



Anciens Combattants  
Canada

Veterans Affairs  
Canada

# Évaluation de la campagne publicitaire sur la commémoration de 2021

## Rapport sur la méthodologie : Sommaire

### Préparé pour Anciens Combattants Canada

Nom du fournisseur : Phoenix SPI

Numéro de contrat : 51019-220187/001/CY

Valeur du contrat : 55 324,24 \$ (incluant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 2021-06-22

Date de présentation du rapport : 2021-12-16

Numéro d'enregistrement : POR 018-21

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Anciens Combattants Canada à l'adresse : [Commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca](mailto:Commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca)

This report is also available in English.

Canada 

## **Évaluation de la campagne publicitaire sur la commémoration de 2021**

Préparé pour Anciens Combattants Canada  
Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.  
Décembre 2021

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de deux sondages en ligne menés pour le compte d'Anciens Combattants Canada à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF) du gouvernement du Canada.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès d'Anciens Combattants Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Anciens Combattants Canada à l'adresse suivante :

[Commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca](mailto:Commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca)

**Numéro de catalogue :** V44-8/2021F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :** 978-0-660-41489-8

**Publications connexes (numéro d'enregistrement de POR : POR 018-21) :**

Numéro de catalogue (rapport final, version anglaise) : V44-8/2021E-PDF

ISBN : 978-0-660-41488-1

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre d'Anciens Combattants Canada, 2021

Also available in English under the title: *Evaluation of the 2021 Remembrance Advertising Campaign*

## SOMMAIRE

---

### 1. Contexte

Au sein d’Anciens Combattants Canada (ACC), la responsabilité fondamentale de la commémoration est unique; elle sert les vétérans et leur famille, reconnaît les contributions des personnes qui ont fait le sacrifice ultime, et fait participer le grand public canadien à la commémoration. Une campagne publicitaire nationale est l’une des façons dont se sert ACC pour inciter les Canadiens à participer à la commémoration. La campagne publicitaire sur la commémoration de 2021 s’est déroulée du 1<sup>er</sup> au 11 novembre 2021, des publicités ayant été diffusées à la télévision, dans la presse écrite et sur le Web (vidéo et bannières publicitaires).

### 2. Objectifs de la recherche

Cette recherche avait pour but d’évaluer la campagne sur la commémoration de 2021 à l’aide de l’Outil d’évaluation de campagnes publicitaires (OECPP) du gouvernement du Canada, un questionnaire d’enquête normalisé qui est distribué avant et après le placement médiatique payant de la campagne. Les objectifs précis visaient à mesurer :

- le rappel spontané de la publicité du gouvernement du Canada au sujet des vétérans;
- la participation des Canadiens à des activités commémoratives;
- le rappel assisté de la campagne sur la commémoration par les médias;
- le rappel des messages clés des publicités;
- la perception de l’importance des programmes commémoratifs d’ACC;
- la satisfaction à l’égard des communications d’ACC portant sur les services et les avantages offerts aux vétérans et à leur famille;
- la connaissance des pays dans lesquels les vétérans et les membres des Forces armées canadiennes ont servi au fil des ans.

La population cible pour le sondage de référence avant la campagne et le sondage après la campagne était composée de Canadiens âgés de 18 ans et plus.

### 3. Méthodologie

L’évaluation de la campagne sur la commémoration de 2021 prévoyait la distribution de deux sondages en ligne : un sondage de référence avant la campagne et un sondage après la campagne. Le sondage de référence a été mené du 21 au 29 octobre 2021 auprès d’un échantillon de 2 312 adultes canadiens. À la suite du sondage de référence, la campagne sur la commémoration a été lancée et s’est déroulée du 1<sup>er</sup> au 11 novembre 2021. Le sondage suivant la campagne a été réalisé après le jour du Souvenir afin d’évaluer la portée de la campagne médiatique du Ministère. Ce sondage a été distribué sur le terrain du 12 au 22 novembre 2021 et 2 276 adultes canadiens y ont répondu. Il fallait en moyenne environ sept minutes pour répondre au questionnaire du sondage de référence et en moyenne 13 minutes pour remplir le questionnaire du sondage après la campagne.

### 4. Déclaration de neutralité politique

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites 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. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



---

Alethea Woods  
Présidente  
Phoenix SPI

#### **5. Valeur du contrat**

La valeur du contrat s'élevait à 55 324,24 \$ (incluant la TVH).