about your current home?
- If you were thinking of buying a home, what, if anything, would you want a home energy rating to tell you about that home?

SHOW ON SCREEN

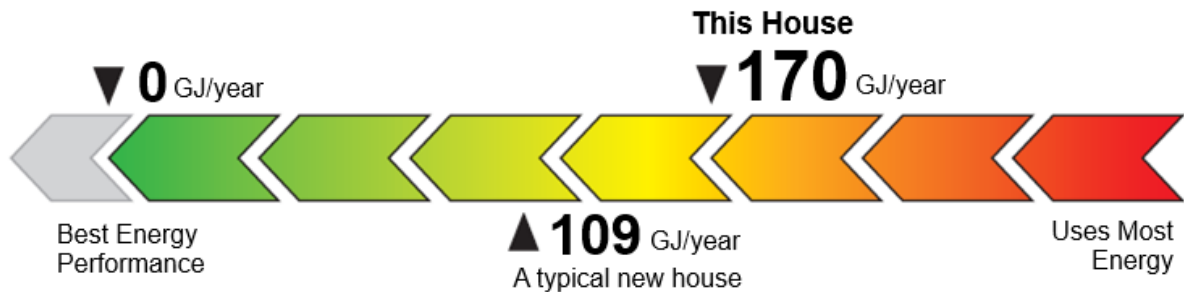
Home energy ratings provide information about a home's energy performance. This information may be used by those who are considering buying or renting, selling, or renovating their home. The rating itself could be presented in several different ways. For example, it could be presented as

- a measure of annual energy consumption such as kilowatt-hours per square meter (the amount of energy used in a year relative to the home's floor area) or gigajoules (the absolute amount of energy used in a year);
 - a score out of 10 or out of 100; or
 - a letter grade from A-F.
- What kind of rating format do you think would be most intuitive or useful to you?
 - PROMPT: Why do you say that?

Prince Edward Island Imagine once again that you had an energy assessment done for your home and this was the rating that you received.

Manitoba First-Time Home Buyers Imagine once again that you had an energy assessment done for the home you're living in and this was the rating that you received.

SHOW IMAGE ON SCREEN – EnerGuide rating



- What does this rating tell you about your house’s energy performance?
- Here, the rating is an estimate of the home’s annual energy consumption measured in gigajoules per year. Do you find this rating easy or difficult to understand?
 - IF DIFFICULT: What would make it clearer?
- Do you think this rating could be useful?
 - **Prince Edward Island** Would this rating help you make decisions about home renovations, buying or renting a home, or selling your home?
 - **Manitoba First-Time Home Buyers** Would this rating help you make decisions about buying or renting a home?

A home energy rating could be used:

2. To compare the energy performance of different homes in your area
 3. To compare the energy performance of different homes across all of Canada
 4. To help you decide whether to invest in energy efficiency upgrades
- Which of these different uses are you interested in, if any?
 - PROMPT: Would you use a home energy label to compare homes in your area, across Canada, or to invest in energy efficient upgrades?

Imagine you had an energy assessment done and you received an energy rating for your home or a home that you were considering buying.

- Do you think it would be helpful to see how your home’s rating compared to a benchmark or to other homes?
 - PROMPT: Is it helpful to see how it compares to an average home?
 - PROMPT: Is it helpful to see how it compares to a home built to the highest standards of energy efficiency?

To provide a frame of reference for a home energy rating, it can be presented in comparison to similar homes in your area.

- What do you think the term “your area” should mean in this context? For example, it could mean other homes in your neighbourhood, city, or province.
- What do you think the term “similar homes” should mean in this context? For example, other homes with the same number of bedrooms, similar size (square footage), same form (detached, apartment, etc.), or of a similar age.

ESDC TARIFF SUPPORT CAMPAIGN (80 minutes) New Brunswick Tariff-Impacted Workers, Quebec Tariff-Impacted Workers, British Columbia

I’m now going to show you two concepts that are currently being developed by the Government of Canada for an advertising campaign.

First, we are going to review a script for a 30 second video ad that could be shown on social media, digital platforms, and TV. I only have a script, so I will read to you what you would hear. I will read the script twice, and then we will discuss your thoughts about it. Feel free to take notes to help you remember what you liked and didn’t like about it.

When produced, the final video ad will show various images and you will hear words, spoken by a narrator.

But first, I will show you examples of some of the images you would see in the video before I read the script:

CONCEPT 1

This ad will showcase the natural and processed materials that are the foundation of Canada

New Brunswick Tariff-Impacted Workers, British Columbia SHOW ‘NATURAL/PROCESSED MATERIALS’ ON SCREEN

New Brunswick Tariff-Impacted Workers, British Columbia Script #1

Canadian workers and businesses are the foundation of our economy. They want to rise to the challenge when global tariffs hit – by innovating, adapting, and moving forward.

The Government of Canada is here to help with supports like reskilling packages for up to 50,000 workers and the work-sharing program to prevent layoffs.

Let's build a stronger Canada – together.

Visit Canada.ca/tariff-support to learn more.

Quebec Tariff-Impacted Workers **SHOW 'PEOPLE WORKING' THEME ON SCREEN**

Quebec Tariff-Impacted Workers **SHOW SCRIPT 1 ON SCREEN (KEEP ON SCREEN DURING THE DISCUSSION UNTIL WE GET TO THE SECTION WITH SOCIAL MEDIA ADS)**

- What are your initial reactions to this ad? What makes you say that?
- Who do you think this ad is for?
- What is the main message?
- How does this ad make you feel?
 - How does it make you feel about how the Government of Canada is responding to tariffs? What makes you say that?
- If you saw this ad on a web site, on social media, or on TV, do you think you would notice it? Would it capture your attention?
 - Is it memorable? Why or why not?
- Was anything confusing or unclear? How so?
- If you were to see an ad like this, would you visit the website to learn more? What makes you say that?

The narrator says 'The Government of Canada is here to help with supports like creating reskilling packages for up to 50,000 workers and the work-sharing program to prevent layoffs'.

- What if instead the narrator said: "The Government of Canada is here to help with supports like EI flexibility and extended benefits, and the regional tariff response measures'. Do you prefer this version? What makes you say that?
- Do you have any suggestions for how this ad could more effectively let Canadians know about the kinds of things the Government of Canada is doing to support Canadian workers and employers affected by tariffs?

Now I want to show you some social media advertisements.



SHOW ON SCREEN

INSERT SOCIAL MEDIA POST 1.1, 1.2

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- What is the main message of this concept?
- Does this ad motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?
- What do you think of the wording 'tariff-impacted workers and employers'? Is this an appropriate way to refer to Canadians navigating tariffs? Can you think of any other way to describe it?

Now I want to show you the ad in the form a billboard. A billboard is typically a large outdoor board used to display advertisements. For example, you'll sometimes see large advertising billboards while traveling along a major highway.

SHOW ON SCREEN

INSERT BILLBOARD 1

- What are your initial thoughts about this billboard? What makes you say that?
- Would you notice this billboard as you were walking or driving? Would it capture your attention?
- Is the concept appealing – i.e., does it speak to you?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

Next, I will show you another concept, similar to what we've just seen. Once again, we'll start with the script for a 30 second video ad.

Once again, I will show you examples of some of the images you would see in the video before I read the script.

CONCEPT 2

This ad will focus on people working in their respective trade or sector.

New Brunswick Tariff-Impacted Workers, British Columbia **SHOW 'PEOPLE WORKING' ON SCREEN**

Script #2

Canadian workers and businesses built this country.
Their strength and tenacity shaped the Canada we know today.
As a worker or employer tackling these challenging times, you're not alone.

The Government of Canada is here to help with supports like reskilling packages for up to 50,000 workers and the work-sharing program to prevent layoffs.

Together, we will overcome challenges and stand stronger than before.

Learn more about support for tariff-impacted workers and employers at Canada.ca/stand-strong.

**Quebec Tariff-Impacted Workers SHOW 'NATURAL/PROCESSED MATERIALS' THEME ON SCREEN
SHOW SCRIPT 2 ON SCREEN (KEEP ON SCREEN DURING THE DISCUSSION UNTIL WE GET TO THE
SECTION WITH SOCIAL MEDIA ADS)**

- What are your initial reactions to this ad? What makes you say that? Who do you think this ad is for?
- What is the main message?
- How does this ad make you feel?
 - How does it make you feel about how the Government of Canada is responding to tariffs? What makes you say that?
- If you saw this ad on a web site, on social media or on TV, do you think you would notice it? Would it capture your attention?
 - Is it memorable? Why or why not?
- Was anything confusing or unclear? How so?
- If you were to see an ad like this, would you visit the website to learn more? What makes you say that?
- Do you have any suggestions for how this ad could more effectively let Canadians know about the kinds of things the Government of Canada is doing to support Canadian businesses and workers affected by tariffs?
- For the first line, what would you think if we used the term 'employers' instead of 'businesses'? Would that make the ad resonate more with you?

- Do ‘employers’ and ‘businesses’ mean the same thing to you or are they different? What makes you say that?

Now I want to show you social media advertisements.

SHOW ON SCREEN

INSERT SOCIAL MEDIA POST 2.1, 2.2

- What are your initial thoughts about this concept? What makes you say that?
- What is the main message of this concept?
- Does this ad motivate you to visit the website?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

Now I want to show you a billboard advertisement.

SHOW ON SCREEN

INSERT BILLBOARD 2

- What are your initial thoughts about this billboard? What makes you say that?
- Would you notice this billboard as you were walking or driving? Would it capture your attention?
- Is the concept appealing – i.e., does it speak to you?
- Do you have any thoughts about what could make this ad more effective?

Now I want you think about everything you saw for each concept – the images, the script, the social media posts and the billboard. I’m going to show you a few images of both concepts side by side just as a reminder of the theme of each concept.

SHOW IMAGES FROM EACH CONCEPT SIDE BY SIDE ON SCREEN

POLL: Thinking about each overall concept and not just the images, please select the one that you feel most effectively shows that the Government of Canada is taking action to support Canadian businesses and workers affected by tariffs.

- MODERATOR TO GO THROUGH EACH SELECTION: Why did you make this selection?

The ad ended with a short phrase and a web page address. I'm going to show you a few different versions of the web address and get your reactions.

SHOW ON SCREEN

Option 1: Canada.ca/Tariff-Support

Option 2: Canada.ca/Stand-Strong

Option 3: Canada.ca/Tariff-response

POLL: Please select which of these options you think would most effectively entice someone to visit the website to learn more about what the Government of Canada is doing to support Canadian businesses and workers affected by tariffs.

- MODERATOR TO GO THROUGH EACH SELECTION: Why did you make this selection?
- Now thinking about the website and its purpose, what kind of information would you expect to find here?
 - If the ad referred to employers rather than businesses, would you expect to find different information on the website? Why/why not?

STATSCAN (15 minutes) [New Brunswick Tariff-Impacted Workers, Quebec Tariff-Impacted Workers, British Columbia](#)

- Have you heard of Statistics Canada?
 - What do you think they do?

Statistics Canada is Canada's national agency that collects and analyzes data about Canada's economy, society, and environment to support decision-making by government, businesses, and the public.

- After hearing about what they do, do you think this agency is relevant to you?
- For those who are familiar with Statistics Canada, do you trust the data and products they release?
 - PROMPT: This could include things like the Census, as well as indicators for unemployment and inflation.
- In your opinion, how can we improve the general public's overall trust in Statistics Canada?
- Have you heard of the Labour Force Survey?
 - IF YES: What do you know about it?



The Labour Force Survey is Statistics Canada's monthly survey that collects information about the jobs people have, the hours they work, and whether they are currently looking for work.

- Do you think this survey is important? What makes you say that?

CONCLUSION (5 minutes) – All locations

- Before we close, is there anything else you would like to say to the federal government? It can be an additional point related to anything we discussed today, or it could be something you think is important but wasn't discussed.

Annexe C – Concepts publicitaires

Campagne de publicité sur l'abordabilité

Video Storyboard: Working Hard

Open on scene of workers in an everyday job.

VO: You're working hard - and you deserve to feel secure.

Cut to scene showing neighbour offering a hand. Vibe: it's okay to need help.

VO: Even as our economy faces challenges, there's help available.

Cut to family shot with people, happy and relaxed.

VO: The Government of Canada is lowering costs – so we can move forward, together.

VO ALT 1: The Government of Canada is helping with costs – so we can more forward.

VO: Learn how you could save at Canada.ca/Cost-of-living.

Screen fades to black. Canada wordmark | Canada.ca/Cost-of-living



Ce concept de scénarimage, intitulé « Travailler fort », comporte un texte ainsi que le regroupement de quatre images disposées de haut en bas à l'extrême droite du concept. Le texte comprend les indications scéniques et la voix hors champ suivantes : Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail. VO : « Vous travaillez fort – et vous méritez de vous sentir en sécurité ». Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : Il n'y a aucun mal à avoir besoin d'aide. VO : « Même si notre économie est confrontée à des difficultés, des aides vous sont offertes ». Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus. VO : « Le gouvernement du Canada réduit les coûts – pour nous permettre de progresser. » VO (version optionnelle anglaise n° 1 : « Le gouvernement du Canada aide à réduire les coûts –pour nous permettre de progresser »). VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Coût-de-la-vie. » L'écran fond au noir. Les images (de haut en bas) sont celles de deux ouvriers de la construction sur un chantier en train d'assembler une imposante structure, d'un voisin tendant une miche de pain à un autre, d'une famille (père, jeune fille et mère) s'étreignant autour d'une table remplie de nourriture, ainsi que du logo du gouvernement du Canada et de l'adresse URL Canada.ca/Cout-de-la-vie sur fond noir.

Travailler Fort

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.

VO : Vous travaillez fort – et ça devrait rapporter.

Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.

VO : En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.

VO : Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.

L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie



La version française de ce scénarimage est semblable à la version anglaise, à part le fait que l'une des images soit différente et que quelques modifications aient été apportées au texte. Ce dernier se lit comme suit : Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail. VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter ». Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct. » VO : « En réduisant les impôts, le gouvernement du Canada remet plus d'argent dans vos poches. » Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus. VO : « Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. » VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. » L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie. Les images de cette version sont les mêmes, à l'exception de la deuxième image montrant une mère joyeuse et son enfant dans l'aire de stationnement d'une épicerie avec un sac plein de denrées alimentaires.



Video Storyboard: Working Hard ALT

Open on scene of workers in an everyday job.

VO ALT: You've been working hard - and that hard work should pay off.

Cut to scene showing neighbour offering a hand. Vibe: it's okay to need help.

VO ALT: The Government of Canada is helping lower costs so Canadians can succeed and build a stronger economy.

Cut to family shot with people, happy and relaxed.

VO: With more chances for you and your family to get ahead.

VO: Learn how you could save at Canada.ca/Cost-of-living

Screen fades to black. Canada wordmark | Canada



Reprenant les mêmes images que celles de la version initiale, ce concept propose une voix hors champ différente. La VO pour ce concept est la suivante : « Vous travaillez fort et vos efforts devraient rapporter. Avoir besoin d'aide, c'est correct. Le gouvernement aide à réduire les impôts pour que les Canadiens puissent réussir et bâtir une économie plus forte. Ce qui augmente vos chances et celles de votre famille de progresser. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. »



Travailler Fort - ALT 1

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.

VO : Vous travaillez fort – et vos efforts devraient rapporter.

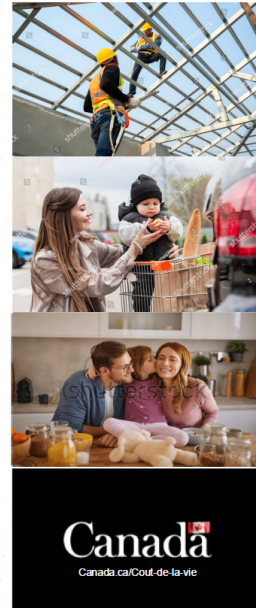
Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.

VO : Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.

VO : Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir.

VO : Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.
L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie



Ce scénarimage comporte les mêmes images que celles de la version initiale française, avec un texte différent. La narration pour ce concept est la suivante : VO : « Vous travaillez fort - et ça devrait rapporter. Programmes, prestations et crédits d'impôt... Nous mettons plus d'argent dans vos poches. Pour augmenter vos chances de progresser et de bâtir votre avenir. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie. »



Travailler Fort - ALT 2

Ouverture sur une scène quotidienne d'ouvriers au travail.

VO : Vous travaillez fort.

Couper à une scène où un voisin donne un coup de main. Ambiance : avoir besoin d'aide, c'est correct.

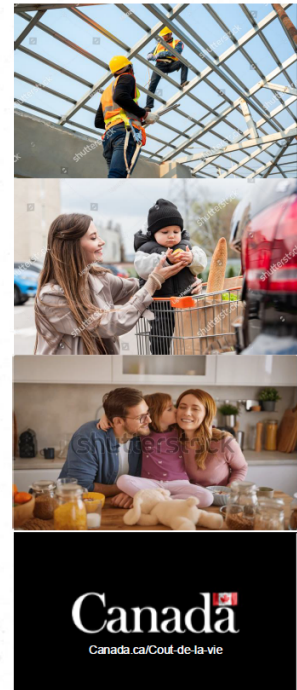
VO : Le gouvernement du Canada réduit les impôts pour vous aider.

Couper à une scène de famille, des gens heureux et détendus.

VO : Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première habitation, pour vous aider à bâtir votre avenir.

VO: Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie.

L'écran fond au noir. Mot-symbole Canada | Canada.ca/Cout-de-la-vie



Le scénarimage présente les mêmes images que celles des deux versions françaises précédentes avec un texte légèrement différent. La VO pour ce concept étant la suivante : VO : « Vous travaillez fort. Le gouvernement du Canada réduit les impôts pour vous aider. Nous réduisons les impôts sur votre chèque de paye et pour les acheteurs d'une première propriété pour vous aider à bâtir votre avenir. Voyez comment vous pourriez économiser : Canada.ca/Cout-de-la-vie ».

 **Ministère des Finances Canada**
Sponsorisé

Vous travaillez fort. Vous devriez donc garder une plus grande partie de votre paye. Nous réduisons les impôts pour vous aider.



VOUS TRAVAILLEZ FORT. NOUS RÉDUISONS LES IMPÔTS.

 Gouvernement du Canada  Government of Canada **Canada**

CANADA.CA/COUT-DE-LA-VIE [Learn More](#)

Voyez comment vous pourriez économiser.

 127  50 Comments

 Like  Comment  Share

Ce concept présente un échantillon de message du ministère des Finances Canada destiné aux réseaux sociaux. Le texte se lit comme suit : « Vous travaillez fort. Vous devriez donc garder une plus grande partie de votre paye. Nous réduisons les impôts pour vous aider. » Sous ce texte figure l'image de deux travailleurs de la construction travaillant à la construction d'une structure sur un chantier. Superposée à cette image figure en haut à droite une zone de texte dans laquelle figure en blanc sur fond noir le message « Vous travaillez fort. Nous réduisons les impôts. » Sous l'image figure une bannière blanche avec le mot-symbole Canada et au bas de ce concept figure la phrase d'accroche « Voyez comment vous pourriez économiser. » En bas à droite du concept, il y a également un bouton « En savoir plus » sur lequel les utilisateurs peuvent cliquer.



 **Ministère des Finances Canada**
Sponsorisé

Vous travaillez fort. Grâce au Régime canadien de soins dentaires, il est facile de prendre soins de votre hygiène dentaire.

VOUS TRAVAILLEZ FORT. NOUS VOUS AIDONS À COUVRIR LES FRAIS DENTAIRES.

 **Gouvernement du Canada** **Government of Canada** **Canada**

CANADA.CA/COUT-DE-LA-VIE [Learn More](#)

Voyez comment vous pourriez économiser.

127 50 Comments

Like Comment Share

Ce concept présente un échantillon de message du ministère des Finances Canada destiné aux réseaux sociaux. Dans la partie supérieure du message figurent les mots « Vous travaillez fort. Grâce au Régime canadien de soins dentaires, il est facile de prendre soin de votre hygiène dentaire. » Sur l'image principale de ce concept figure une jeune fille sur une chaise de dentiste en train de sourire alors qu'un dentiste examine ses dents. À gauche de cette image figure une zone de texte dans laquelle figurent en blanc sur fond noir les mots « Vous travaillez fort. Nous vous aidons à couvrir les frais dentaires. » Sous l'image figure une bannière blanche avec le mot-symbole Canada et au bas de ce concept figure la phrase d'accroche « Voyez comment vous pourriez économiser. » En bas à droite du concept, figure également un bouton « En savoir plus » sur lequel les utilisateurs peuvent cliquer.

Réduire vos coûts et vous aider à aller de l'avant

Voici comment le gouvernement du Canada vous aide à réduire vos coûts et à en avoir plus pour votre argent.

- ▶ [L'Allocation canadienne pour l'épicerie et les besoins essentiels \(anciennement le crédit pour la TPS\)](#)
- ▶ [Des repas à un plus grand nombre d'enfants d'âge scolaire](#)
- ▶ [Élimination de la redevance fédérale sur les combustibles imposée aux consommateurs](#)
- ▶ [Élargissement de la couverture des soins dentaires et de l'assurance-médicaments](#)
- ▶ [Laissez-passer Un Canada fort : les voyages et le patrimoine à moindre coût](#)
- ▶ [Réduction d'impôt et production automatisée des déclarations de revenus](#)
- ▶ [Abordabilité des services d'apprentissage et de garde des jeunes enfants](#)
- ▶ [Réduire les coûts de transport](#)
- ▶ [Prestation canadienne pour les personnes handicapées](#)
- ▶ [Augmentation salariale la plus importante en une génération pour les Forces armées canadiennes](#)
- ▶ [Financer ses études et démarrer sa carrière](#)
- ▶ [Aide pour les acheteurs d'une maison](#)
- ▶ [Économisez sur le chauffage de votre maison](#)

Économies sur les produits de tous les jours

- [À l'épicerie](#)
- [Dans votre communauté isolée du Nord](#)
- [Cessez de payer trop — changez de fournisseur](#). Cette page Web porte entre autres sur les services qu'offrent les fournisseurs de services de téléphonie cellulaire, d'Internet et de télévision et les services bancaires.
- [Économisez sur vos factures d'énergie résidentielles](#)

Tirer le maximum de votre argent

Le gouvernement dispose d'un ensemble d'outils qui aident à trouver un logement, à établir un budget, à effectuer des opérations bancaires, à transférer des fonds, à souscrire une assurance et à planifier ses finances à différentes étapes de la vie.

[Gérer votre argent](#)

Plusieurs crédits, prestations et programmes sont offerts lorsque vous produisez votre déclaration de revenus. Il peut être nécessaire de faire une demande pour certaines prestations et certains crédits, alors que d'autres peuvent être demandés lorsque vous produisez votre déclaration de revenus.

[Chaque dollar compte](#)

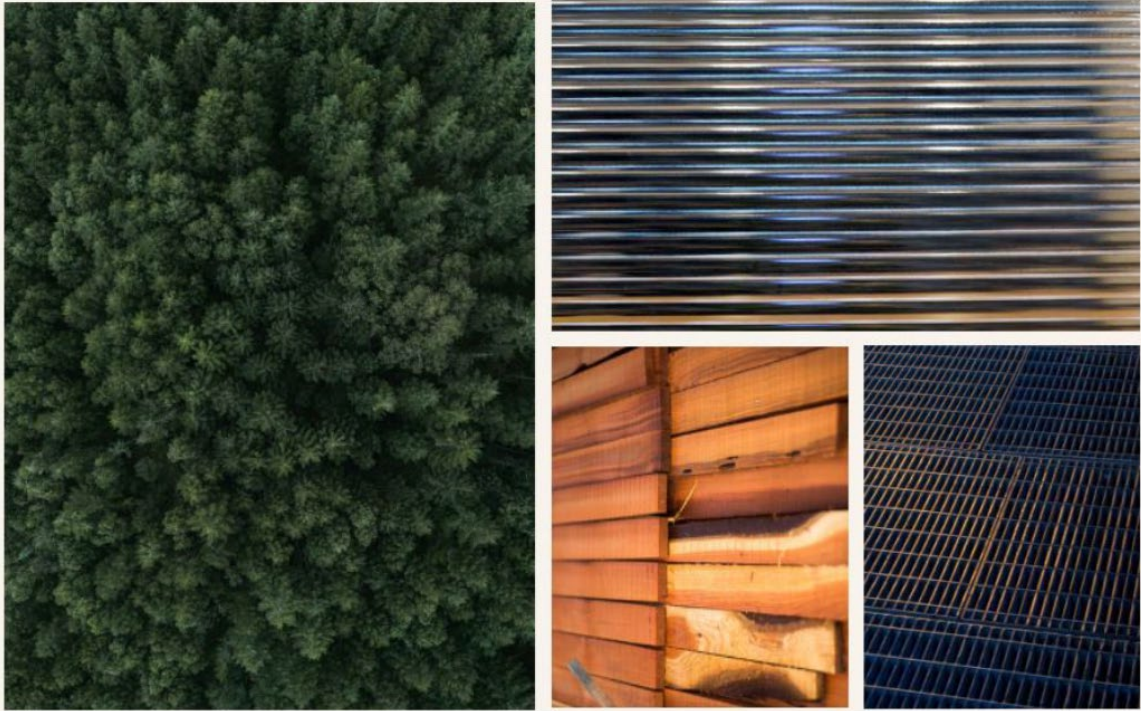
Évitez les arnaques et les fraudes

Certaines arnaques sont faciles à repérer, tandis que d'autres ne le sont pas. De nombreux arnaqueurs et fraudeurs tentent d'imiter les services du gouvernement afin d'avoir accès à vos renseignements personnels et financiers. Ne prenez pas de risques en cliquant sur des liens suspects ou non officiels.

[Apprenez les signes d'une arnaque pour vous protéger des fraudeurs](#)

Deux captures d'écran du site Web du gouvernement du Canada portant sur le coût de la vie sont montrées. La capture d'écran de gauche présente une image du drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada ». Directement sous cette image figure une barre de recherche dans laquelle les utilisateurs peuvent saisir l'information qu'ils recherchent. Sous cette barre de recherche se trouve une icône intitulée « Menu » avec une flèche de menu déroulant. Sous cette icône figure le texte Canada.ca > ministère des Finances du Canada > Campagnes et promotions. Sous ce texte, en caractères gras, figure le texte suivant : « Réduire les coûts et vous aider à progresser. » et « Voici comment le gouvernement du Canada aide à réduire vos coûts et à tirer le meilleur parti de votre argent. » Sous ce texte figurent des sous-sections déroulantes pour de nombreux domaines, à savoir : La réduction des impôts, la suppression de la redevance fédérale sur les combustibles exigée des consommateurs, l'élargissement des soins dentaires et de l'assurance médicaments, la réduction des coûts de transport, la prestation canadienne pour personnes handicapées, la plus importante augmentation salariale au sein des Forces armées canadiennes en une génération, les frais à payer pour les études et pour amorcer votre carrière et l'aide destinée aux acheteurs d'une propriété. La deuxième capture d'écran présente de l'information supplémentaire sous les en-têtes respectifs : Économiser sur des articles d'usage quotidien, Tirer le meilleur parti de votre argent, Conseils pour éviter les arnaques et la fraude, et Commentaires.

Campagne de soutien D'EDSC en réponse aux droits de douane



Un regroupement d'images montrant toutes des matériaux naturels ou transformés produits au Canada leur a été fourni. Dans la moitié gauche du concept figure l'image aérienne d'une forêt luxuriante et verdoyante. Dans le quadrant supérieur droit figurent des matériaux en acier, tandis que dans le quadrant inférieur droit figure une image de boiseries et celle d'une grille en acier.



278 likes

Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.



278 likes

Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi.

Deux messages destinés aux réseaux sociaux sont présentés côte à côte. Chacun d'eux est identifié comme ayant été publié par le compte d'EDSC. Sur le concept de gauche figurent les mots « Soutien aux travailleurs et aux employeurs touchés par des droits de douane » en grosses lettres blanches sur fond anthracite presque noir. Dans le tiers droit de ce concept figure l'image de tuyaux en acier. Au bas de l'image à droite figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende pour ce message se lit comme suit : « Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. » Sur le concept de droite dans une zone de texte figurent les mots « Aider le Canada à rester fort face aux droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc. Le texte figure dans le coin gauche de ce message, le reste du message étant occupé par une image en gros plan de revêtement en bois. Au bas de l'image à gauche figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende de ce message se lit comme suit : « Bâtissons ensemble un Canada fort. Visitez Canada.ca/soutien-droits-de-douane pour en savoir plus sur les mesures de soutien du gouvernement à l'intention des travailleurs et des employeurs comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. »



Un panneau publicitaire est représenté sur fond nocturne dans une ville où se dressent des gratte-ciel. Sur le côté gauche du panneau figure le texte suivant : « Quand les droits de douane augmentent, nous aidons le Canada à relever le défi » en grosses lettres noires, avec « Découvrez les mesures de soutien à Canada.ca/soutien-droits-de-douane » en petits caractères noirs en dessous. Ces mots figurent sur un fond blanc vif et se superposent à l'image de plus grande taille d'une forêt verdoyante occupant le reste du panneau d'affichage. Au bas de ce dernier, une bannière horizontale blanche comporte le drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada » à gauche, ainsi que le mot-symbole du gouvernement du Canada à droite.



Ce concept comporte une série de photos de travailleurs canadiens à l'œuvre dans différents secteurs et industries. L'image située à gauche du concept montre un travailleur forestier appuyé contre une imposante pile de rondins et tenant un casque orange dans ses mains, le pied posé sur une scie à chaîne. L'image située dans la partie supérieure centrale du concept montre un travailleur assis sur une imposante tubulure en acier, tandis que l'image de droite montre un travailleur examinant attentivement un imposant cylindre en acier. L'image située au bas du concept à droite montre une travailleuse dans ce qui semble être une usine, maniant une machine lourde, le regard concentré.



Deux images sont présentées côte à côte. Les deux sont identifiées comme étant des publications d'EDSC. Le message de gauche, qui se lit comme suit : « Nous sommes là pour aider les Canadiens touchés par des droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc est superposé à une plus grande image d'un travailleur maniant un outil électrique duquel sont projetées des étincelles de couleur orange. Au bas de l'image à droite figure le mot-symbole du gouvernement du Canada. La légende de ce message se lit comme suit : « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. Pour en savoir plus : Canada.ca/rester-fort ». La publication de droite comporte les mots « Donner des moyens d'agir aux travailleurs et aux employeurs touchés par les droits de douane » en grosses lettres noires sur fond blanc superposés à l'image d'un travailleur assis sur une imposante poutre d'acier à l'intérieur d'une usine faisant face à la caméra. Le mot-symbole du Canada apparaît dans le coin inférieur droit de la publication. La légende pour ce message se lit comme suit : « Le gouvernement du Canada est là pour aider avec des mesures de soutien comme le programme de recyclage professionnel visant à former jusqu'à 50 000 travailleurs et le programme de Travail partagé pour prévenir les pertes d'emploi. Pour en savoir plus : Canada.ca/rester-fort ».

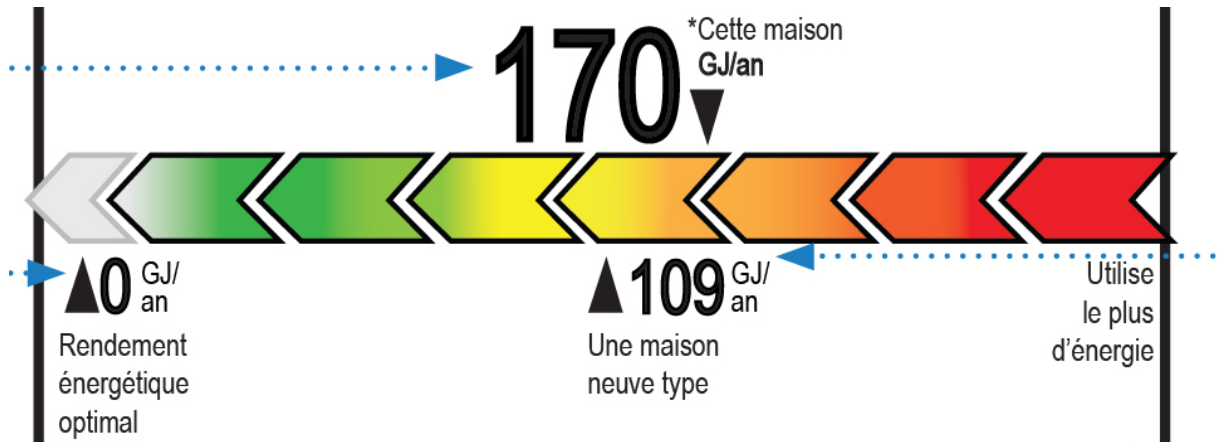


Un panneau publicitaire est présenté avec en arrière-plan une ville de nuit et ses gratte-ciel. Le panneau publicitaire montre l'image d'un travailleur forestier (située à droite du concept) appuyé contre un gros tas de bois et tenant son casque de protection dans ses mains. À gauche de l'image, on peut lire le texte suivant : « Découvrez les mesures de soutien pour les travailleurs et les employeurs touchés par les droits de douane à Canada.ca/rester-fort ». Une bannière horizontale comportant le drapeau canadien et les mots « Gouvernement du Canada » figure au bas du panneau dans le coin gauche ainsi que le mot - symbole « Canada » figurant dans le coin droit.



Tous les concepts sont présentés côte à côte, le concept « Matériaux naturels et transformés » figurant à gauche et le concept « Personnes au travail » figurant à droite.

Efficacité énergétique résidentielle



L'image montre une étiquette énergétique ÉnerGuide. L'échelle s'étend de gauche à droite, le rendement énergétique le plus élevé étant représenté par des couleurs plus vives et plus vertes, l'échelle évoluant du vert au jaune puis au rouge, le rouge foncé indiquant les logements les plus énergivores. Sur cette échelle, il est indiqué que l'habitation produit 170 GJ/an, et des renseignements sont fournis selon lesquels une habitation neuve produit généralement 109 GJ/an.