



Canada Revenue
Agency

Agence du revenu
du Canada

Évaluation de la campagne publicitaire des prestations et crédits de l'ARC de 2018-2019

Sommaire

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada (ARC)

Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS

No du contrat : 46558-193758/001/CY

Date d'attribution du contrat : 18 septembre 2018

Date de livraison : 28 mai 2019

Valeur du contrat : 44,522 \$ (TVH comprise)

No d'inscription : ROP 050-18

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence du revenu du Canada à :

media.relations@cra-arc.gc.ca

This report is also available in English

Canada 

Évaluation de la campagne publicitaire des prestations et crédits de l'ARC de 2018-2019

Sommaire

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada (ARC)
Nom du fournisseur : Les Associés de recherche EKOS
Mai 2019

Le présent rapport dresse le sommaire de la méthodologie utilisée pour deux sondages de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires.

This report is also available in English under the title: Assessment of the 2018-2019 CRA Benefites and Credits Advertising Campaign.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit d'abord être obtenue auprès de l'ARC. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'ARC à media.relations@cra-arc.gc.ca.

Numéro de catalogue : Rv4-137/2019F-PDF
Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-33168-3

Publications connexes (numéro d'enregistrement) : ROP 050-18
Numéro de catalogue : Rv4-137/2019E-PDF (Sommaire, anglais)
Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-33167-6

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre du Revenu national, 2019

SOMMAIRE

Contexte

Une partie importante du revenu du ménage de nombreux Canadiens dépend de versements de prestations et de crédits d'impôt. Pour les ménages à plus faible revenu, les prestations peuvent augmenter le revenu de 50 pour cent.

En outre, les populations vulnérables, comme les ménages à faible revenu, les peuples autochtones, les nouveaux arrivants du Canada et les jeunes adultes, sont confrontés à plusieurs obstacles lorsque vient le temps de préparer leur déclaration de revenu, et d'obtenir des prestations et crédits. Certaines personnes ont besoin de soutien pour remplir leur déclaration de revenus, d'autres connaissent mal les rouages de cette pratique. Ces défis compliquent la prise de contact avec ces populations et par le fait même la communication de toutes les prestations et de tous les crédits d'impôt auxquels elles ont droit, mais qu'elles ne touchent peut-être pas.

Compte tenu de l'existence de ces obstacles, il est essentiel que l'Agence du revenu du Canada (ARC) établisse des liens avec ces gens et qu'elle leur fasse parvenir les informations et le soutien dont elles ont besoin en ce qui a trait aux prestations et crédits auxquels ils ont droit lors de la préparation de leur déclaration de revenus, notamment l'Allocation canadienne pour enfants (ACE), l'Allocation canadienne pour les travailleurs (ACT) ou la Prestation fiscale pour le revenu de travail (PFRT), ainsi que le crédit pour TPS et TVH. Aussi, plus de sensibilisation est requise pour informer ces populations de la nécessité de remplir tous les ans une déclaration de revenus pour être admissible à ces prestations et crédits, qui viennent à l'appui de la priorité du gouvernement apparaissant dans le Cadre des résultats relatifs aux genres de réduire la pauvreté, et d'améliorer la santé et le mieux-être.

Par conséquent, l'ARC a lancé une campagne publicitaire y compris la publicité numérique, télévisée et affichage extérieure, dont les objectifs sont les suivants :

- Sensibiliser les publics cibles aux prestations et aux crédits d'impôt.
- Diriger les publics cibles vers le contenu du site Web Canada.ca consacré aux prestations et aux crédits d'impôt.
- Sensibiliser le public à l'importance de remplir tous les ans une déclaration de revenus pour recevoir des prestations et profiter de crédits d'impôt.
- Sensibiliser le public à la disponibilité de comptoirs d'impôts gratuits du PCBMI pour remplir leur déclaration de revenus.

L'ARC a confié aux Associés de recherche EKOS le mandat de mener une recherche afin d'évaluer l'efficacité de cette campagne publicitaire.

Objectifs

L'évaluation comprenait deux volets de recherche :

- Une évaluation d'avant-campagne ayant recours à un sondage en ligne standardisé de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), qui mettait à l'essai le niveau de connaissance sur l'objet de la recherche avant la campagne notamment :
 - la sensibilisation spontanée et la sensibilisation assistée à l'égard de la publicité générale du gouvernement du Canada, et à l'égard de la publicité des prestations et des crédits; et
 - la sensibilisation sur l'objet de la recherche à l'égard des prestations et des crédits.

- Une évaluation post-campagne ayant recours à un sondage en ligne standardisé de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), qui mettait à l'essai le niveau de connaissance sur l'objet de la recherche après la campagne notamment en ce qui concerne les éléments suivants :
 - la sensibilisation spontanée et la sensibilisation assistée à l'égard de la publicité générale du gouvernement du Canada;
 - la sensibilisation spontanée et la sensibilisation assistée à l'égard des prestations et des crédits; et
 - la mémorisation du message et des mesures prises.

Méthodologie

Le sondage en ligne d'avant-campagne a été mené du 27 novembre au 10 décembre 2018 auprès de 2007 membres du grand public (avec des quotas pour les personnes à faible revenu, les jeunes ainsi que les Autochtones et les membres des Premières nations).

Le sondage en ligne post-campagne a été mené du 6 au 21 mai 2019 auprès de 2 037 membres du grand public (avec des quotas pour les personnes à faible revenu, les jeunes ainsi que les Autochtones et les membres des Premières nations).

Utilisation des constatations

Les constatations issues de la recherche ont servi à évaluer l'efficacité de la campagne.

Dépenses

Le montant du contrat pour cette étude s'établit à **44 522 \$** (TVH comprise).

Énoncé 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.



Derek Jansen
Vice-président
Les Associés de recherche EKOS