



Parcs
Canada

Parks
Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2025-26

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : CW2375258

Valeur du contrat : 49 561,80 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 19 septembre 2024

Date de livraison : 8 mai 2026

No d'inscription : ROP 041-24

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à information@pc.gc.ca

This report is also available in English

Canada 

Table de matières

Sommaire	5
1. Introduction	7
2. Contexte et objectifs de la recherche	7
3. Méthodologie	7
3.1 Conception du sondage	7
3.2 Plan d'échantillonnage et administration	8
3.3. Pondération et nettoyage des données	9
4. Biais de non-réponse	10
Annexes : Questionnaires	11

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada

Rapport méthodologique

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

No d'inscription : ROP 041-24

Mai 2026

Ce rapport présente les détails méthodologiques de l'*Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2025-26* menée par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Cette étude a été réalisée du 23 janvier au 17 février 2025, sous la forme d'une enquête avant la campagne et du 1 au 24 avril 2026, sous la forme d'une enquête après la campagne. Les deux vagues ont été réalisées à partir de l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

This report is also available in English under the title: Parks Canada Advertising Campaign Evaluation (ACET) 2025-26.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Parcs Canada. Pour en savoir plus sur le rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada dont les coordonnées sont 1-888-773-8888 ou information@pc.gc.ca

Parcs Canada
2^e étage, 30 rue Victoria
Gatineau QC J8X 0B3

Numéro de catalogue :

R62-583/2026F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-99679-0

Publications connexes (numéro d'inscription : ROP 041-24) :

Numéro de catalogue : R62-583/2026E-PDF

Numéro international normalisé du livre : 978-0-660-99678-3

Sommaire

Parcs Canada protège le patrimoine naturel et culturel du Canada pour le compte des Canadiens et en présente des exemples qui revêtent une importance nationale, et il en favorise chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

En février et mars 2026, Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale destinée à encourager les Canadiens à planifier des visites dans les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux, afin de soutenir la croissance de l'industrie touristique du Canada. La campagne s'est déroulée sur plusieurs plateformes, notamment la télévision traditionnelle, la télévision connectée, la vidéo numérique, les médias sociaux, les bannières publicitaires, la publicité extérieure, y compris les placements à l'extérieur, les écrans dans les aéroports et le marketing des moteurs de recherche. Bien que les plateformes aient été sur le marché à différents moments, la campagne dans son ensemble s'est déroulée du 16 février au 31 mars 2026.

Conformément aux exigences du gouvernement canadien, les campagnes publicitaires d'une valeur de 2 millions de dollars ou plus doivent être évaluées à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECPP) par le biais de sondages précampagne (de référence) et postcampagne. Cette étude quantitative a recueilli la rétroaction des Canadiens pour mesurer le rendement des publicités, la mémorisation du message, la connaissance assistée et spontanée de Parcs Canada, le soutien pour son mandat et l'intérêt ou l'intention de visiter les parcs nationaux ou les lieux historiques nationaux au cours de l'année à venir. Un ensemble cohérent de questions a été utilisé dans les deux enquêtes pour permettre une comparaison avant et après la campagne, afin d'évaluer si les objectifs de cette dernière ont été atteints et d'éclairer les futurs efforts publicitaires.

Le sondage précampagne (ou avant la vague) a été mené du 23 janvier au 17 février 2025. Le sondage postcampagne (ou après la vague) a été mené du 1^{er} au 24 avril 2026. L'écart entre les deux vagues de sondage était attribuable aux élections fédérales qui se sont tenues le 28 avril 2025, y compris les périodes d'interdiction de publicité obligatoires avant et après les élections. En outre, comme la publicité visait à encourager les Canadiens à planifier une visite dans un site de Parcs Canada, le moment de la campagne a été décalé en vue d'un lancement avant la saison des visiteurs de 2026.

L'étude s'est appuyée sur l'échantillon populationnel aléatoire d'Advanis. Pour chaque vague, cet outil probabiliste a été administré à un échantillon national représentatif de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans et plus. Au total, 4 223 adultes canadiens ont participé. Les données ont été pondérées par région, par sexe et par âge à l'aide des données démographiques du recensement canadien de 2021.

Pour l'évaluation de la mémorisation assistée, les répondants ont vu des photos publicitaires utilisées sur différentes plateformes médiatiques, ainsi qu'une vidéo unique de 45 secondes combinant trois versions vidéo individuelles.

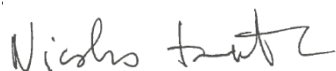
La valeur du contrat pour cette étude était de 49 561,80 \$ (taxes incluses).

Déclaration de neutralité politique

Je certifie par la présente, en tant que haut représentant de Advanis Inc, que les produits livrables sont pleinement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

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

Signé :



Nicolas Toutant,
Vice-Président, Recherche et évaluation
Advanis Inc.
ntoutant@advanis.net

1. Introduction

En février et mars 2026, Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale destinée à encourager les Canadiens à planifier des visites dans les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux, afin de soutenir la croissance de l'industrie touristique du Canada. La campagne s'est déroulée sur plusieurs plateformes, notamment la télévision traditionnelle, la télévision connectée, la vidéo numérique, les médias sociaux, les bannières publicitaires, la publicité extérieure, y compris les placements à l'extérieur, les écrans dans les aéroports et le marketing des moteurs de recherche. Bien que les plateformes aient été sur le marché à différents moments, la campagne dans son ensemble s'est déroulée du 16 février au 31 mars 2026.

2. Contexte et objectifs de la recherche

Conformément aux exigences du gouvernement canadien, les campagnes publicitaires d'une valeur de 2 millions de dollars ou plus doivent être évaluées à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECPP) par le biais de sondages précampagne (de référence) et postcampagne. Cette étude quantitative a recueilli la rétroaction des Canadiens pour mesurer le rendement des publicités, la mémorisation du message, la connaissance assistée et spontanée de Parcs Canada, le soutien pour son mandat et l'intérêt ou l'intention de visiter les parcs nationaux ou les lieux historiques nationaux au cours de l'année à venir. Un ensemble cohérent de questions a été utilisé dans les deux enquêtes pour permettre une comparaison avant et après la campagne, afin d'évaluer si les objectifs de cette dernière ont été atteints et d'éclairer les futurs efforts publicitaires.

3. Méthodologie

3.1 Conception du sondage

Le contenu du sondage et les traductions françaises ont été fournis par Parcs Canada et ont été programmés à l'aide de SurveyBuilder, un logiciel dont Advanis est propriétaire. Les enquêtes pouvaient être remplies en ligne et étaient compatibles avec les ordinateurs de bureau et les appareils mobiles (tablettes et téléphones intelligents). Les enquêtes ont également été conçues pour être accessibles conformément aux normes d'accessibilité au Web du gouvernement du Canada. Les enquêtes ont été hébergées sur un site Web hébergé par Advanis.

Les enquêtes ont été conçues pour inclure des questions à choix multiples, y compris des questions à échelle, des questions ouvertes et des questions démographiques. Une logique de saut a été appliquée tout au long du processus, y compris trois messages de remerciement utilisés pour éliminer les participants non admissibles (ayant une profession qui les rend non admissibles à la participation, ne vivant pas au Canada ou ayant moins de 18 ans). L'enquête a fait l'objet d'un pré-test approfondi pour s'assurer que les schémas de saut et les questions de l'enquête étaient correctement programmés.

Un pré-test a été réalisé le 23 janvier 2025 pour l'enquête avant la vague (10 en anglais et 31 en français) et le 1 avril 2026 pour l'enquête après la vague (17 en anglais et 20 en français). Les répondants ont été invités à donner une rétroaction sur le sondage et aucune difficulté n'a été signalée; par conséquent, aucune modification n'a été nécessaire.

Cette étude a été réalisée du 23 janvier au 30 janvier 2024, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne a été menée du 1 au 24 avril 2026. Les mêmes questions sont posées aux participants dans chacune des vagues pour des raisons de comparaison. Des questions supplémentaires sont posées dans l'enquête après la campagne précise à la campagne actuelle, alors que les participants voient les publicités diffusées sur les principales plateformes médiatiques.

3.2 Plan d'échantillonnage et administration

Ce projet visait les Canadiens de tous les provinces et territoires âgés de 18 ans et plus. Le nombre ciblé de sondages remplis pour chacun des sondages après et avant la campagne était de 2 000 adultes canadiens. Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, de celles qui ne vivent pas au Canada et de celles qui travaillent pour une société d'études de marché ou d'autres organisations non admissibles. Chaque enquête comportait un numéro unique intégré dans l'hyperlien afin d'éliminer la possibilité de réponses en doubles d'un même participant.

Tableau 1 : Exemple de plan par province/région du Canada

Région	Pourcentage de la population	Population cible	Achevé avant la vague	Achevé après la vague
Provinces atlantiques	6,8 %	136		
Québec	22,9 %	459		
Ontario	38,7 %	775		
Manitoba/Saskatchewan/Nunavut	6,8 %	136		
Alberta/Territoire du Nord-Ouest	11,6 %	232		
Columbia-Britannique/Yukon	13,1 %	262		
Total	100 %	2 000		

Les invitations ont été envoyées par messages textes et courriel et regroupées par province, afin de garantir qu'elles soient envoyées aux heures appropriées dans chaque fuseau horaire. Après l'envoi de l'invitation initiale, un message de rappel a été envoyé 3 jours plus tard aux candidats qui n'ont pas répondu à l'enquête ou qui n'ont pas été écartés de l'enquête. Un maximum de 2 messages de rappel a été envoyé. Au total, 36 684 messages textes et courriel ont été envoyés pendant la collecte des données pour ces enquêtes.

Tableau 2 : Détails – avant et après les vagues

	Avant la vague janvier – février 2025	Après la vague avril 2026
Période de collecte des données	23 janvier au 17 février 2025	1 au 24 avril 2026
Durée de l'enquête (minutes en moyenne)	4,5	8,2
Cible nationale	2 000	2 000
Écartés	312	377
Invités à participer	8 287	8 059
Enquêtes complétées (non pondérées)	2 072	2 151
Taux de réponse ¹	28,8 %	31,4 %
Marge d'erreur (nationale)	+/-2,2 %	+/-2,1 %

3.3. Pondération et nettoyage des données

La pondération de chaque ensemble de données (avant/après la vague) était basée sur 3 variables : l'âge, le sexe et la région. Voici les six régions utilisées pour la pondération : Canada atlantique, Québec, Ontario, Manitoba/Saskatchewan/Nunavut, Alberta/Territoire du Nord-Ouest et Colombie-Britannique/Yukon. Une valeur de pondération de 1 a été attribuée aux répondants dont l'information sur une variable de pondération était manquante. Les pondérations sont fondées sur les données de recensement les plus récentes de Statistique Canada qui sont accessibles au public, le recensement de 2021.

Chacune des bases de données des enquêtes avant et après la vague a été nettoyée afin de supprimer toute erreur et tous les identifiants uniques dans les profils des clients utilisés par Advanis pour la livraison et la gestion de la recherche. Toutes les réponses à l'enquête ont été mises en correspondance et compilées dans des tableaux de bannières.

De nouvelles variables ont été créées pour être incluses dans les tableaux des bannières. En utilisant les réponses aux questions de l'enquête, Advanis a créé des variables pour les sous-groupes suivants afin de faciliter une analyse plus approfondie :

Région	Atlantique, QC, ON, SK/MB/NU, AB/NT, C.-B./YK
Genre	Homme, femme
Âge	18 à 34, 35 à 54, 55 et plus
Éducation	École secondaire ou moins, collège/école de métier, université
Revenu	Moins de 40 000 \$, 40 000 \$ à 100 000 \$, 100 000 \$ et plus
Language	Français, anglais, autre
Immigration	Né au Canada, né à l'extérieur du Canada
Situation familiale	Enfants à la maison, pas d'enfants à la maison

¹ Taux de réponse = (sondages remplis + écartés) / invités à participer

Urbain	Montréal, Vancouver, Toronto
Notoriété	Inconscient, conscient
Publicité (sans aide T1A)	A vu la publicité, n'a pas vu la publicité
Publicité (après l'enquête : avec aide T1I)	A vu la publicité, n'a pas vu la publicité

4. Biais de non-réponse

Le biais de non-réponse se produit lorsque les non-répondants diffèrent de manière significative des répondants et que cette différence a des répercussions sur les renseignements recueillis. Il est difficile d'évaluer la présence d'un biais de non-réponse puisque les renseignements sur les raisons pour lesquelles les non-répondants n'ont pas participé ne sont généralement pas disponibles. Cela dit, une façon de mesurer les répercussions potentielles du biais de non-réponse est d'évaluer si l'échantillon est représentatif en comparant les caractéristiques des répondants et de voir si elles reflètent les caractéristiques connues de la population. Dans la mesure du possible, nous pouvons vérifier la répartition des répondants entre diverses données démographiques (par exemple, l'âge et le sexe) et catégories géographiques et comparer ces répartitions aux caractéristiques connues de la population. Si la variation est assez faible et que nous n'avons aucune raison de croire que d'autres facteurs influencent la volonté des répondants de participer, nous pouvons conclure que la probabilité que le biais de non-réponse ait des répercussions sur les renseignements recueillis dans l'étude est minime. C'est le cas de l'étude actuelle.

Plusieurs stratégies ont été employées pour augmenter les taux de réponse et réduire les répercussions du biais de non-réponse. Cela comprend :

- Le recrutement des répondants par téléphone, qui permet d'obtenir un taux de réponse plus élevé que les invitations par courrier électronique ;
- La diffusion d'un numéro de téléphone local (plutôt qu'un numéro gratuit) qui augmente le taux de décrochage (ce qui réduit le filtrage des appels) ;
- La fixation systématique de la date et de l'heure du prochain appel en fonction du résultat de l'appel en cours, ce qui garantit que chaque répondant est appelé méthodiquement tous les jours de la semaine et à toutes les heures de la journée. En particulier pour les répondants qui sont difficiles à joindre, cela maximise la probabilité qu'ils soient disponibles ;
- L'envoi d'un message texte aux recrues, qui assure une transition sans heurt entre l'enquête téléphonique et l'enquête en ligne, car la réception peut être confirmée en temps réel et encourage les répondants à remplir l'enquête dès la fin de l'appel ;
- Proposer l'enquête dans les deux langues officielles afin de maximiser la facilité à la remplir.

Annexes : Questionnaires

Questionnaire français : Avant la vague

Le texte d'introduction et de conclusion du sondage a été omis. Seules les questions du sondage sont incluses dans l'annexe.

QA Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

- 1 - Une firme de recherche en marketing
- 2 - Un magazine ou un quotidien
- 3 - Une agence de publicité ou de conception graphique
- 4 - Un parti politique
- 5 - Une station radiophonique ou de télévision
- 6 - Une firme de relations publiques
- 7 - Le gouvernement fédéral ou provincial
- 8 - Aucune de ces organisations (Exclusif)

Si QA est de 1 à 7 terminer

QB Quel est votre genre?

- 1 - Homme
- 2 - Femme
- 3 - Autre
- 99 - Je préfère ne pas répondre

QC Quelle est votre année de naissance?

- 8 - Je préfère ne pas répondre

Si le QC est âgé de moins de 18 ans (C > 2005), terminer.

Montrer si le QC préfère ne pas répondre

QD À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

- 1 - Moins de 18 ans
- 2 - 18 à 24
- 3 - 25 à 34
- 4 - 35 à 44
- 5 - 45 à 54
- 6 - 55 à 64
- 7 - 65 et plus

- 99 - Je préfère ne pas répondre

Terminer si le QD est âgé de moins de 18 ans ou s'il est refusé

QE Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

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

Si QE, aucune province ou territoire terminer

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

- 1 - Oui
- 2 - Non

Montrer si Q1 a vu des publicités

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

T1a Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux?

- 1 - Oui
- 2 - Non

Montrer si T1a vu des publicités

T1b Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux?

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1 - Magazines | 8 - Instagram |
| 2 - Journal imprimé | 9 - Site Internet |
| 3 - Radio | 10 - Sites web de nouvelles |
| 4 - Télévision | 11 - Pinterest |
| 5 - Affichage dans les aéroports | 12 - TikTok |
| 6 - Snapchat | 13 - X (auparavant Twitter) |
| 7 - Facebook | 14 - Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing) |

15 - YouTube

16 - Panneaux d'affichage extérieurs

17 - Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)

18 - Reddit

19 - Autres, veuillez préciser:

Montrer si T1a a vu des publicités

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

T1D À votre connaissance, pouvez-vous nommer l'organisation ou le ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

1 - Non

2 - Oui, veuillez préciser :

T1E Montrer si ne sait pas Parcs Canada

T1E Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?

1 - Oui, j'en ai entendu parler

2 - Non, je n'en ai pas entendu parler

T1F Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou des générations futures. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.

5 - 5 - Appuie totalement

4 - 4

3 - 3 - Ni pour, ni contre

2 - 2

1 - 1 - S'oppose totalement

T1G Dans quelle mesure êtes-vous intéressé à visiter un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

1 - Très intéressé(e)

2 - Assez intéressé(e)

3 - Pas du tout intéressé(e)

T1H Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

1 - Très probable

2 - Assez probable

3 - Pas probable

D1 Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle?

Êtes-vous...

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

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

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

D3 Des enfants de moins de 18 ans habitent-ils actuellement dans votre foyer?

- 1 - Oui
- 2 - Non

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

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

D5 Où êtes-vous né(e)?

- 1 - Au Canada

2 - À l'étranger, précisez quel pays :
Montrer si D5 est né en dehors de Can

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

-8 - Je préfère ne pas répondre

D7 Quelle(s) est la première(s) langue(s) que vous avez apprise(s) lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez toujours? En choisir au plus deux.

1 - Anglais

2 - Français

77 - Autre langue; veuillez préciser :

Montrer si ON C.-B. ou QC

D8

(si ON) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto?**

(si C.-B.) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver?**

(si QC) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal?**

1 - Oui

2 - Non

Questionnaire français : Après la vague

QA Quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

1 - Une firme de recherche en marketing

2 - Un magazine ou un quotidien

3 - Une agence de publicité ou de conception graphique

4 - Un parti politique

5 - Une station radiophonique ou de télévision

6 - Une firme de relations publiques

7 - Le gouvernement fédéral ou provincial

8 - Aucune de ces organisations (Exclusif)

Si QA est de 1 à 7 terminer

QB Quel est votre genre ?

1 - Homme

2 - Femme

3 - Autre

-8 - Je préfère ne pas répondre

QC En quelle année êtes-vous né(e)?

-8 - Je préfère ne pas répondre

Si le QC est âgé de moins de 18 ans (C > 2005), terminer.

Montrer si le QC préfère ne pas répondre

QD À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

1 - Moins de 18 ans

2 - 18 à 24

3 - 25 à 34

4 - 35 à 44

5 - 45 à 54

6 - 55 à 64

7 - 65 et plus

-8 - Je préfère ne pas répondre

Terminer si le QD est âgé de moins de 18 ans ou s'il est refusé

QE Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

1 - Alberta

2 - Colombie-Britannique

3 - Manitoba

4 - Nouveau-Brunswick

5 - Terre-Neuve-et-Labrador

6 - Territoires du Nord-Ouest

7 - Nouvelle-Écosse

8 - Nunavut

9 - Ontario

10 - Île-du-Prince-Édouard

11 - Québec

12 - Saskatchewan

13 - Yukon

99 - Aucune de ces réponses

Si QE, aucune province ou territoire terminer

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

1 - Oui

0 - Non

Montrer si Q1 Oui

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

T1a Au cours des derniers mois, avez-vous vu, lu ou entendu une publicité du gouvernement du Canada au sujet de parcs nationaux et des lieux historiques nationaux?

1 - Oui

0 - Non

Montrer si T1a Oui

T1b Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité du gouvernement du Canada au sujet des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

1 - Magazines

2 - Journal imprimé

3 - Radio

4 - Télévision

5 - Affichage dans les aéroports

6 - Snapchat

7 - Facebook

8 - Instagram

9 - Site Internet

10 - Sites web de nouvelles

11 - Pinterest

12 - TikTok

13 - X (auparavant Twitter)

14 - Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing)

15 - YouTube

16 - Panneaux d'affichage extérieurs

17 - Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus)

18 - Reddit

19 - Autres, veuillez préciser:

Montrer si T1a Oui

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

T1D À votre connaissance, pouvez-vous nommer l'organisation ou le ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés?

1 - Non

2 - Oui, veuillez préciser :

T1E Montrer si ne sait pas Parcs Canada

T1E Avez-vous déjà entendu parler de Parcs Canada, qui est une agence du gouvernement fédéral?

1 - Oui, j'en ai entendu parler

2 - Non, je n'en ai pas entendu parler

T1F Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation du Canada, ainsi que de favoriser la

connaissance, l'appréciation et l'utilisation de ces lieux par le public, qu'il s'agisse des générations actuelles ou des générations futures. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous vous opposez à ce mandat ou vous l'appuyez.

5 - 5 – Appuie totalement

4 - 4

3 – Ni pour, ni contre

2 - 2

1 - 1 – S'oppose totalement

T1G Dans quelle mesure êtes-vous intéressé à visiter un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

1 - Très intéressé(e)

2 - Assez intéressé(e)

3 - Pas du tout intéressé(e)

T1H Quelle est la probabilité que vous visitiez un parc national ou un lieu historique national au cours de l'année à venir?

1 - Très probable

2 - Assez probable

3 - Pas probable

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur divers médias.

Photo 1

Photo 2

Photo 3

Cliquez ci-dessous pour visionner les trois versions de la publicité vidéo regroupées en une seule vidéo de 45 secondes.

T1I Au cours des derniers mois, avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités ou des variations de celles-ci?

1 - Oui

2 - Non

Montrer si T1I Oui

T1J Où avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités? Sélectionnez tout ce qui s'applique.

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1 - Magazines | 12 - TikTok |
| 2 - Journal imprimé | 13 - X (auparavant Twitter) |
| 3 - Radio | 14 - Moteur de recherche (p. ex. Google, Bing) |
| 4 - Télévision | 15 - YouTube |
| 5 - Affichage dans les aéroports | 16 - Panneaux d'affichage extérieurs |
| 6 - Snapchat | 17 - Transport en commun (par exemple, intérieur/extérieur des autobus / dans le métro, dans un abribus) |
| 7 - Facebook | 18 - Reddit |
| 8 - Instagram | 19 - Autres, veuillez préciser: |
| 9 - Site Internet | |
| 10 - Sites web de nouvelles | |
| 11 - Pinterest | |

T1K Quel est, selon vous, le message principal que ces publicités tentent de véhiculer?

T1L Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

1. Ces publicités m'incitent à visiter un parc national ou un lieu historique national dans le cadre d'une visite d'une journée ou de vacances
2. Ces publicités attirent mon attention *
3. Ces publicités me concernent *
4. Ces publicités sont difficiles à suivre *
5. Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre *
6. Ces publicités traitent d'un sujet important *
7. Ces publicités fournissent de l'information nouvelle *
8. Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada invite les Canadiens à visiter les parcs nationaux et les lieux historiques *
9. Après avoir visionné les vidéos, mon opinion sur les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux en tant qu'attraction touristique s'est améliorée *

* Ces niveaux sont présentés dans un ordre aléatoire

- 1 - 1 - Fortement en désaccord
- 2 - 2
- 3 - 3
- 4 - 4
- 5 - 5 - Fortement en accord

D1 Laquelle de ces descriptions correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

- 1 - Travailleur/travailleuse à temps complet (30 heures et plus par semaine)
- 2 - Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- 3 - Travailleur autonome
- 4 - Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi

- 5 - Étudiant(e) à temps plein
- 6 - Retraité
- 7 - À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)
- 8 - Autre situation

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

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

D3 Des enfants de moins de 18 ans habitent-ils actuellement dans votre foyer?

- 1 - Oui
- 0 - Non

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

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

D5 Où êtes-vous né(e)?

- 1 - Au Canada
- 2 - À l'étranger, précisez quel pays :

Montrer si D5 est né en dehors de Can

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

- 8 - Je préfère ne pas répondre

D7 Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison lorsque vous étiez enfant et que vous comprenez encore? En choisir au plus deux.

1 - Anglais

2 - Français

77 - Autre langue; veuillez préciser :

Montrer si C.-B. ON ou QC

D8

(si ON) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Toronto (GTA)?**

(si C.-B.) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Vancouver?**

(si QC) **Habitez-vous dans la région métropolitaine de Montréal?**

1 - Oui

0 - Non

English Survey: Pre-wave

QA Does anyone in your household work for any of the following organizations? Select all that apply.

1 - A marketing research firm

2 - A magazine or newspaper

3 - An advertising agency or graphic design firm

4 - A political party

5 - A radio or television station

6 - A public relations company

7 - The federal or provincial government

8 - None of these organizations

If QA is 1 through 7 terminate

QB What is your gender?

1 - Male

2 - Female

3 - Other

99 - Prefer not to answer

QC In what year were you born?

-8 - Prefer not to answer

If QC is under 18 terminate.

Show if QC prefer not to answer

QD In which of the following age categories do you belong?

1 - less than 18 years old

2 - 18 to 24

- 3 - 25 to 34
- 4 - 35 to 44
- 5 - 45 to 54
- 6 - 55 to 64
- 7 - 65 or older
- 99 - Prefer not to answer

If QD under 18 or refused terminate.

QE In which province or territory do you live?

- 1 - Alberta
- 2 - British Columbia
- 3 - Manitoba
- 4 - New Brunswick
- 5 - Newfoundland and Labrador
- 6 - Northwest Territories
- 7 - Nova Scotia
- 8 - Nunavut
- 9 - Ontario
- 10 - Prince Edward Island
- 11 - Quebec
- 12 - Saskatchewan
- 13 - Yukon
- 99 - None of the above

If QE no province or territory terminate.

Q1 Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from the Government of Canada?

- 1 - Yes
- 2 - No

Show if Q1 saw ads

Q3 Think about the most recent Government of Canada ad that comes to mind. What do you remember about this ad?

T1a Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

- 1 - Yes
- 2 - No

Show if T1a saw ads

T1b Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites? Select all that apply.

- 1 - Print magazine
- 2 - Print newspaper
- 3 - Radio
- 4 - Television
- 5 - Airport signage/screens
- 6 - Snapchat
- 7 - Facebook
- 8 - Instagram
- 9 - Internet website
- 10 - Online news sites

- 11 - Pinterest
- 12 - TikTok
- 13 - X (formerly Twitter)
- 14 - Web search (e.g. Google, Bing)
- 15 - YouTube
- 16 - Outdoor billboards/signage
- 17 - Transit (e.g. Inside/outside bus/subway or bus shelter)
- 18 - Reddit
- 19 - Other, specify:

Show if T1a Yes

T1C What do you remember about this ad?

T1D Off the top of your head, can you name the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

- 1 - No
- 2 - Yes, specify:

T1E Show if Does not know Parks Canada

T1E Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?

- 1 - Yes, I have heard of it
- 2 - No, I have not heard of it

T1F Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks and national historic sites, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations. How much do you oppose or support this mandate?

- 5 - 5 - Completely support
- 4 - 4
- 3 - 3 - Neither support nor oppose
- 2 - 2
- 1 - 1 - Completely oppose

T1G How interested are you in visiting a national park or a national historic site within the next year?

- 1 - Very interested
- 2 - Somewhat interested
- 3 - Not at all interested

T1H How likely are you to visit a national park or national historic site within the next year?

- 1 - Very likely
- 2 - Somewhat likely

3 - Not likely

D1 Which of the following categories best describes your current employment status? Are you...

- 1 - Working full-time (30 or more hours per week)
- 2 - Working part-time (less than 30 hours per week)
- 3 - Self-employed
- 4 - Unemployed, but looking for work
- 5 - A student attending school full-time
- 6 - Retired
- 7 - Not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- 8 - Other employment status

D2 What is the highest level of formal education that you have completed?

- 1 - Grade 8 or less
- 2 - Some high school
- 3 - High school diploma or equivalent
- 4 - Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- 5 - College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 - University certificate or diploma below bachelor's level
- 7 - Bachelor's degree
- 8 - Postgraduate degree above bachelor's level

D3 Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

- 1 - Yes
- 2 - No

D4 Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

- 1 - Under \$20,000
- 2 - Between \$20,000 and just under \$40,000
- 3 - Between \$40,000 and just under \$60,000
- 4 - Between \$60,000 and just under \$80,000
- 5 - Between \$80,000 and just under \$100,000
- 6 - Between \$100,000 and just under \$150,000
- 7 - Between \$150,000 and just under \$200,000
- 8 - \$200,000 and above
- 9 - Prefer not to answer

D5 Where were you born?

- 1 - Born in Canada
- 2 - Born outside Canada, specify:

Show if D5 is born outside Can

D6 In what year did you first move to Canada?

-8 - Prefer not to answer

D7 Which language(s) did you first learn at home as a child and still understand? Select up to two.

1 - English

2 - French

77 - Other language, specify

Show if BC ON or QC

D8

(if ON) Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?

(if BC) Do you live in the Vancouver metropolitan area?

(if QC) Do you live in the Montreal metropolitan area?

1 - Yes

2 - No

English Survey: Post-wave

QA Does anyone in your household work for any of the following organizations? Select all that apply.

1 - A marketing research firm

2 - A magazine or newspaper

3 - An advertising agency or graphic design firm

4 - A political party

5 - A radio or television station

6 - A public relations company

7 - The federal or provincial government

8 - None of these organizations

If QA is 1 through 7 terminate

QB What is your gender?

1 - Male

2 - Female

3 - Other

99 - Prefer not to answer

QC In what year were you born?

-8 - Prefer not to answer

If QC is under 18 terminate.

Show if QC prefer not to answer

QD In which of the following age categories do you belong?

1 - less than 18 years old

2 - 18 to 24

3 - 25 to 34

4 - 35 to 44

5 - 45 to 54

6 - 55 to 64

7 - 65 or older

99 - Prefer not to answer

If QD under 18 or refused terminate.

QE In which province or territory do you live?

1 - Alberta

2 - British Columbia

3 - Manitoba

4 - New Brunswick

5 - Newfoundland and Labrador

6 - Northwest Territories

7 - Nova Scotia

8 - Nunavut

9 - Ontario

10 - Prince Edward Island

11 - Quebec

12 - Saskatchewan

13 - Yukon

99 - None of the above

If QE no province or territory terminate.

Q1 Over the past three weeks, have you seen, read or heard any advertising from the Government of Canada?

1 - Yes

2 - No

Show if Q1 saw ads

Q3 Think about the most recent Government of Canada ad that comes to mind. What do you remember about this ad?

T1a Over the past three weeks, have you seen, read or heard any Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

1 - Yes

2 - No

Show if T1a saw ads

T1b Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites? Select all that apply.

1 - Print magazine

2 - Print newspaper

3 - Radio

4 - Television

5 - Airport signage/screens

6 - Snapchat

7 - Facebook

8 - Instagram

9 - Internet website

10 - Online news sites

11 - Pinterest

12 - TikTok

13 - X (formerly Twitter)

14 - Web search (e.g. Google, Bing)

15 - YouTube

16 - Outdoor billboards/signage

17 - Transit (e.g. Inside/outside bus/subway or bus shelter)

18 - Reddit

19 - Other, specify:

Show if T1a Yes

T1C What do you remember about this ad?

T1D Off the top of your head, can you name the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

1 - No

2 - Yes, specify:

T1E Show if Does not know Parks Canada

T1E Have you ever heard of Parks Canada, which is a federal government agency?

1 - Yes, I have heard of it

2 - No, I have not heard of it

T1F Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks and national historic sites, and also to promote public understanding, appreciation and enjoyment of these places for present and future generations. How much do you oppose or support this mandate?

5 - 5 - Completely support

- 4 - 4
- 3 - 3 - Neither support nor oppose
- 2 - 2
- 1 - 1 - Completely oppose

T1G How interested are you in visiting a national park or a national historic site within the next year?

- 1 - Very interested
- 2 - Somewhat interested
- 3 - Not at all interested

T1H How likely are you to visit a national park or national historic site within the next year?

- 1 - Very likely
- 2 - Somewhat likely
- 3 - Not likely

Here are some ads that have recently been shown on various media.

Photo 1
Photo 2
Photo 3

Click below to watch three versions of the video ad combined into one 45 second video.
45 second ad

T1I Over the past few months, have you seen, read or heard these ads or any variations of these ads?

- 1 - Yes
- 2 - No

Show if heard about these ads

T1J Where have you seen, read or heard these ads?

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1 - Print magazine | 10 - Online news sites |
| 2 - Print newspaper | 11 - Pinterest |
| 3 - Radio | 12 - TikTok |
| 4 - Television | 13 - X (formerly Twitter) |
| 5 - Airport signage/screens | 14 - Web search (e.g. Google, Bing) |
| 6 - Snapchat | 15 - YouTube |
| 7 - Facebook | 16 - Outdoor billboards/signage |
| 8 - Instagram | 17 - Transit (e.g. Inside/outside bus/subway or bus shelter) |
| 9 - Internet website | 18 - Reddit |
| | 19 - Other, specify: |

T1K What do you think is the main point these ads are trying to get across?

T1L Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads.

1. These ads motivate me to consider visiting a national park and/or a national historic site as part of a day visit or vacation
2. These ads catch my attention *
3. These ads are relevant to me *
4. These ads are difficult to follow *
5. These ads do not favour one political party over another *
6. These ads talk about an important topic *
7. These ads provide new information *
8. These ads clearly convey that the Government of Canada is inviting Canadians to visit national parks and historic sites *
9. After viewing the videos, my opinion of national parks and national historic sites as a tourism attraction has improved *

Levels marked with * are randomized

1- 1 - Strongly Disagree

2 - 2

3 - 3

4 - 4

5 - 5 - Strongly Agree

D1 Which of the following categories best describes your current employment status? Are You...

- 1 - Working full-time (30 or more hours per week)
- 2 - Working part-time (less than 30 hours per week)
- 3 - Self-employed
- 4 - Unemployed, but looking for work
- 5 - A student attending school full-time
- 6 - Retired
- 7 - Not in the workforce (Full-time homemaker or unemployed but not looking for work)
- 8 - Other employment status

D2 What is the highest level of formal education that you have completed?

- 1 - Grade 8 or less
- 2 - Some high school
- 3 - High school diploma or equivalent
- 4 - Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma
- 5 - College, CEGEP or other non-university certificate or diploma
- 6 - University certificate or diploma below bachelor's level
- 7 - Bachelor's degree

8 - Postgraduate degree above bachelor's level

D3 Are there any children under the age of 18 currently living in your household?

1 - Yes

0 - No

D4 Which of the following categories best describes your total annual household income, including income from all household members, before taxes are deducted?

1 - Under \$20,000

2 - Between \$20,000 and just under \$40,000

3 - Between \$40,000 and just under \$60,000

4 - Between \$60,000 and just under \$80,000

5 - Between \$80,000 and just under \$100,000

6 - Between \$100,000 and just under \$150,000

7 - Between \$150,000 and just under \$200,000

8 - \$200,000 and above

-8 - Prefer not to answer

D5 Where were you born?

1 - Born in Canada

2 - Born outside Canada, specify :

Show if D5 is born outside Can

D6 In what year did you first move to Canada?

-8 - Prefer not to answer

D7 Which language(s) did you first learn at home as a child and still understand?

Select up to two.

1 - English

2 - French

77 - Other language, specify :

Show if BC ON or QC

D8

(if ON) Do you live in the Greater Toronto Area (GTA)?

(if BC) Do you live in the Vancouver metropolitan area?

(if QC) Do you live in the Montreal metropolitan area?

1 - Yes

0 - No