Parks Canada Parcs Canada

Évaluation de la campagne publicitaire de 2019 de Parcs Canada

Rapport méthodologique

Préparé pour Parcs Canada

Fournisseur : LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.
No du contrat : # 5P004-180878/001/CY
Valeur de l'entente : 49 223,03 dollars (taxes incluses)
Date du contrat : 7 décembre 2018
Date de livraison : 11 juillet 2019

No d'inscription : POR 088-18
Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à information@pc.gc.ca ou au 1-888-773-8888.

This report is also available in English

Canada

Évaluation de la campagne publicitaire de 2019 de Parcs Canada

Rapport méthodologique

Préparé pour **PARCS CANADA**
Nom du fournisseur : **LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS INC.**
Date : Juillet 2019

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne mené par les Associés de recherche EKOS Inc. pour le compte de l'Agence Parcs Canada. L'étude de recherche a été menée auprès de 4 095 Canadiens pendant les mois de février et de juin de l'année 2019.

This report is also available in English under the title: Assessment of Parks Canada's 2019 Advertisement Campaign

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence Parcs Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence Parcs Canada à information@pc.gc.ca, au 1-888-773-8888 ou à l'adresse suivante :

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

Numéro de catalogue :
R62-559/2019E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :
978-0-660-32562-0

Publications connexes (numéro d'enregistrement – POR 088-18) :
Numéro de catalogue : R62-559/2019E-PDF
ISBN 978-0-660-32562-0

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par l'Agence Parcs Canada, 2019

LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS

Contact : Susan Galley

Bureau d'Ottawa
359, rue Kent, bureau 300
Ottawa, Ontario
K2P 0R6
Tél. : (613) 235 7215
Télécopieur : (613) 235 8498
Courriel : pobox@ekos.com

www.ekos.com

TABLES DES MATIÈRES

Sommaire vii
Summary xi
1. Méthodologie 1

ANNEXE A : Questionnaires de l'enquête préliminaire (français et anglais)
ANNEXE B : Questionnaires du sondage post-campagne (français et anglais)

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 Prob*it* 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 Prob*it* 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

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' Prob*it* 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

1. MÉTHODOLOGIE

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. Le sondage post-campagne comprenait des questions supplémentaires qui visaient à déterminer si les répondants se rappelaient deux vidéos et trois annonces diffusées dans les médias sociaux, ainsi que des questions portant sur l'incidence de la vidéo et des publications des médias sociaux sur les perceptions et le comportement. Il fallait en moyenne neuf minutes pour répondre au sondage préalable à la campagne et douze minutes pour répondre au sondage post-campagne. Des essais ont eu lieu le 30 janvier 2019 (sondage préalable à la campagne) et le 13 juin 2019 (sondage post-campagne) afin de s'assurer du bon fonctionnement des questionnaires. Pour ce faire, il a fallu mener des entretiens avec douze répondants en anglais et huit répondants en français dans le cadre du sondage préalable, et avec dix-sept répondants en anglais et treize en français pour le sondage post-campagne, avec une série de questions annexées à la fin du sondage pour relever les enjeux relatifs à la compréhension, à la pertinence et aux aspects techniques, en plus d'examiner les résultats des cas tests pour les erreurs de programmation (p. ex., saut logique/conditionnel).

Dans les deux cas, les répondants au sondage en ligne, âgés de 18 ans et plus, ont été choisis au hasard. L'échantillon comprenait des répondants de toutes les provinces et de tous les territoires, et l'enquête a été menée en français et en anglais, ainsi qu'à l'aide d'un lien accessible pour ceux qui utilisent un téléphone mobile ou une technologie de lecture d'écran. Tous les échantillons des sondages étaient issus du panel Prob*it* 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 Prob*it* 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. Tous les ménages ou particuliers faisant partie de Prob*it* sont d'abord joints au téléphone, la nature du panel leur est alors exposée en détail (tout comme notre ligne de conduite en matière de confidentialité) et nous recueillons des données démographiques. La situation du répondant est dès lors établie, selon le mode de communication à employer lors d'un sondage, c'est-à-dire le téléphone filaire ou cellulaire (la communication devant se faire en ligne, au téléphone ou par la poste). Cette variable du « genre de service téléphonique » (cellulaire seulement, ligne terrestre seulement, ou les deux), recueillie lors de la présélection, est utilisée

pour créer l'échantillon de répondants utilisant un téléphone cellulaire seulement. Comme pour tout échantillon par composition aléatoire, les cas du panel Prob*it* sont tenus pour former un échantillon probabiliste.

Dans le sondage préalable, l'échantillon a donné un total de 2 020 sondages complets, ce qui correspond à une marge d'erreur de plus ou moins 2,2 %, à un intervalle de confiance de 0,05 (soit 19 fois sur 20). Le sondage préalable a été menée du 1er au 13 février 2019.

Dans le sondage post-campagne, l'échantillon a donné un total de 2 075 cas complets, ce qui correspond à une marge d'erreur de plus ou moins 2,2 %, à un intervalle de confiance de 0,05 (soit 19 fois sur 20). Le sondage post-campagne a été mené du 17 au 27 juin 2019.

L'échantillon final du sondage préalable comprenait également un nombre minimal de répondants des régions métropolitaines de recensement sélectionnées, y compris Toronto (253), Montréal (251), Vancouver (126), Calgary (77), Edmonton (78), Winnipeg (50), Ottawa-Gatineau (53) et Halifax (51). Le sondage post-campagne comprenait les RMR de Toronto (259), Montréal (261), Vancouver (126), Calgary (81), Edmonton (84), Winnipeg (55), Ottawa-Gatineau (52) et Halifax (51).

La répartition régionale de l'échantillon est la suivante :

Tableau 1 : Répartition régionale

Tableau 1a : Région

---	**Sondage préalable – Non pondérée**	**Sondage préalable – Pondérée**	**Sondage post-campagne – Non pondérée**	**Sondage post-campagne – Pondérée**
Colombie-Britannique	250	277	248	284
Alberta	305	227	305	236
Manitoba et Saskatchewan	151	132	160	136
Ontario	658	772	687	792
Québec	452	468	472	484
Atlantique	202	140	202	141
Territoires	2	3	1	2
Total	**2 020**	**2 020**	**2 075**	**2 075**

Tableau 1b : RMR

---	Sondage préalable – Non pondérée	Sondage préalable – Pondérée	Sondage post-campagne – Non pondérée	Sondage post-campagne – Pondérée
Toronto	253	297	259	305
Montréal	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**

Chaque sondage a été enregistré auprès du Système national d'enregistrement des sondages. La collecte des données s'est effectuée selon les normes du gouvernement du Canada en matière de recherche sur l'opinion publique ainsi qu'en conformité avec toutes les normes pertinentes de l'industrie établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (MRIA). EKOS a informé les répondants de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information*, et a veillé à ce que ces droits soient protégés au cours de tout le processus de recherche. Les mesures suivantes ont donc été prises : informer les répondants du but de la recherche; nommer le ministère qui commanditait la recherche aussi bien que le fournisseur de la recherche; informer les répondants du fait que leur participation à l'étude était volontaire et que les renseignements qu'ils fourniraient seraient protégés en vertu des dispositions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Une fois les données recueillies, chaque base de données a été vérifiée pour en garantir la qualité. Le codage a aussi été mené à terme. Les résultats du sondage ont été pondérés en fonction des données de Statistique Canada concernant l'âge, le sexe et la région afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus.

Des tableaux de données ont été créés pour chaque sondage afin d'isoler les résultats des grands sous-groupes à utiliser dans l'analyse (p. ex., segments d'âge, sexe, éducation, emploi, revenu, région, RMR, ménages avec enfants de moins de 18 ans, répondants nés à l'extérieur du Canada, langue maternelle, ceux qui ont vu les publicités de Parcs Canada, la connaissance de Parcs Canada ainsi que le soutien).

Taux de réponse et biais de non-réponse

Le taux de réponse du sondage préalable en ligne a été de 23,5 %. Les taux de réponse sont calculés selon la formule mise au point par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing de concert avec le gouvernement du Canada. En tout, 10 799 invitations par courriel ont été envoyées, dont 567 n'ont pu être distribués au destinataire. En tout, 2 020 cas valides ont été achevés et combinés à 384 autres membres, qui ont été rejetés du sondage en raison de leurs réponses comme numérateur dans le calcul du taux de réponse.

Pour le sondage post-campagne en ligne, le taux de réponse, pour lequel la même technique a été utilisée, a été de 14,0 %, ce qui comprend les 19 433 invitations par courriel envoyées, dont 2 215 n'ont pu être distribués au destinataire. Les 2 075 cas valides achevés ont été combinés aux 343 répondants qui ont été rejetés en raison de leurs réponses visant à créer le numérateur dans le calcul du taux de réponse.

La comparaison de chaque échantillon non pondéré avec les données du recensement de 2016 de Statistique Canada laisse entrevoir des sources d'un biais systématique semblable dans chacun des échantillons des sondages, conformément au modèle qui se dégage de la plupart des sondages menés auprès du grand public. Ils comprennent une légère sous-représentation des Canadiens âgés de moins de 35 ans (23 % dans le sondage préalable et 22 % dans le sondage post-campagne, comparativement à 27 % au sein de la population). La proportion de répondants de l'échantillon ayant une éducation supérieure dans chaque sondage est supérieure à ce que l'on retrouve dans la population, 41 % des répondants du sondage préalable et 45 % de ceux du sondage post-campagne affirmant avoir un diplôme universitaire, alors que cette proportion est de 25 % dans la population. Il y a aussi une sous-représentation des Canadiens nés à l'extérieur du pays dans chaque sondage (11 % dans le sondage préalable et 12 % dans le sondage post-campagne, par rapport à 27 % dans la population). Comme décrit précédemment, chaque échantillon a été pondéré en fonction de l'âge, du sexe et de la région.

ANNEXE A
QUESTIONNAIRES DU SONDAGE PRÉALABLE
(FRANÇAIS ET ANGLAIS)

ANNEXE A : Questionnaire du sondage préalable (français)

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

Hésitant, QAGEX; <18 ou NPR, terminez

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]

Oui, 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

Oui, Q1

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

Veuillez préciser:	77
Ne me souviens pas	97

Q4

Oui, 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]

Oui, 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]

Oui, T1A

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

Veuillez 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	3
Plutôt en désaccord 2	2
Fortement en désaccord 1	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	5
4	4
3	3
2	2
Connaissance très faible 1	1
Ne sais pas/ incertain	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	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	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	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

Né à l'extérieur du 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

Rejeté

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

ANNEXE A : Questionnaire du sondage préalable (anglais)

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, T1A

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

T1HB

Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks

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

T1HD

Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats

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

T1JB

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

Don't know/ not sure	99

T1JC

visit Parks Canada 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
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.

ANNEXE B
QUESTIONNAIRES
DU SONDAGE POST-CAMPAGNE
(FRANÇAIS ET ANGLAIS)

ANNEXE B : Questionnaire du sondage post-campagne (français)

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

Hésitant, QAGEX; <18 or PDR, terminez

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]

Oui, 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]

Oui, 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]

Oui, 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]

Oui, 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]

Oui, T1A

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

Veuillez 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]

Oui, T1K

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 désaccord1	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

Né à l'extérieur du 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

Rejeté

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

ANNEXE B : Questionnaire du sondage post-campagne (anglais)

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, T1A

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

T1HB

Collaboration with Indigenous peoples to protect and manage national parks

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

T1HD

Use of controlled fires to rejuvenate forest habitats

Very high awareness 5	5
4	4
3	3
2	2
Very low awareness 1	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.