



Health
Canada

Santé
Canada

Campagne publicitaire sur la grippe saisonnière – Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF)

Sommaire

Préparé pour Santé Canada

Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos

Numéro de contrat : HT372-225971

Valeur du contrat : 54 098,75 \$

Date d'attribution : 26 janvier 2023

Date de livraison : 13 mars 2023

Numéro d'enregistrement : POR 122-22

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada à l'adresse : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca.

Ce rapport est aussi disponible en français

Canada 



ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

Je certifie par la présente, en tant que cadre supérieur d'Ipsos, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et les Procédures 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



Campagne publicitaire sur la grippe saisonnière – Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF) Sommaire

Préparé pour Santé Canada et l'Agence de la santé publique du Canada
Nom du fournisseur : Affaires publiques Ipsos
Mars 2023

Le présent rapport d'enquête d'opinion publique présente la méthodologie utilisée dans le cadre du sondage en ligne relatif à la campagne publicitaire sur la grippe saisonnière et l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF) mené par Affaires publiques Ipsos pour le compte de Santé Canada et de l'Agence de la santé publique du Canada. Le sondage a été mené auprès d'un échantillon de n = 2 306 Canadiens âgés de 18 ans et plus entre le 14 février et le 6 mars 2023.

This publication is also available in English under the title: Seasonal Flu Advertising Campaign – Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET).

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

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

Numéro de catalogue :
H14-438/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :
978-0-660-48927-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 122-22)
Numéro de catalogue H14-438/2023E-PDF (rapport définitif, en anglais)
ISBN 978-0-660-48926-1

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de la Santé, 2023.

Campagne publicitaire sur la grippe saisonnière – Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF)



Résumé analytique

1. Contexte

1.1 Sommaire

La grippe, également connue sous le nom d'influenza, est une maladie respiratoire causée principalement par les virus de l'influenza A et B. C'est l'une des principales causes de décès au Canada, avec une moyenne de 12 200 hospitalisations et de 3 500 décès au Canada chaque année. L'activité grippale est généralement faible au printemps et en été, commence à augmenter à l'automne et culmine pendant l'hiver.

Les gestes préventifs quotidiens comme se laver souvent les mains et se couvrir la bouche pour tousser contribuent à limiter la propagation de la grippe. Cependant, le moyen le plus efficace de prévenir la grippe est de se faire vacciner chaque année. Le meilleur moment pour se faire vacciner contre la grippe est à l'automne, avant que la grippe ne commence à se propager dans la communauté.

Santé Canada (SC) et l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) ont mené la campagne publicitaire sur le vaccin contre la grippe saisonnière 2022-2023 du 14 novembre 2022 au 13 janvier 2023. L'objectif de la campagne était de sensibiliser les gens à l'importance du vaccin contre la grippe, en particulier pour les groupes à haut risque, et de leur fournir des renseignements pour les aider à se reconnaître comme personnes présentant un risque plus élevé de développer des complications liées à la grippe. La campagne avait également comme objectif d'encourager les personnes en contact étroit avec des populations à haut risque à se faire vacciner contre la grippe pour se protéger et protéger les personnes à haut risque.

2. Objectifs de la recherche

2.1 Objectifs de la recherche

SC et l'ASPC cherchent à évaluer l'impact de leur campagne publicitaire sur la grippe saisonnière en matière de sensibilisation à l'importance de se faire vacciner contre la grippe saisonnière auprès des populations à risque et des personnes en contact étroit avec celles-ci. Pour ce faire, un sondage post-campagne a été mené afin de voir l'effet des communications d'intervention.

Les objectifs de la recherche sont 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 précis de la campagne
- Cerner les attitudes à l'égard de la campagne publicitaire



Les résultats de cette recherche permettront à SC et à l'ASPC d'évaluer le rappel de cette campagne.

La Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada exige l'évaluation de toutes les campagnes publicitaires dont les achats médias s'élèvent à plus de un million de dollars au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF).

Public cible

Les Canadiens âgés de 18 ans et plus constituent le public cible principal de la campagne. Celui-ci est composé de quatre (4) groupes de Canadiens à risque ou vulnérables et des personnes en contact étroit avec ces derniers.

1. Les personnes présentant un risque plus élevé de développer des complications liées à la grippe, y compris les suivantes :
 - Les adultes souffrant de certains problèmes de santé chroniques tels que :
 - le cancer et d'autres conditions entraînant une immunodéficience;
 - le diabète;
 - les maladies cardiaques;
 - les maladies pulmonaires;
 - l'anémie;
 - l'obésité;
 - les maladies rénales;
 - les affections neurologiques ou neurodéveloppementales.
2. Les adultes âgés de 65 ans et plus
3. Les parents d'enfants âgés de moins de 5 ans
4. Les personnes enceintes
5. Les personnes en contact étroit avec des populations à risque

3. Méthodologie

3.1 Échantillon en ligne

Les répondants au sondage ont été tirés des échantillons choisis par un fournisseur de panels partenaire de confiance, Canadian Viewpoint Inc. Le sondage a été mené auprès d'un échantillon de n = 2 306 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Les entretiens se sont déroulés dans la langue de leur choix, soit en anglais ou en français.

Une évaluation préliminaire a été lancée le 14 février 2023. Celle-ci a obtenu 78 réponses (56 en anglais et 22 en français). Une question ouverte était posée à la fin du sondage, permettant d'indiquer tout problème, toute question ou toute question imprécise. Aucun problème n'a été signalé. Le sondage a été lancé en entier et s'est déroulé entre le 15 février et le 6 mars 2023.

Des quotas ont été fixés pour assurer une représentation adéquate par région, âge et sexe, selon les dernières données de recensement.



La méthodologie d'échantillonnage a utilisé des invitations par courriel et la technologie du routeur pour inviter les participants. Chaque participant a reçu un lien URL unique. Ce lien ne pouvait être utilisé qu'une seule fois, les répondants étant autorisés à faire une pause pendant le processus et à revenir le terminer plus tard. En moyenne, les entretiens en ligne ont été réalisés en 10 minutes.