



Health  
Canada

Santé  
Canada

# Sondage post-campagne OECF pour les campagnes d'éducation du publique COVID-19 en 2021-22 : Normalisation des mesures de santé publique et évaluation des risques personnels

Sommaire

## Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Ipsos Global – Affaires publiques

Numéro de contrat : HT372-215043/001/CY

Valeur du contrat : 32 733,30 \$

Date d'attribution : 20 janvier 2022

Date de livraison : 31 mars 2022

Numéro d'enregistrement : POR 109-21

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse :

[hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca).

*This report is also available in English.*

Canada 



## ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre supérieur d'Ipsos, 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 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "M. Colledge".

Mike Colledge  
Président  
Affaires publiques Ipsos



Sondage post-campagne OECF pour les campagnes d'éducation du publique COVID-19 en 2021-22 :  
Normalisation des mesures de santé publique et évaluation des risques personnels  
Sommaire

Préparé pour Santé Canada et l'Agence de la santé publique du Canada  
Nom du fournisseur : Ipsos Global – Affaires publiques  
Mars 2022

Le présent rapport d'enquête d'opinion présente la méthodologie utilisée dans le cadre de *l'enquête OECF après les campagnes de sensibilisation publique sur la COVID-19 en 2021-2022 : sondage en ligne Normalisation des mesures de santé publique et Évaluation des risques personnels* mené par Affaires publiques Ipsos pour le compte de Santé Canada et de l'Agence de la santé publique du Canada. L'étude a été menée auprès de n = 2 003 Canadiens âgés de 18 à 39 ans entre le 15 février et le 8 mars 2022.

Ce rapport est également disponible en anglais sous le titre : POST-Campaign ACET Survey for COVID-19 Public Education Campaigns in 2021-22: Normalizing Public Health Measures and Personal Risk Assessment

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Pour ce faire, il faut d'abord obtenir une autorisation écrite de la part de Santé Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse : [hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca](mailto:hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca) ou à :

Direction générale des communications  
Santé Canada  
200 Promenade Eglantine  
AL 1915C, Pré Tunney  
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Numéro de catalogue :  
H14-403/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :  
978-0-660-43762-0

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 20-30)  
Numéro de catalogue H14-403/2022E-PDF (rapport définitif, en anglais)

ISBN 978-0-660-43761-3

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de la Santé, 2022

Sondage post-campagne OECF pour les campagnes d'éducation du publique COVID-19 en 2021-22 :  
Normalisation des mesures de santé publique et évaluation des risques personnels

## Résumé analytique

### 1. Contexte

#### 1.1 Sommaire

Durant la situation de pandémie de COVID-19 au Canada, les mesures de santé publique continuent de jouer un rôle important pour limiter la propagation du virus et de ses variants. Cependant, une fatigue croissante du public face à ces mesures, en particulier chez les jeunes et les jeunes adultes, se fait sentir.

Il est important de communiquer et de normaliser la pratique des mesures de santé publique pour aider les Canadiens à rester en bonne santé et continuer à prévenir la propagation de la COVID-19. Pour ce faire, les efforts de sensibilisation publique à la COVID-19 continuent de jouer un rôle important dans le cadre de la réponse continue du gouvernement du Canada à la pandémie. De décembre 2021 à la mi-janvier 2021, SC et l'ASPC ont lancé une campagne publicitaire nationale de plus de 2 millions de dollars pour accroître la sensibilisation à la pratique des mesures de santé publique et l'intérêt pour celles-ci. La campagne ciblait les Canadiens âgés de 18 à 39 ans au moyen d'une combinaison de médias, y compris le numérique, les médias sociaux, les panneaux d'affichage et le cinéma.

De façon générale, la campagne cherchait à atteindre les objectifs suivants :

- Accroître la sensibilisation aux diverses pratiques de prévention personnelle contre la COVID-19 (mesures de santé publique) pour rester en bonne santé et prévenir la propagation du virus.
- Susciter l'intérêt à continuer de pratiquer plusieurs mesures de santé publique, telles que l'hygiène des mains et une ventilation adéquate.
- Reconnaître les efforts des Canadiens pour aider à prévenir la propagation du virus à ce jour.
- Générer du trafic vers [Canada.ca/coronavirus](https://Canada.ca/coronavirus) ou une intention de recherche à un autre moment.

Les populations cibles de la campagne étaient les jeunes et les jeunes adultes canadiens âgés de 18 à 39 ans.

### 2. Objectifs de la recherche

#### 2.1 Objectifs de la recherche

La recherche visait à mener un sondage en ligne post-campagne pour évaluer la campagne à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECPP) du gouvernement du Canada. Les objectifs de l'enquête post-campagne étaient les suivants :

- Déterminer si les gens ont vu les publicités associées à la campagne.
- Déterminer où les publicités ont été vues.
- Mesurer le rappel d'éléments particuliers de la campagne.
- Mesurer l'amélioration des connaissances.
- Déterminer si les publicités ont incité les gens à visiter le site Web de la campagne ou à y faire des recherches.
- Relever les changements d'attitude et de comportement attribuables à la campagne de publicité.

Les publics cibles de la recherche étaient les suivants :

- Canadiens de 18 à 39 ans
- Avec une certaine segmentation pour les groupes suivants :
  - Communautés ethniques (mélange général)
    - Répondants parlant/lisant ou vivant avec quelqu'un parlant/lisant l'une de ces langues : arabe, cantonais, persan, hindi, coréen, mandarin, pendjabi, espagnol, tagalog, tamoul, ourdou, vietnamien
  - Peuples autochtones
    - (Certains) répondants parlant/lisant une de ces langues : inuktitut, cri, ojibwé (pas d'exigence d'un nombre minimum de répondants)

### 3. Méthode

#### 3.1 Échantillon en ligne

Le sondage a été mené en ligne auprès d'un échantillon de n = 2 003 Canadiens âgés de 18 à 39 ans. Des quotas ont été fixés pour assurer une représentation adéquate par région, âge et sexe, selon les dernières données de recensement. Les répondants ont été choisis parmi le comité Ipsos Je-dis et un panel de fournisseurs partenaires, Canadian Viewpoint.

Dans l'échantillon de n = 2 003, un quota minimum de n = 100 Autochtones dont quelques-uns qui parlaient/lisaient l'inuktitut, le cri ou l'ojibwé a été atteint. De plus, un quota minimum de n = 300 répondants se définissant comme faisant partie de communautés ethniques spécifiques, dont un minimum de 100 parlant/lisant ou vivant avec quelqu'un parlant/lisant l'arabe, le cantonais, le persan, le hindi, le coréen, le mandarin, le pendjabi, l'espagnol, le tagalog, le tamoul, l'ourdou ou le vietnamien, a été atteint.

Nous avons finalement obtenu nos cibles par échantillonnage naturel, sans suréchantillonnage (notons qu'un répondant peut se classer dans plus d'une catégorie).

- Peuples autochtones (n = 109) dont certains répondants parlent/lisent l'une de ces langues : inuktitut, cri, ojibwé.
- Communautés ethniques (n = 550) se définissant comme une minorité visible, y compris (n = 438) les répondants parlant/lisant ou vivant avec quelqu'un parlant/lisant l'arabe, le cantonais, le persan, le hindi, le coréen, le mandarin, le pendjabi, l'espagnol, le tagalog, le tamoul, l'ourdou ou le vietnamien.

Les peuples autochtones, les communautés et les langues ethniques ont été déterminés à l'aide des questions suivantes :

1. Vous décrivez-vous comme suit?

Une personne autochtone (Premières Nations, Inuit ou Métis)

Un membre d'un groupe ethnoculturel ou d'une minorité visible autre qu'une personne autochtone

Aucune de ces réponses

2. [ASK ONLY IF Q1=2] Vous décrivez-vous comme suit? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Blanc

Asiatique du Sud

Chinois

Philippin

Asiatique du Sud-Est

Asiatique de l'Ouest

Coréen

Japonais

Noir

Latino-Américain

Arabe

Autre

Aucune de ces réponses [Exclusive]

3. [ASK ONLY IF Q1=1 OR Q1=2] Est-ce que vous, ou quelqu'un avec qui vous vivez, parlez ou lisez couramment l'une des langues suivantes? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

Ne parle/lit que l'anglais et/ou le français

Arabe

Cantonais

Cri

Persan

Hindi

Inuktitut

Coréen

Mandarin

Ojibwé

Pendjabi

Espagnol

Tagalog

Tamoul

Ourdou

Vietnamien

Les entretiens se sont déroulés en anglais et en français, et les répondants pouvaient répondre au sondage dans la langue officielle de leur choix.

La méthode d'échantillonnage utilisait des courriels d'invitation et une technologie de routeur pour inviter les participants. Chaque participant a reçu un lien URL unique. Le lien ne pouvait être activé qu'une fois, et les répondants étaient autorisés à s'interrompre pour une pause et à terminer plus tard. Le sondage en ligne prenait en moyenne 7 minutes.



Une évaluation préliminaire a été menée le 15 février avec un échantillon de n = 27 répondants (16 en anglais et 11 en français), pour confirmer la longueur du sondage avant le déploiement complet du questionnaire. Dans le cadre de l'évaluation préliminaire, une question ouverte était posée à la fin du sondage, permettant d'indiquer tout problème en lien avec la clarté du sondage. Aucun problème n'a été signalé dans le cadre de l'évaluation préliminaire.