

Measurement Month is THIS February!

Measurement Month Mois de la mesure

Collaborating to collect
comparable data in
Northern Ontario

Collaborer à la collecte
de données comparables
dans le Nord de l'Ontario

Coordinated by Northern Policy Institute
with partners from across Northern Ontario

Coordonné par l'IPN avec des
partenaires de tout le Nord de l'Ontario



Le mois de la mesure est CE février!

NORTHERN
POLICY INSTITUTE

INSTITUT DES POLITIQUES
DU NORD

Giwednong Aakomenjigewin Teg

ᑲ ᐃᑕᑦᐸᑦᐸᑦ ᑭᐸᑦᑎᑦᑎᑦ ᐸᑦᑎᑦᑎᑦᑎᑦ

Institu dPolitik di Nor

Aen vawnd nor Lee Iway La koonpayeen

MEASUREMENT MONTH MOIS DE LA MESURE

MARTIN LEFEBVRE PHD, JAN 11, KIRKLAND LAKE, ON



Land Acknowledgement | Reconnaissance des territoires traditionnels

We recognize and appreciate the historic connection that Indigenous peoples have to these territories. We support their efforts to sustain and grow their nations. We also recognize the contributions that they have made in shaping and strengthening local communities, the province, and Canada.

Nous reconnaissons et apprécions le lien historique que les peuples autochtones entretiennent avec ces territoires. Nous reconnaissons les contributions qu'ils ont apportées pour façonner et renforcer ces communautés, la province et le pays dans son ensemble.

Land Acknowledgement | Reconnaissance des territoires traditionnels

- **Thunder Bay** is on Robinson-Superior Treaty territory and the land is the traditional territory of the Anishnaabeg and Fort William First Nation.
 - **Sudbury** is on the Robinson-Huron Treaty territory and the land is the traditional territory of the Atikameksheng Anishnaabeg as well as Wahnapiatae First Nation.
 - **Kirkland Lake** is on the Robinson-Huron Treaty territory and the land is the traditional territory of Cree, Ojibway, and Algonquin Peoples.
- Celui de **Thunder Bay** sur le territoire visé par le Traité Robinson-Supérieur, sur le territoire traditionnel des Anishnaabeg et de la Première Nation de Fort William.
 - Celui de **Sudbury** sur le territoire visé par le Traité Robinson-Huron, sur le territoire traditionnel des Atikameksheng Anishnaabeg ainsi que la Première Nation de Wahnapiatae.
 - Celui de **Kirkland Lake** sur le territoire du traité Robinson-Huron et la terre est le territoire traditionnel des peuples Cree, Ojibway et Algonquin.

Measurement Month / Mois de la mesure

- Measurement Month is an effort to **leverage our individual resources** to **collect consistent, comparable data** (via surveys) to inform decision-making at local, regional, provincial, and national levels.
- By working together, we can maximize the opportunities that every voice will be heard.
- Given the data gaps and demographic challenges facing our regions, *Measurement Month* will focus on **reconciliation, welcoming, and retention**
- Le Mois de la mesure est un effort visant à **tirer parti de nos ressources individuelles** pour **recueillir des données cohérentes et comparables** (par le biais d'enquêtes) afin d'éclairer la prise de décision aux niveaux local, régional, provincial et national.
- En travaillant ensemble, nous pouvons maximiser les chances que chaque voix soit entendue.
- Compte tenu des lacunes dans les données et des défis démographiques auxquels nos régions sont confrontées, le Mois de la mesure sera axé sur le **réconciliation, accueil et rétention**.

02-01-2023 – 02-17-2023

About the surveys – A propos des sondages

1. **Employer:** measuring and assessing the preparedness of employers to meet the unique needs of immigrants and diverse groups.
2. **Individual:** measuring and assessing the gaps and opportunities impacting the lived experiences of individuals in Northern Ontario communities.

1. **Employeur :** mesurer et évaluer la préparation des employeurs à répondre aux besoins uniques des immigrants et des groupes divers.
2. **Individuel :** mesurer et évaluer les lacunes et les possibilités ayant un impact sur les expériences vécues par les individus dans les communautés du Nord de l'Ontario.

About the surveys – A propos des sondages

- 3. Exit:** measuring and assessing perspectives of immigrants and diverse groups who have migrated out of a Northern Ontario community.
- 4. Attitudes towards immigration:** measuring and assessing individual attitudes towards immigration in Northern Ontario communities

- 3. Sortie :** mesurer et évaluer les perspectives des immigrants et des divers groupes qui ont quitté une communauté du Nord de l'Ontario.
- 4. Attitudes à l'égard de l'immigration :** mesurer et évaluer les attitudes individuelles à l'égard de l'immigration dans les communautés du Nord de l'Ontario.

About the surveys – A propos des sondages

5. Student and Youth: Measures attitudes on why students choose to study in Northern Ontario as well as examining perspectives on entrepreneurship.

5. Étudiants et jeunesse : Mesure les attitudes sur les raisons pour lesquelles les étudiants choisissent d'étudier dans le Nord de l'Ontario, ainsi que les attitudes sur l'entrepreneuriat.

Your Role – Votre rôle

1. Promote OR partner

- **PROMOTE** the surveys, on social media, on your website, in your newsletters or other regular communications you may distribute.

OR

- **PARTNER** on a survey. Pick one survey (there are four to choose from), distribute it to your clients and contacts, encourage them to respond.

1. Promouvoir OU s'associer

- **PROMOUVOIR** les enquêtes, sur les médias sociaux, sur votre site web, dans vos bulletins d'information ou autres communications régulières que vous pouvez distribuer.

OU

- **DEVENEZ PARTENAIRE** d'une enquête. Choisissez une enquête (il y en a quatre au choix), distribuez-la à vos clients et contacts, encouragez-les à y répondre.

Your Role – Votre rôle

2. Follow-up

- One week after the surveys launch, do another promotional push!

3. Await findings

- NPI will analyze the data and will provide for you the anonymized data for your region
- NPI will also publish a series of reports with the survey findings

2. Suivi

- Une semaine après le lancement des enquêtes, faites une nouvelle campagne de promotion !

3. Attendre les résultats

- NPI analysera les données et vous fournira les données anonymes de votre région.
- NPI publiera également une série de rapports contenant les résultats de l'enquête.

If interested, email mlefebvre@northernpolicy.ca

Benefits - Avantages

1. Alignment of Northern Ontario data collection efforts
 - Done at the same time, with the same questions
 - Allows for comparability and for combination, trend analysis, sub-group analysis
2. NPI will prepare the messaging and graphics

1. Alignement des efforts de collecte de données du Nord de l'Ontario
 - Réalisé en même temps, avec les mêmes questions.
 - Permet la comparabilité et la combinaison, l'analyse des tendances, l'analyse des sous-groupes.
2. L'IPN préparera les messages et les graphiques

Benefits – Avantages

3. Your organization's logo will be displayed on the master survey landing page, summary reports for each survey and your organization will be listed as an informal partner in NPI's annual report
4. **NPI will analyze the data and will provide for your use the anonymized data for your region (pending appropriate response rates)**
3. Le logo de votre organisation sera affiché sur la page de renvoi de l'enquête principale, le rapport sommaire de chaque sondage et votre organisation sera citée en tant que partenaire informel dans le rapport annuel de l'IPN.
4. **IPN analysera les données et vous fournira les données anonymes de votre région (en fonction du taux de réponse).**

Master survey landing page:

<https://www.northernpolicy.ca/measurement-month>

If interested, email mlefebvre@northernpolicy.ca

How should you target? – Comment cibler ?

Do what you **can**, with the **capacity** you **have** → everything helps!

Suggestions:

- Share materials on **social media**
- Add the survey link to your **newsletter**
- Link the survey on your organization/municipality's **webpage**
- Direct **email** the link to your email list

Faites **ce que vous pouvez**, avec la **capacité** dont vous **disposez**, tout est utile !

Suggestions :

- Partagez les documents sur les **médias sociaux**
- Ajoutez le lien de l'enquête à votre **bulletin d'information**
- Créez un lien vers l'enquête sur **la page Web** de votre organisation/municipalité.
- Envoyez directement le lien à votre liste de **courriel**

WHO SHOULD YOU TARGET? – QUI DEVEZ-VOUS CIBLER ?



Employer Survey – Sondage auprès des employeurs

Who you are:

- Chamber of Commerce, economic development, Community Futures, job developers, workforce planning boards, etc.

Who you should target:

Employers!

- Heads of organizations/businesses that have at least one employee
- All industries and types of organizations (e.g. construction, health, mining, research, First Nations, transportation)

Qui êtes-vous ?

- Chambre de commerce, développement économique, Sociétés d'aide au développement des collectivités, développeurs d'emplois, conseils de planification de la main-d'œuvre, etc.

Qui devez-vous cibler ?

Les employeurs !

- Les chefs d'organisations /entreprises qui ont au moins un employé.
- Toutes les industries et tous les types d'organisations (p. ex. construction, santé, exploitation minière, recherche, Premières nations, transport)

Individual Survey – Sondage individuel

Who you are:

- Settlement Service Providers, Health Providers, Multicultural Centres, Municipalities, etc.

Who you should target: Migrants and all other individuals!

- Individuals residing in Northern Ontario
 - E.g. students from other communities, people using settlement services, temporary residents (ex. employees with work permits)

Qui êtes-vous ?

- Les fournisseurs de services d'établissement, les fournisseurs de soins de santé, les centres multiculturels, les municipalités, etc.

Qui vous devez cibler : Les migrants et tous les autres individus !

- Les personnes résidant dans le Nord de l'Ontario
 - Par exemple, les étudiants d'autres communautés, les personnes utilisant les services d'établissement, les résidents temporaires (par exemple, les employés ayant un permis de travail).

Student and Youth Survey – Sondage d'étudiant et de jeunesse

Who you are:

- K-12 School Boards, Post-Secondary Institution Student Unions and International Students Associations, etc

Who you should target: Youths (16-30), students

- E.g. A 20-something dreaming of starting a business, student at a Northern Ontario post-secondary institution

Qui êtes-vous ?

- Les commissions scolaires de la maternelle à la 12e année, les syndicats d'étudiants des établissements postsecondaires et les associations d'étudiants internationaux, etc

Qui ciblez-vous : **Les jeunes (16-30 ans), les étudiants.**

- Par exemple, un jeune dans leur vingtaine qui rêve de créer une entreprise, un étudiant d'un établissement d'enseignement postsecondaire du Nord de l'Ontario.

Exit Survey – Sondage de sortie

Who you are:

- Post-Secondary Institutions (colleges and universities, Alumni Associations), Service Providers, Real Estate Agents, etc.

Who you should target:

- Any individual who has lived in a Northern Ontario community previously, but has since left the community (even if they moved within Northern Ontario)
 - E.g. an employee that relocated for work, a student that studied at a PSI then left after graduation, a friend that moved to another community

Qui êtes-vous ?

- Institutions postsecondaires (collèges et universités, associations d'anciens élèves), prestataires de services, agents immobiliers, etc.

Qui devriez-vous cibler ?

- Toute personne qui a déjà vécu dans une communauté du Nord de l'Ontario, mais qui a quitté cette communauté depuis (même si elle a déménagé dans le Nord de l'Ontario).
 - Par exemple, un employé qui a déménagé pour son travail, un étudiant qui a étudié dans un PSI et qui est parti après avoir obtenu son diplôme, un ami qui a déménagé dans une autre communauté.

Attitudes towards immigration – Attitudes à l'égard de l'immigration

Who you are:

- Settlement Service Providers, Health Providers, Multicultural Centres, Municipalities, Economic development agencies, Post-Secondary Institutions, etc.

Who you should target:

- Individuals residing in Northern Ontario
 - E.g. students from other communities, people using settlement services, temporary residents (ex. employees with work permits)

Qui êtes-vous ?

- Les fournisseurs de services d'établissement, les fournisseurs de soins de santé, les centres multiculturels, les municipalités, Agences de développement économique, établissements d'enseignement postsecondaire, etc.

Qui devriez-vous cibler ?

- Les personnes résidant dans le Nord de l'Ontario
 - Par exemple, les étudiants d'autres communautés, les personnes utilisant les services d'établissement, les résidents temporaires (par exemple, les employés ayant un permis de travail).

Materials (provided) – Matériel (fourni)

1. Surveys
2. Social media language and graphics (tag @NorthernPolicy)
3. Language for distribution (if you elect to do so)
4. List of suggested targeted respondents
5. Follow-up information: categories of people/individuals/organizations with low response rates to direct follow-up efforts towards

1. Sondages
2. Langage et graphiques pour les médias sociaux (tag @NorthernPolicy)
3. Langage pour la distribution (si vous choisissez de le faire)
4. Liste des répondants ciblés suggérés
5. Informations de suivi : catégories de personnes/individus/organisations ayant un faible taux de réponse vers lesquelles diriger les efforts de suivi.

Materials (provided) – Matériel (fourni)

6. Post-survey: anonymized data for your region will be provided, pending appropriate response rates

Note: all promotional materials are simply a resource, should you wish to use them. Feel free to create your own messaging, keeping with the common theme, to tailor the message to your networks.

6. Post-enquête : des données anonymes pour votre région seront fournies, en fonction des taux de réponse appropriés.

Remarque : tout le matériel promotionnel est simplement une ressource, si vous souhaitez l'utiliser. N'hésitez pas à créer vos propres messages, en respectant le thème commun, afin d'adapter le message à vos réseaux.

Questions?

Measurement Month Mois de la mesure

Collaborating to collect
comparable data in
Northern Ontario

Collaborer à la collecte
de données comparables
dans le Nord de l'Ontario

Coordinated by Northern Policy Institute
with partners from across Northern Ontario

Coordonné par l'IPN avec des
partenaires de tout le Nord de l'Ontario



If interested, email mlefebvre@northernpolicy.ca

NORTHERN
POLICY INSTITUTE

INSTITUT DES POLITIQUES
DU NORD

Giwednong Aakomenjigewin Teg
b ΔC2-4σ-4ʹ P-∇N.σʹ 4Dʹ9-ΔbΓʹ
Institu dPolitik di Nor
Aen vawnd nor Lee Iway La koonpayeen

THANK YOU. MARSEE. P_oo^odΓN^o MERCI.
MIIGWECH.

1 (807) 343-8956 | info@northernpolicy.ca

www.northernpolicy.ca



[/NorthernPolicy](#)



Findings from Measurement Month 2022 – Individual Survey

Total # of respondents: **656**

Key Findings:

- Most respondents are either **satisfied or extremely satisfied** with the **services and support** in their communities.
- **Most respondents**, including students, felt **welcomed in their communities**.
- Concerning RNIP, overall **respondents** who **used the program** expressed **satisfaction** with **all its aspects**
- Most respondents expressed **satisfaction** with their **current employment situation**.
- It is **primarily economic factors** that were **more influential** on **feeling welcomed and settled** in the community, versus social factors.

Findings from Measurement Month 2022 – Exit Survey

Total # of respondents: **147**

Key Findings:

- A common notion among the respondents is that **both social and economic factors** play a large role in the **decision-making process** when leaving a community.
- Generally, respondents felt a **sense of belonging** to the communities in which they previously resided
- Many were **satisfied** with their **employment situation** in their previous communities
- However, the **most common reason** for **out-migrating** from a community was **employment-related**, with respondents indicating there were **better job opportunities elsewhere**

Findings from Measurement Month 2022 – **Service Provider Survey**

Total # of respondents: **35**

Key Findings:

- A **small majority** of organizations indicate they **have sufficient capacity to meet their mandate**, but **some** organizations indicate that they **do not**.
- **Most** organizations **interacted** in some way with their community's **RNIP program**, while a **smaller group actively participated** in the program.
- A **large majority** of organizations **worked in collaboration with other organizations**, and all these organizations collaborated through **resource sharing**.

Findings from Measurement Month 2022 – **Employer Survey**

Total # of respondents: **353**

Key Findings:

- In general, employers in the Big 5 have **positive attitudes** towards hiring newcomers and diverse groups.
- Common **hiring-related challenges** include filling **soft skill** gaps and finding and recruiting employees.
- **Navigating the immigration process** can be difficult; employers need to be supported throughout this process.

Findings from Measurement Month 2022 – Experience with Racism Survey

Total # of respondents: **1,250+**

Key Findings:

- While the findings varied by community, the survey found that for the most part, **communities are welcoming.**
- There were several noted **areas of concern** that were shared among the communities, notably:
 - **Individual prejudice** was found to be a **bigger issue** for visible minorities and Indigenous peoples **compared to discrimination built into laws and institutions.**
 - There were noted **differences between** the **experiences** of Indigenous peoples compared to that of visible minorities.

Findings from Measurement Month 2022 – **Attitudes towards Immigration Survey**

Total # of respondents: **2,335**

Key Findings:

- The findings indicate that residents in Northern Ontario generally have **positive views towards immigration** and believe communities are made better because of it.
- The majority of respondents agree that **immigration has positive economic impacts** on **Canada's economy** and on their **community's economy**.
- Survey respondents showed **strong support** for **skilled and unskilled immigrants** moving to Northern Ontario to fill available jobs, with slightly higher support for skilled immigrants compared to unskilled immigrants.