



Parks
Canada

Parcs
Canada

Assessment of Parks Canada's 2019 Advertisement Campaign

Methodology Report

Prepared for Parks Canada

Supplier: EKOS RESEARCH ASSOCIATES INC.

Contract Number: # 5P004-180878/001/CY

Contract Value: \$49,223.03 (incl. taxes)

Award Date: December 7, 2018

Delivery Date: July 11, 2019

Registration Number: POR 088-18

For more information on this report, please contact Parks Canada Agency at: information@pc.gc.ca or call 1-888-773-8888

Ce rapport est aussi disponible en français

Canada 

Assessment of Parks Canada's 2018 Advertisement Campaign

Methodology Report

Prepared for **PARKS CANADA**

Supplier name: **EKOS RESEARCH ASSOCIATES INC.**

Date: July 2019

This public opinion research report presents the results of an online survey conducted by EKOS Research Associates Inc. on behalf of Parks Canada Agency. The research study was conducted with 4,095 Canadians in February and June 2019.

Cette publication est aussi disponible en français sous le titre : Évaluation de la campagne publicitaire 2019 de Parcs Canada.

This publication may be reproduced for non-commercial purposes only. Prior written permission must be obtained from Parks Canada Agency. For more information on this report, please contact Parks Canada Agency at information@pc.gc.ca or at:

1-888-773-8888
Parks Canada Agency
30 Victoria Street, 2nd Floor
Gatineau QC J8X 0B3

Catalogue Number:

R62-559/2019E-PDF

International Standard Book Number (ISBN):

978-0-660-32562-0

Related publications (registration number: POR 088-18):

Catalogue Number R62-559/2019E-PDF

ISBN 978-0-660-32562-0

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, as represented by the Parks Canada Agency, 2019

EKOS RESEARCH ASSOCIATES

Contact: Susan Galley

Ottawa Office

359 Kent Street, Suite 300

Ottawa, Ontario

K2P 0R6

Tel: (613) 235 7215

Fax: (613) 235 8498

E-mail: pobox@ekos.com

www.ekos.com

TABLE OF CONTENTS

Summary	vii
Sommaire	x
1. Methodology	1

APPENDIX A: Pre-Ad Questionnaire (English and French)

APPENDIX B: Post-Ad Questionnaire (English and French)

SUMMARY

Background

Parks Canada Agency (PCA) protects and presents nationally significant examples of Canada's natural and cultural heritage and fosters public understanding, appreciation and enjoyment to ensure the ecological and commemorative integrity of these places for present and future generations.

Parks Canada launched a new and innovate advertising campaign (*450 000 km² of memories*) that has been in market for two years (January 2018 to June 2019). The campaign aims to encourage Canadians to discover their national parks, national marine conservation areas and national historic sites, as well as to connect with nature and help in the protection of these places. This campaign was deployed on a variety of media including television, billboards, social media and other digital platforms.

In Spring 2019, the next wave of the campaign was launched emphasizing the importance of conservation while informing Canadians of the countless memories that await from coast to coast to coast.

As the Parks Canada 2019 National Tourism Campaign exceeds \$1,000,000, public opinion research is required by Treasury Board using the Advertising Campaign Evaluation Tool, with additional validating and benchmarking questions following the ACET instrument. Data collection to evaluate the campaign supports the Government of Canada's goal of effectively gauging Canadians' awareness and knowledge of specific 2019 initiatives, and determining the effectiveness of the campaign.

Research Purpose

Specifically, the purpose of the quantitative post-testing is to evaluate the effectiveness of Parks Canada's national tourism advertising campaign employing the Government of Canada ACET and to gauge:

- Performance of ads (ACET generic questions)
- Unaided/aided recall of the ads;
- Understanding of the key messages of the campaign;
- Message recall;
- Support of Parks Canada mandate;
- Intention to visit Parks Canada administrated places in 2019;

- Unaided/total awareness of Parks Canada;
- Other Parks Canada specific metrics.

Information obtained through this public opinion research allows Parks Canada to determine the impact of its advertising campaign and can be used to inform the Parks Canada marketing team on areas where the campaign can be adjusted in future iterations. The findings provides useful information to improve future campaigns which are better targeted, more informative and better geared to the target population and Canadians at large.

Sample design

Two bilingual, national online surveys were conducted: one as a baseline, in advance of the campaign, and one at the end of the campaign to measure change in awareness and intent to visit over time, to assess impact of the campaign. The baseline included of 2,020 Canadians 18 years of age or older, while the post campaign sample included 2,075 Canadians, also 18 years of age or older. Each survey instrument included the Advertising Campaign Evaluation Tool questions used by the Government of Canada in all of its advertising evaluation research, along with additional questions testing impact on perceptions and behaviour targeted through the campaign. Each sample included randomly selected respondents from all provinces and territories. In addition to a minimum number of cases to be completed with residents in each region, a minimum number of completed cases was also established for each of the three largest Census Metropolitan Areas (CMAs) in each of the two surveys: Toronto (250), Montreal (250) and Vancouver (125-150). Beyond these three CMA's, each sample was also intended to include minimum numbers in the following CMAs: Calgary (75-100); Edmonton (75-100); Winnipeg (50-75); Ottawa-Gatineau (50-75); and Halifax (50).

Each survey sample relied on EKOS' *Probit* panel, which is assembled using a random digit dial process for sampling from a blended land-line cell-phone frame, and provides full coverage of Canadians with telephone access. The distribution of the recruitment process is meant to mirror the actual population in Canada (as defined by Statistics Canada). As such, our more than 90,000 member panel can be considered representative of the general public in Canada (meaning that the incidence of a given target population within our panel very closely resembles the public at large) and margins of error can be applied.

POLITICAL NEUTRALITY CERTIFICATION

I hereby certify as Senior Officer of EKOS Research Associates Inc. that the deliverables fully comply with the Government of Canada political neutrality requirements outlined in the Communications Policy of the Government of Canada and Procedures for Planning and Contracting Public Opinion Research.

Specifically, the deliverables do not include information on electoral voting intentions, political party preferences, standings with the electorate, or ratings of the performance of a political party or its leaders.

Signed by:



Susan Galley (Vice President) July 2019

SOMMAIRE

Contexte

L'Agence Parcs Canada (APC) protège et met en valeur des exemples significatifs du patrimoine naturel et culturel du Canada, et 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.

Parcs Canada a lancé une nouvelle campagne publicitaire novatrice (*450 000 km² de souvenirs*), diffusée sur une période de deux ans (janvier 2018 à juin 2019). La campagne visait à encourager les Canadiens à découvrir leurs parcs nationaux, aires marines nationales de conservation et sites historiques nationaux, ainsi qu'à être en contact avec la nature et à contribuer à la protection de ces endroits. Cette campagne a été diffusée sur un éventail de médias, y compris la télévision, des babillards, les médias sociaux et d'autres plates-formes numériques.

Au printemps 2019, la vague suivante de la campagne a été lancée afin de mettre en relief l'importance de la conservation tout en informant les Canadiens des innombrables souvenirs qui les attendent d'un bout à l'autre du pays.

Puisque la campagne de tourisme national de 2019 de Parcs Canada a coûté plus d'un million de dollars, une recherche sur l'opinion publique était requise, comme le veut le Conseil du trésor, au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OÉCP) auquel des questions supplémentaires de validation et d'analyse comparative ont été ajoutées. La collecte de données d'évaluation de la campagne répond à l'objectif du gouvernement du Canada concernant l'analyse efficace du niveau de sensibilisation et de connaissances des Canadiens par rapport à des initiatives précises de 2019, ainsi que de l'efficacité de la campagne.

Objectif de la recherche

Plus précisément, l'objectif du post-test quantitatif est d'évaluer l'efficacité de la campagne nationale de promotion du tourisme de Parcs Canada à l'aide de l'OÉCP du gouvernement du Canada et d'examiner ce qui suit :

- Performance des publicités (questions génériques de l'OÉCP);
- Rappel spontané et assisté des publicités;
- Compréhension des principaux messages de la campagne;

- Rappel des messages;
- Soutien à l'égard du mandat de Parcs Canada;
- Intention de visiter les sites que gère l'Agence Parcs Canada en 2019;
- Sensibilisation spontanée et totale à l'égard de Parcs Canada;
- Autres paramètres propres à Parcs Canada.

Les renseignements obtenus par le biais de cette recherche sur l'opinion publique permettent à Parcs Canada de déterminer les répercussions de sa campagne publicitaire et pourront servir à orienter l'équipe de marketing de Parcs Canada dans les domaines où la campagne est susceptible de faire l'objet d'ajustements dans les versions ultérieures. Les observations constituent une information utile pour améliorer les prochaines campagnes afin qu'elles soient mieux ciblées, plus informatives et mieux axées sur la population cible et l'ensemble des Canadiens.

Plan d'échantillonnage

Deux sondages bilingues en ligne à l'échelle nationale ont été menés : un sondage préalable à la campagne et un sondage post-campagne, afin de mesurer les changements dans la sensibilisation et les intentions de visite au fil du temps, et d'évaluer les répercussions de la campagne. Le sondage préalable a été réalisé auprès de 2 020 Canadiens âgés de 18 ans et plus, alors que l'échantillon du sondage post-campagne comprenait 2 075 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Chaque instrument du sondage comprenait les questions de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires dont se sert le gouvernement du Canada dans tous ses travaux d'évaluation d'une campagne publicitaire, ainsi que des questions supplémentaires qui visaient à établir l'incidence sur les perceptions et le comportement ciblés tout au long de la campagne. Chaque échantillon se composait de répondants sélectionnés au hasard dans toutes les provinces et tous les territoires. En plus du nombre minimal de cas à compléter auprès de résidents de chaque région, un nombre minimal de cas à atteindre a également été établi pour chacune des régions métropolitaines de recensement (RMR) dans le cadre des deux sondages : Toronto (250), Montréal (250) et Vancouver (125-150). Hormis ces trois RMR, chaque échantillon était aussi conçu pour comprendre un nombre minimal de répondants issus des RMR suivantes : Calgary (75-100), Edmonton (75-100), Winnipeg (50-75), Ottawa-Gatineau (50-75) et Halifax (50).

Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel *Probit* des Associés de recherche EKOS, assemblé au moyen de la composition aléatoire pour échantillonnage à partir d'une base composée de personnes dotées d'un téléphone cellulaire ou filaire, ce qui offre une couverture de l'ensemble des Canadiens munis d'un accès téléphonique. Le processus de recrutement est réparti de manière à refléter telle quelle la population du Canada (selon la

définition de Statistique Canada). Ainsi, avec ses 90 000 membres et plus, le panel *Probit* peut être tenu comme représentatif de la population canadienne (c'est-à-dire qu'une population cible donnée comprise dans notre panel correspond de près à l'ensemble de la population), et il est donc possible de lui attribuer une marge d'erreur.

CERTIFICATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

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

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

Signé par :



Susan Galley (Vice-présidente)

Juillet 2019

1. METHODOLOGY

Each survey instrument consisted of the Advertising Campaign Evaluation Tool questions used by the Government of Canada in all of its advertising evaluation research. The post-campaign survey added questions testing recall of two videos and three social media post ads key to the campaign, along with questions testing the impact of the videos and the social media post ads on perceptions and behaviour. The average time it took respondents to complete the questionnaire was nine minutes for the baseline, and 12 minutes for the post-campaign survey. Testing was conducted on January 30, 2019 (baseline) and June 13, 2019 (post-campaign) to ensure each questionnaire was working well. This entailed completing interviews with eight French and 12 English (baseline) and 17 English and 13 French (post-campaign) with a suite of questions appended to the end to establish comprehension, relevance, and technical issues, as well as reviewing the results of the test cases for programming (i.e., skip logic) errors.

In each case, respondents to the online survey were 18 years of age and older, and were randomly selected. The sample included all provinces and territories, and the survey was administered in English and French, as well as with an accessible link for those using a mobile phone or screen reading technology. The survey sample relied on EKOS' *Probit* panel, which is assembled using a random digit dial process for sampling from a blended land-line cell-phone frame, and provides full coverage of Canadians with telephone access. The distribution of the recruitment process is meant to mirror the actual population in Canada (as defined by Statistics Canada). As such, our more than 90,000 member panel can be considered representative of the general public in Canada (meaning that the incidence of a given target population within our panel very closely resembles the public at large) and margins of error can be applied. All households/individuals in the *Probit* panel are contacted by telephone and the nature of the panel is explained in greater detail (as are our privacy policies) and demographic information is collected. At this time the online/off-line as well as landline/cell phone status is ascertained in order to determine the method of completing surveys (i.e., online, telephone, or mail). This variable of 'type of telephone service' (cell phone only, landline only or both) collected at the time of screening is used to determine cell phone only sample. As with any random digit dialing sample, *Probit* panel cases are considered to be a probability-based sample.

In the baseline survey, the number of total completed in the sample is 2,020, with an associated margin of error of up to plus or minus 2.2%, at a .05 confidence interval (i.e., 19 times out of 20). The baseline survey was collected between February 1 and 13, 2019.

In the post-campaign survey, the number of total completed in the sample is 2,075, with an associated margin of error of up to plus or minus 2.2%, at a .05 confidence interval (i.e., 19 times out of 20). The post-campaign survey was collected between June 17 and 27, 2019.

The final baseline sample also includes minimum numbers of respondents who reside in selected Census Metropolitan Areas, including Toronto (253 respondents), Montreal (251), Vancouver (126), Calgary (77), Edmonton (78), Winnipeg (50), Ottawa-Gatineau (53), and Halifax (51). The post-campaign survey includes Toronto (259 respondents), Montreal (261), Vancouver (126), Calgary (81), Edmonton (84), Winnipeg (55), Ottawa-Gatineau (52), and Halifax (51).

The regional distribution of the sample is as follows:

Table 1: Regional Distribution

Table 1a: Region

--	Baseline Unweighted	Baseline weighted	Post-Campaign Unweighted	Post-Campaign Weighted
British Columbia	250	277	248	284
Alberta	305	227	305	236
Manitoba & Saskatchewan	151	132	160	136
Ontario	658	772	687	792
Quebec	452	468	472	484
Atlantic	202	140	202	141
Territories	2	3	1	2
Total	2,020	2,020	2,075	2,075

Table 1b: CMAs

--	Baseline Unweighted	Baseline weighted	Post-Campaign Unweighted	Post-Campaign Weighted
Toronto	253	297	259	305
Montreal	251	258	261	264
Vancouver	126	141	126	145
Calgary	77	57	81	63
Edmonton	78	59	84	66
Winnipeg	50	45	55	47
Ottawa-Gatineau	53	60	52	59
Halifax	51	28	51	29
Total	939	944	969	978

Each survey was registered with the National Survey Registration System. Survey data collection adhered to Government of Canada standards for public opinion research as well as all applicable industry standards as set out by the Market Research Intelligence Agency (MRIA). EKOS informed respondents of their rights under the *Privacy Act* and the *Access to Information Act*, and ensured those rights were protected throughout the research process. This included: informing respondents of the purpose of the research; identifying both the sponsoring department and the research supplier; informing respondents that their participation in the study is voluntary, and that the information provided would be administered according to the requirements of the *Privacy Act*.

Once the survey data was collected, each database was reviewed for data quality. Coding was also completed. Survey results were weighted based on Statistics Canada data according to age, gender, and region to ensure the sample was representative of the general public aged 18 years and older.

Data tables were created for each survey to isolate results for major subgroups to be used in the analysis (e.g., results for each age segment, gender, education segment, employment, income segment, region, CMA, as well as among households with children under 18, those born in/outside of Canada, by mother tongue, seen Parks Canada advertisements, awareness of Parks Canada, and support).

Response Rates and Non-Response Bias

The response rate for the online baseline survey was 23.5%. This is calculated using the formula developed by the Marketing Research Intelligence Agency in conjunction with the Government of Canada. A total of 10,799 email invitations were sent, of which 567 were returned as undeliverable. A total of 2,020 valid cases were completed, and combined with another 384 respondents who were screened out of the survey due to their responses as the numerator in the calculation of the response rate.

For the post-campaign online survey, the response rate was 14.0%, using the same formula. This includes 19,433 email invitations sent, of which 2,215 were returned as undeliverable. The 2,075 valid cases completed are combined with another 343 respondents who were screened out of the survey due to their responses to form the numerator in the calculation.

A comparison of each unweighted sample with 2016 Census figures from Statistics Canada suggests there are similar sources of systematic sample bias in each survey, following patterns typically found in most general public surveys. These include a slight under representation of younger Canadians under 35 (23% in the baseline and 22% in the post-campaign compared to 27% in the population). There is a more educated sample in each survey than found in the population with 41% reporting university degrees in the baseline and 45% in the post-campaign

compared with 25% in the population. There is also an under representation of Canadians born outside of Canada in each survey (11% in both the baseline and 12% post-campaign versus 27% in the population). As previously described, each sample was weighted by age, gender, and region.

APPENDIX A
PRE-AD QUESTIONNAIRE
(ENGLISH AND FRENCH)

APPENDIX A: Pre-Ad Questionnaire (English)

INTRO

Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français. The survey is being conducted by EKOS Research Associates and will take approximately 10 minutes to complete. **Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential.** To view our privacy policy, click here. If you require any technical assistance, please contact online@ekos.com.

D1A [1,7]

Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

SELECT ALL THAT APPLY

A marketing research firm	1
A magazine or newspaper	2
An advertising agency or graphic design firm	3
A political party	4
A radio or television station	5
A public relations company	6
Federal or provincial government	7
None of the above	98
Prefer not to say	99

D1B

With which gender category do you most identify?

Male	1
Female	2
Gender diverse	3
Prefer not to say	99

QAGEX

In what year were you born?

Year:	77
Prefer not to say	9999

QAGEY

Hesitant, QAGEX; <18 or NR, terminate

In which of the following age categories do you belong?

Less than 18 years old	1
18 to 24	2
25 to 34	3
35 to 44	4
45 to 54	5
55 to 64	6

65 or older	7
Prefer not to say	9

D1E

In which province or territory do you live?

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

D1F

What is the postal code of your permanent residence?

Postal code:	77
Don't know/not sure	99
Prefer not to say	98

Q1

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

Yes	1
No	2
Don't remember/not sure	99

Q2 [1,14]

Yes, Q1

Think about the most recent ad from the Government of Canada that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad?

Select all that apply

Cinema	1
Facebook	2
Internet website	3
Magazines	4
Newspaper (daily)	5
Newspaper (weekly or community)	6
Outdoor billboard	7
Pamphlet or brochure in the mail	8

Public transit (bus or subway)	9
Radio	10
Television	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
Snapchat	15
Spotify	16
LinkedIn	17
Other, specify:	77
Prefer not to say	99

Q3

Yes, Q1

What do you remember about this ad?

Please specify:	77
Don't remember	97

Q4

Yes, Q1

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Please specify:	77
Don't remember	97

T1A

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

Yes	1
No	2
Don't remember/not sure	98
Prefer not to say	99

T1B [1,19]

Yes, T1A

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

Cinema	1
Magazines	2
Newspaper (daily)	3
Newspaper (weekly or community)	4
Outdoor billboards/signage	5
Pamphlet or brochure in the mail	6
Public transit (bus or subway)	7
Radio	8
Television	9
Facebook	10

Twitter	11
YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
Internet Websites	16
Travel/tourism guides	17
Events/festivals/trade shows	18
Other, specify:	77
Don't know	98
Prefer not to say	99

T1C [1,3]

Yes, TIA

What do you remember about this advertising?

Please specify:	77
Don't remember	99

T1D [1,3]

To the best of your knowledge, what is the name of the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

Please specify:	77
Don't know/not sure	99

T1E

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

Yes, had heard of	1
No, had not heard of	2
Don't know/not sure	99

T1F

Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks, historic sites and marine conservation areas, 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, do you...

Completely support	1
Somewhat support	2
Neither support nor oppose	3
Somewhat oppose	4
Completely oppose	5
Don't know/not sure	99

PRET1G

Please indicate your level of agreement with the following statements. Do you strongly agree, somewhat agree, neither agree nor disagree, somewhat disagree or strongly disagree that:

T1GA

National Parks are a source of pride for me as a Canadian

Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GB

Parks Canada encourages Canadians to care about the protection of national parks

Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GC

Parks Canada inspires Canadians to participate in conservation activities in their national parks

Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GD

National parks are an important legacy established by Canadians for current and future generations

Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GE

Visiting nature parks makes me more aware of the need to protect the environment

Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2

Strongly disagree	1
Don't know/ not sure	99

PRET1H

Conservation of Canada's national parks and national marine conservation areas involves a number of activities to ensure these places remain healthy. On a 5 point scale, where 1 means very low awareness and 5 means very high awareness, how would you rate your level of awareness of the following activities that occur in these places?

T1HA

Efforts to protect species at risk in national parks	
Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HB

Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks	
Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HC

Long term tracking of the health of plants and animals in national parks (such as tagging turtles, monitoring salmon, butterflies or birds)	
Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HD

Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats	
Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HE

Actions to create new protected water and land areas

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HF

Monitoring and limiting the impacts of climate change in national parks

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HG

Scientific research on environment in national parks

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HH

Public participation in conservation activities, such as bird counts

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1I

Have you heard that Parks Canada national parks and national historic sites have free admission for youth since 2018?

Yes, had heard of	1
No, had not heard of	2
Don't know/not sure	99

PRET1J

In 2019, how likely are you to...

T1JA

visit a Parks Canada national park or national historic site?

Very likely	5
Somewhat likely	4
Neither likely nor unlikely	3
Somewhat unlikely	2
Very unlikely	1
Don't know/ not sure	99

T1JB

order your Parks Canada Discovery Pass to visit national parks and national historic sites?

Very likely	5
Somewhat likely	4
Neither likely nor unlikely	3
Somewhat unlikely	2
Very unlikely	1
Don't know/ not sure	99

T1JC

visit Parks Canada Website for more information?

Very likely	5
Somewhat likely	4
Neither likely nor unlikely	3
Somewhat unlikely	2
Very unlikely	1
Don't know/ not sure	99

DEMIN

Finally, a few questions for statistical purposes only. Please be assured that all of your answers will remain completely confidential.

D1

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

Working full-time (35 or more hours per week)	1
Working part-time (less than 35 hours per week)	2
Self-employed	3
Unemployed, but looking for work	4
A student attending full-time school	5
Retired	6
Not in the workforce (Full-time homemaker, unemployed but not looking for work)	7
Other employment status	77
Prefer not to say	99

D2

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

Grade 8 or less	1
Some high school	2
High school diploma or equivalent	3
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma	4
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma	5
University certificate or diploma below bachelor's level	6
Bachelor's degree	7
Post graduate degree above bachelor's level	8
Prefer not to say	99

D3

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

Yes	1
No	2
Prefer not to say	99

D4

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

Under \$20,000	1
Between \$20,000 and \$39,999	2
Between \$40,000 and \$59,999	3
Between \$60,000 and \$79,999	4
Between \$80,000 and \$99,999	5
Between \$100,000 and \$149,999	6
\$150,000 or above	7
Prefer not to say	99

D5

Where were you born?

Born in Canada	1
Born outside Canada (Specify the country):	2
Prefer not to say	99

D6

Born outside Canada, D5

In what year did you first move to Canada?

Record year:	77
Prefer not to say	99

D7 [1,2]

What is the language you first learned at home as a child and still understand?

English	1
French	2
Other language, specify:	77
Prefer not to say	99

THNK

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Parks Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

THNK2

Screened out

We regret that your responses have shown that you are ineligible to participate in this survey. Thank you for your time.

APPENDIX A: Pre-Ad Questionnaire (French)

INTRO

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. If you wish to complete the survey in English, please click English. Le sondage est mené par Les Associés de recherche EKOS et prend environ 10 minutes pour y répondre. **Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.** Cliquez ici pour lire notre politique de confidentialité. Veuillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

D1A [1,7]

Vous-même ou quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Une firme de recherche en marketing	1
Un magazine ou un quotidien	2
Une agence de publicité ou de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station de radio ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou provincial	7
Aucune de ces organisations	98
Préfère ne pas répondre	99

D1B

À quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus?

Genre masculin	1
Genre féminin	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année:	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

Hesitant, QAGEX; <18 or NR, terminate

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

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

65 et plus	7
Préfère ne pas répondre	9

D1E

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Terre-Neuve-et-Labrador	1
Île-du-Prince-Édouard	2
Nouvelle-Écosse	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon	11
Territoire du Nord-Ouest	12
Nunavut	13
Aucune de ces provinces ou territoires	99

D1F

Quel est le code postal de votre résidence permanente?

Code postal:	77
Ne sais pas/n'est pas sûr(e)	99
Préfère ne pas répondre	98

Q1

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

Oui	1
Non	2
Ne me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q2 [1,14]

Yes, Q1

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

Choisissez toutes les réponses applicables.

Cinéma	1
Facebook	2
Site Internet	3
Magazines	4
Journal (quotidien)	5
Journal (hebdomadaire ou communautaire)	6
Panneaux d'affichage extérieurs	7
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	8
Transport public (autobus ou métro)	9
Radio	10

Télévision	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
Snapchat	15
Spotify	16
LinkedIn	17
Autre, veuillez préciser :	77
Préfère ne pas répondre	99

Q3

Yes, Q1

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

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas	97

Q4

Yes, Q1

Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada?

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas	97

T1A

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

Oui	1
Non	2
Ne me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	98
Préfère ne pas répondre	99

T1B [1,19]

Yes, T1A

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

Choisissez toutes les réponses applicables.

Cinéma	1
Magazines	2
Journaux quotidiens	3
Journaux hebdomadaires ou communautaires	4
Panneaux d'affichage extérieurs	5
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	6
Transport public (autobus ou métro)	7
Radio	8
Télévision	9
Facebook	10
Twitter	11

YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
Sites Web	16
Guides de voyage/touristiques	17
Événements/festivals/foires commerciales	18
Autre, veuillez préciser:	77
Ne sais pas	98
Préfère ne pas répondre	99

T1C [1,3]

Yes, TIA

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

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas	99

T1D [1,3]

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés ?

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1E

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

Oui, en a entendu parler	1
Non, en n'a pas entendu parler	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1F

Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation, 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. Dans quelle mesure vous vous opposez ou vous appuyez ce mandat? Vous diriez que...

Vous appuyez totalement	1
Vous appuyez un peu	2
Vous êtes ni pour ni contre	3
Vous vous opposez un peu	4
Vous vous opposez totalement	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

PRET1G

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants. Êtes-vous fortement d'accord, plutôt d'accord, ni en accord ou en désaccord, plutôt en désaccord, fortement en désaccord que...

T1GA

Les parcs nationaux sont une source de fierté pour moi, en tant que Canadien(ne)

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1GB

Parcs Canada encourage les Canadiens(nes) à avoir à cœur la protection des parcs nationaux

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1GC

Parcs Canada inspire les Canadiens(nes) à participer aux activités de conservation dans leurs parcs nationaux

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1GD

Les parcs nationaux sont un héritage important légué par les Canadiens(nes) pour les générations actuelles et futures

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1GE

Visiter les parcs naturels me rend plus conscient de l'importance de protéger l'environnement

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4

Ni en accord ni en désaccord	3
Plutôt en désaccord	2
Fortement en désaccord	1
Ne sais pas/ incertain	99

PRET1H

La conservation des parcs nationaux et des aires marines nationales de conservation requiert de nombreuses activités de conservation pour faire en sorte de préserver la santé de ces endroits. Sur une échelle de 5 points, où 1 signifie « connaissance très faible » et 5 signifie « connaissance très élevée », veuillez indiquer votre niveau de connaissance des activités suivantes qui ont lieu dans ces endroits.

T1HA

Efforts pour protéger les espèces en péril dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HB

Collaboration avec les peuples autochtones pour protéger et gérer les parcs nationaux

Connaissance très élevée	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HC

Suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux (comme le marquage de tortues, la surveillance des saumons, des papillons ou des oiseaux)

Connaissance très élevée	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HD

Recours à des feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers

Connaissance très élevée	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HE

Mesures pour créer de nouvelles aires terrestres et marines protégées

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HF

Surveillance et limitation des impacts du changement climatique dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HG

Recherche scientifique sur l'environnement dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1HH

Participation du public dans des activités de conservation, comme le dénombrement des oiseaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1I

Avez-vous entendu parler que, depuis 2018, l'entrée est gratuite pour les jeunes dans les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux de Parcs Canada?

Oui, en a entendu parler	1
Non, en n'a pas entendu parler	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

PRET1J

En 2019,, dans quelle mesure est-il probable que...

T1JA

vous visitiez un parc national ou un lieu historique national?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1JB

vous commandiez votre carte d'entrée Découverte de Parcs Canada pour visiter les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

T1JC

vous visitiez le site Web de Parcs Canada pour obtenir plus d'information?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Ne sais pas/ incertain	99

DEMIN

Finalement, nous aimerions vous poser quelques questions à des fins statistiques exclusivement. Soyez assuré(e) que toutes vos réponses demeureront entièrement confidentielles.

D1

Laquelle des catégories suivantes correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

Travailleur/travailleuse à temps complet (au moins 35 heures par semaine)	1
Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)	2
Travailleur/travailleuse autonome	3
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi	4
Étudiant(e) à temps plein	5
Retraité(e)	6
À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)	7
Autre situation d'emploi	77
Préfère ne pas répondre	99

D2

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

Secondaire 2 ou moins/8ième année ou moins	1
Quelques années d'étude au secondaire	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	4
Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire	5
Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat	6
Baccalauréat	7
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	8
Préfère ne pas répondre	99

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus de votre foyer, incluant les revenus de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts?

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 39,999 \$	2
Entre 40 000 \$ et 59,999 \$	3
Entre 60 000 \$ et 79,999 \$	4
Entre 80 000 \$ et 99,999 \$	5
Entre 100 000 \$ et 149,999 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

Au Canada	1
À l'extérieur du Canada (Veuillez spécifier le pays):	2
Préfère ne pas répondre	99

D6

Born outside Canada, D5

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

Veuillez indiquer l'année:	77
Préfère ne pas répondre	99

D7 [1,2]

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

Anglais	1
Français	2
Autre, veuillez spécifier la langue:	77
Préfère ne pas répondre	99

THNK

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Parcs Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

THNK2***Screened out***

Nous regrettons, mais vos réponses nous indiquent que vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de votre temps.

APPENDIX B
POST-AD QUESTIONNAIRE
(ENGLISH AND FRENCH)

APPENDIX B: Post-Ad Questionnaire (English)

INTRO

Thank you for taking the time to complete this survey dealing with current issues of interest to Canadians. Si vous préférez répondre au sondage en français, veuillez cliquer sur français. The survey is being conducted by EKOS Research Associates and will take approximately 10 minutes to complete. **Your participation is voluntary and your responses will be kept entirely confidential.** To view our privacy policy, click here. If you require any technical assistance, please contact online@ekos.com.

D1A [1,7]

Do you, or does anyone in your household, work for any of the following organizations?

SELECT ALL THAT APPLY

A marketing research firm	1
A magazine or newspaper	2
An advertising agency or graphic design firm	3
A political party	4
A radio or television station	5
A public relations company	6
Federal or provincial government	7
None of the above	98
Prefer not to say	99

D1B

With which gender category do you most identify?

Male	1
Female	2
Gender diverse	3
Prefer not to say	99

QAGEX

In what year were you born?

Year:	77
Prefer not to say	9999

QAGEY

Hesitant, QAGEX; <18 or NR, terminate

In which of the following age categories do you belong?

Less than 18 years old	1
18 to 24	2
25 to 34	3
35 to 44	4
45 to 54	5
55 to 64	6

65 or older	7
Prefer not to say	99

D1E

In which province or territory do you live?

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

D1F

What is the postal code of your permanent residence?

Postal code:	77
Don't know/not sure	99
Prefer not to say	98

Q1

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

Yes	1
No	2
Don't remember/not sure	99

Q2 [1,14]

Yes, Q1

Think about the most recent ad from the Government of Canada that comes to mind. Where have you seen, read or heard this ad?

Select all that apply

Cinema	1
Facebook	2
Internet website	3
Magazines	4
Newspaper (daily)	5
Newspaper (weekly or community)	6
Outdoor billboard	7
Pamphlet or brochure in the mail	8

Public transit (bus or subway)	9
Radio	10
Television	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
Snapchat	16
Spotify	17
LinkedIn	15
Other, specify:	77
No response	99

Q3 [1,5]

Yes, Q1

What do you remember about this ad?

Please specify:	77
Don't remember/not sure	99

Q4 [1,5]

Yes, Q1

How did you know that it was an ad from the Government of Canada?

Please specify:	77
Don't remember/not sure	99

T1A

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

Yes	1
No	2
Don't remember/not sure	99

T1B [1,19]

Yes, T1A

Where have you seen, read or heard this Government of Canada ad about national parks and national historic sites?

Select all that apply

Cinema	1
Magazines	2
Newspaper (daily)	3
Newspaper (weekly or community)	4
Outdoor billboards/signage	5
Pamphlet or brochure in the mail	6
Public transit (bus or subway)	7
Radio	8
Television	9
Facebook	10
Twitter	11

YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
LinkedIn	19
Internet Websites	16
Travel/tourism guides	17
Events/festivals/trade shows	18
Other, specify:	77
Don't know	99

T1C [1,5]

Yes, TIA

What do you remember about this advertising?

Please specify:	77
Don't remember/not sure	99

T1D [1,5]

To the best of your knowledge, what is the name of the organization or government department that operates officially designated national parks and national historic sites of Canada?

Please specify:	77
Don't know/not sure	99

T1E

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

Yes, had heard of	1
No, had not heard of	2
Don't know/not sure	99

T1F

Parks Canada aims to protect and present Canada's national parks, historic sites and marine conservation areas, 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, do you...

Completely support	1
Somewhat support	2
Neither support nor oppose	3
Somewhat oppose	4
Completely oppose	5
Don't know/not sure	99

PRET1G

Please indicate your level of agreement with the following statements. Do you strongly agree, somewhat agree, neither agree nor disagree, somewhat disagree or strongly disagree that:

T1GA

National Parks are a source of pride for me as a Canadian	
Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GB

Parks Canada encourages Canadians to care about the protection of national parks	
Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GC

Parks Canada inspires Canadians to participate in conservation activities in their national parks	
Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GD

National parks are an important legacy established by Canadians for current and future generations	
Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3
Somewhat disagree 2	2
Strongly disagree 1	1
Don't know/ not sure	99

T1GE

Visiting nature parks makes me more aware of the need to protect the environment	
Strongly agree 5	5
Somewhat agree 4	4
Neither agree nor disagree 3	3

Somewhat disagree	2
Strongly disagree	1
Don't know/ not sure	99

PRET1H

Conservation of Canada's national parks and national marine conservation areas involves a number of activities to ensure these places remain healthy. How would you rate your level of awareness of the following activities that occur in these places?

T1HA

Efforts to protect species at risk in national parks

Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HB

Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks

Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HC

Long term tracking of the health of plants and animals in national parks (such as tagging turtles, monitoring salmon, butterflies or birds)

Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HD

Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats

Very high awareness	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness	1
Don't know/ not sure	99

T1HE

Actions to create new protected water and land areas

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HF

Monitoring and limiting the impacts of climate change in national parks

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HG

Scientific research on environment in national parks

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1HH

Public participation in conservation activities, such as bird counts

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	1
Don't know/ not sure	99

T1I

Have you heard that Parks Canada national parks and national historic sites have free admission for youth since 2018?

Yes, had heard of	1
No, had not heard of	2
Don't know/not sure	99

PRET1J

In 2019, how likely are you to...

T1JA

visit a Parks Canada national park or national historic site?	
Very likely 5	5
Somewhat likely 4	4
Neither likely nor unlikely 3	3
Somewhat unlikely 2	2
Very unlikely 1	1
Already did	98
Don't know/ not sure	99

T1JC

order your Parks Canada Discovery Pass to visit national parks and national historic sites?	
Very likely 5	5
Somewhat likely 4	4
Neither likely nor unlikely 3	3
Somewhat unlikely 2	2
Very unlikely 1	1
Already did	98
Don't know/ not sure	99

T1JB

visit Parks Canada's website for more information?	
Very likely 5	5
Somewhat likely 4	4
Neither likely nor unlikely 3	3
Somewhat unlikely 2	2
Very unlikely 1	1
Already did	98
Don't know/ not sure	99

T1KINTRO

Here are some ads that have recently been broadcast on various media with a range of themes and shorter versions.

T1K

Over the past three months, have you seen these ads or any variations of these?	
Yes	1
No	2
Don't remember/not sure	99

T1L [1,19]

Yes, T1K

Where have you seen these ads?

Select all that apply	
Cinema	1
Magazines	2
Newspaper (daily)	3

Newspaper (weekly or community)	4
Outdoor billboards/signage	5
Pamphlet or brochure in the mail	6
Public transit (bus or subway)	7
Radio	8
Television	9
Facebook	10
Twitter	11
YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
Internet Websites	16
Travel/tourism guides	17
Events/festivals/trade shows	18
Other, specify:	77
Don't know	98
Prefer not to say	99

T1M [1,5]

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

Please specify:	77
Don't know/No response	99

PRET1N

Please indicate your level of agreement with the following statements about these ads. Please refer to ads below if needed. The statements appear below the ads

T1NA

These ads catch my attention

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NB

These ads are relevant to me

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NC

These ads are difficult to follow

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1ND

These ads do not favour one political party over another

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NE

These ads talk about an important topic

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NF

These ads provide new information

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NG

These ads clearly convey that the Government of Canada is inviting Canadians to visit national parks and national historic sites, and is presenting the importance of their protection

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

T1NH

These ads make me want to visit Parks Canada places

Strongly disagree 1	1
2	2
3	3
4	4
Strongly agree 5	5
No response	99

DEMIN

Finally, a few questions for statistical purposes only. Please be assured that all of your answers will remain completely confidential.

D1

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

Working full-time (35 or more hours per week)	1
Working part-time (less than 35 hours per week)	2
Self-employed	3
Unemployed, but looking for work	4
A student attending full-time school	5
Retired	6
Not in the workforce (Full-time homemaker, unemployed but not looking for work)	7
Other employment status	77
Prefer not to say	99

D2

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

Grade 8 or less	1
Some high school	2
High school diploma or equivalent	3
Registered Apprenticeship or other trades certificate or diploma	4
College, CEGEP or other non-university certificate or diploma	5
University certificate or diploma below bachelor's level	6
Bachelor's degree	7
Post graduate degree above bachelor's level	8
Prefer not to say	99

D3

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

Yes	1
No	2
Prefer not to say	99

D4

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

Under \$20,000	1
Between \$20,000 and \$39,999	2
Between \$40,000 and \$59,999	3
Between \$60,000 and \$79,999	4
Between \$80,000 and \$99,999	5
Between \$100,000 and \$149,999	6
\$150,000 or above	7
Prefer not to say	99

D5

Where were you born?

Born in Canada	1
Born outside Canada (Specify the country):	2
Prefer not to say	99

D6

Born outside Canada, D5

In what year did you first move to Canada?

Record year:	77
Prefer not to say	99

D7 [1,2]

What is the language you first learned at home as a child and still understand?

English	1
French	2
Other language, specify:	77
Prefer not to say	99

THNK

That concludes the survey. This survey was conducted on behalf of Parks Canada. We thank you very much for taking the time to answer this survey, it is greatly appreciated.

THNK2

Screened out

We regret that your responses have shown that you are ineligible to participate in this survey. Thank you for your time.

APPENDIX B: Post-Ad Questionnaire (French)

INTRO

Merci de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiens. If you wish to complete the survey in English, please click English. Le sondage est mené par Les Associés de recherche EKOS et prend environ 10 minutes pour y répondre. **Votre participation est volontaire et toutes vos réponses demeureront confidentielles.** Cliquez ici pour lire notre politique de confidentialité. Veuillez communiquer avec online@ekos.com pour obtenir de l'aide d'ordre technique.

D1A [1,7]

Vous-même ou quelqu'un au sein de votre foyer travaille-t-il pour l'une ou l'autre des organisations suivantes?

CHOISISSEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.

Une firme de recherche en marketing	1
Un magazine ou un quotidien	2
Une agence de publicité ou de conception graphique	3
Un parti politique	4
Une station de radio ou de télévision	5
Une firme de relations publiques	6
Le gouvernement fédéral ou provincial	7
Aucune de ces organisations	98
Préfère ne pas répondre	99

D1B

A quelle catégorie de genre vous identifiez-vous le plus?

Masculin	1
Féminin	2
Diverses identités de genre	3
Préfère ne pas répondre	99

QAGEX

Quelle est votre année de naissance?

Année:	77
Préfère ne pas répondre	9999

QAGEY

Hesitant, QAGEX; <18 or NR, terminate

À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

Moins de 18 ans	1
18 à 24	2
25 à 34	3
35 à 44	4
45 à 54	5

55 à 64	6
65 et plus	7
Préfère ne pas répondre	99

D1E

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

Terre-Neuve-et-Labrador	1
Île-du-Prince-Édouard	2
Nouvelle-Écosse	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon	11
Territoire du Nord-Ouest	12
Nunavut	13
Aucune de ces provinces ou territoires	99

D1F

Quel est le code postal de votre résidence permanente?

Code postal:	77
Ne sais pas/n'est pas sûr(e)	99
Préfère ne pas répondre	98

Q1

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

Oui	1
Non	2
Ne me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

Q2 [1,14]

Yes, Q1

Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous revient à l'esprit. Où avez-vous vu, lu ou entendu cette publicité?

Choisissez toutes les réponses applicables.

Cinéma	1
Facebook	2
Site Internet	3
Magazines	4
Journal (quotidien)	5
Journal (hebdomadaire ou communautaire)	6
Panneaux d'affichage extérieurs	7

Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	8
Transport public (autobus ou métro)	9
Radio	10
Télévision	11
Twitter	12
YouTube	13
Instagram	14
Snapchat	16
Spotify	17
LinkedIn	15
Autre, veuillez préciser :	77
Pas de réponse	99

Q3 [1,5]

Yes, Q1

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

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

Q4 [1,5]

Yes, Q1

Comment avez-vous su qu'il s'agissait d'une publicité du gouvernement du Canada?

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

T1A

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

Oui	1
Non	2
Ne me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1B [1,19]

Yes, T1A

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

Choisissez toutes les réponses applicables.

Cinéma	1
Magazines	2
Journaux quotidiens	3
Journaux hebdomadaires ou communautaires	4
Panneaux d'affichage extérieurs	5
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	6
Transport public (autobus ou métro)	7
Radio	8
Télévision	9

Facebook	10
Twitter	11
YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
Sites Web	16
Guides de voyage/touristiques	17
Événements/festivals/foires commerciales	18
Autre, veuillez préciser:	77
Ne sais pas	99

T1C [1,5]

Yes, TIA

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

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

T1D [1,5]

À votre connaissance, quel est le nom de l'organisme ou du ministère gouvernemental qui gère officiellement les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux du Canada désignés ?

Veuillez préciser :	77
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1E

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

Oui, en a entendu parler	1
Non, en n'a pas entendu parler	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1F

Le mandat de Parcs Canada est de protéger et de présenter les parcs nationaux, les lieux historiques et les aires marines de conservation, 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. Dans quelle mesure vous vous opposez ou vous appuyez ce mandat? Vous diriez que...

Vous appuyez totalement	1
Vous appuyez un peu	2
Vous êtes ni pour ni contre	3
Vous vous opposez un peu	4
Vous vous opposez totalement	5
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

PRET1G

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants. Êtes-vous fortement d'accord, plutôt d'accord, ni en accord ou en désaccord, plutôt en désaccord, fortement en désaccord que...

T1GA

Les parcs nationaux sont une source de fierté pour moi, en tant que Canadien(ne)

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1GB

Parcs Canada encourage les Canadiens(nes) à avoir à cœur la protection des parcs nationaux

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1GC

Parcs Canada inspire les Canadiens(nes) à participer aux activités de conservation dans leurs parcs nationaux

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1GD

Les parcs nationaux sont un héritage important légué par les Canadiens(nes) pour les générations actuelles et futures

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1GE

Visiter les parcs naturels me rend plus conscient(e) de l'importance de protéger l'environnement

Fortement d'accord 5	5
Plutôt d'accord 4	4
Ni en accord ni en désaccord 3	3

Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

PRET1H

La conservation des parcs nationaux et des aires marines nationales de conservation requiert de nombreuses activités de conservation pour faire en sorte de préserver la santé de ces endroits. Comment évaluez-vous votre niveau de connaissance des activités suivantes qui ont lieu dans ces endroits?

T1HA

Efforts pour protéger les espèces en péril dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HB

Collaboration avec les peuples autochtones pour protéger et gérer les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HC

Suivi à long terme de la santé des plantes et des animaux dans les parcs nationaux (comme le marquage de tortues, la surveillance des saumons, des papillons ou des oiseaux)

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HD

Recours à des feux contrôlés pour régénérer les habitats forestiers

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HE

Mesures pour créer de nouvelles aires terrestres et marines protégées	
Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HF

Surveillance et limitation des impacts du changement climatique dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HG

Recherche scientifique sur l'environnement dans les parcs nationaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1HH

Participation du public dans des activités de conservation, comme le dénombrement des oiseaux

Connaissance très élevée 5	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1I

Avez-vous entendu parler que, depuis 2018, l'entrée est gratuite pour les jeunes dans les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux de Parcs Canada?

Oui, en a entendu parler	1
Non, en n'a pas entendu parler	2
Ne sais pas/ne suis pas sûr(e)	99

PRET1J

En 2019, dans quelle mesure est-il probable que...

T1JA

vous visitiez un parc national ou un lieu historique national?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Déjà fait	98
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1JC

vous commandiez votre carte d'entrée Découverte de Parcs Canada pour visiter les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Déjà fait	98
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1JB

vous visitiez le site Web de Parcs Canada pour obtenir plus d'information?

Très probable 5	5
Plutôt probable 4	4
Ni probable ni improbable 3	3
Plutôt improbable 2	2
Très improbable 1	1
Déjà fait	98
Ne sais pas/ incertain(e)	99

T1KINTRO

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias dans une variété de thèmes et de versions plus courtes.

T1K

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

Oui	1
Non	2
Ne me souviens pas/ne suis pas sûr(e)	99

T1L [1,19]

Yes, TIK

Où avez-vous vu ces publicités?

Choisissez toutes les réponses applicables.

Cinéma	1
Magazines	2
Journaux quotidiens	3
Journaux hebdomadaires ou communautaires	4
Panneaux d'affichage extérieurs	5
Dépliant ou brochure reçu(e) par la poste	6
Transport public (autobus ou métro)	7
Radio	8
Télévision	9
Facebook	10
Twitter	11
YouTube	12
Instagram	13
Spotify	14
Google	15
Sites Web	16
Guides de voyage/touristiques	17
Événements/festivals/foires commerciales	18
Autre, veuillez préciser:	77
Ne sais pas	98
Préfère ne pas répondre	99

T1M [1,5]

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

Veuillez préciser:	77
Ne sais pas/Pas de réponse	99

PRET1N

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités? S'il vous plaît vous référer aux publicités ci-dessous si nécessaire. Les énoncés apparaissent sous les annonces.

T1NA

Ces publicités attirent mon attention

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NB

Ces publicités me concernent

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NC

Ces publicités sont difficiles à suivre

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1ND

Ces publicités ne favorisent pas un parti politique plus qu'un autre

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NE

Ces publicités traitent d'un sujet important

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NF

Ces publicités fournissent de l'information nouvelle

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NG

Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada invite les Canadiens à visiter les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux, et présente l'importance de

leur protection	
Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

T1NH

Ces publicités me donnent le goût de visiter les endroits de Parcs Canada

Fortement en désaccord 1	1
2	2
3	3
4	4
Fortement d'accord 5	5
Pas de réponse	99

DEMIN

Finalement, nous aimerions vous poser quelques questions à des fins statistiques exclusivement. Soyez assuré(e) que toutes vos réponses demeureront entièrement confidentielles.

D1

Laquelle des catégories suivantes correspond le mieux à votre situation d'emploi actuelle? Êtes-vous...

Travailleur/travailleuse à temps complet (au moins 35 heures par semaine)	1
Travailleur/travailleuse à temps partiel (moins de 35 heures par semaine)	2
Travailleur/travailleuse autonome	3
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi	4
Étudiant(e) à temps plein	5
Retraité(e)	6
À l'extérieur du marché du travail (personne au foyer à temps plein ou sans emploi et non à la recherche d'emploi)	7
Autre situation d'emploi	77
Préfère ne pas répondre	99

D2

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

Secondaire 2 ou moins/8ième année ou moins	1
Quelques années d'étude au secondaire	2
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	3
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	4
Collège, cégep ou autre certificat ou diplôme d'une institution non universitaire	5
Certificat ou diplôme inférieur au baccalauréat	6
Baccalauréat	7
Diplôme d'études universitaires supérieur au baccalauréat	8
Préfère ne pas répondre	99

D3

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

Oui	1
Non	2
Préfère ne pas répondre	99

D4

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux la somme des revenus de votre foyer, incluant les revenus de toutes les personnes de votre foyer, avant impôts?

Moins de 20 000 \$	1
Entre 20 000 \$ et 39,999 \$	2
Entre 40 000 \$ et 59,999 \$	3
Entre 60 000 \$ et 79,999 \$	4
Entre 80 000 \$ et 99,999 \$	5
Entre 100 000 \$ et 149,999 \$	6
150 000 \$ et plus	7
Préfère ne pas répondre	99

D5

Où êtes-vous né(e)?

Au Canada	1
À l'extérieur du Canada (Veuillez spécifier le pays):	2
Préfère ne pas répondre	99

D6***Born outside Canada, D5***

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

Veuillez indiquer l'année:	77
Préfère ne pas répondre	99

D7 [1,2]

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

Anglais	1
Français	2
Autre, veuillez spécifier la langue:	77
Préfère ne pas répondre	99

THNK

Voilà qui met fin au sondage que nous avons effectué pour le compte de Parcs Canada. Nous vous remercions beaucoup d'avoir pris le temps d'y participer, nous vous en sommes reconnaissants.

THNK2

Screened out

Nous regrettons, mais vos réponses nous indiquent que vous n'êtes pas admissible à participer à ce sondage. Merci de votre temps.