



Gouvernement
du Canada

Government
of Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OECP) sur le Jour du souvenir et la commémoration de 2023

Sommaire exécutif

Préparé pour Anciens combattants Canada

Nom du fournisseur: Advanis Inc.

Numéro de contrat: CW2334787

Valeur du contrat: 57 695,50\$ (taxes incluses)

Date d'octroi: 24 octobre 2023

Date de livraison: 19 janvier 2024

Numéro d'enregistrement: POR 075-23

Pour plus d'informations sur ce rapport, veuillez contacter Anciens combattants Canada à l'adresse suivante: commsresearch-commsrecherche@veterans.gc.ca

This report is also available in English.

Canada

Sommaire

Anciens Combattants Canada (ACC) a lancé la campagne Commémoration et reconnaissance à l'automne 2023 pour rendre hommage aux Canadiens qui ont servi leur pays en temps de guerre, de conflit militaire et de paix. Cette campagne publicitaire nationale annuelle vise à encourager les Canadiens à poser des gestes de commémoration.

Conformément aux exigences du gouvernement canadien, toutes les campagnes publicitaires d'une valeur d'au moins 1 million de dollars doivent faire l'objet d'une évaluation à l'aide de l'outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECP), par le biais d'un sondage préalable (ou de référence) et d'un sondage ultérieur à l'évaluation.

L'objectif de cette recherche quantitative était d'évaluer la campagne publicitaire sur la commémoration et la reconnaissance de 2023 à l'aide de l'OECP du gouvernement du Canada (GC) et, comme il se doit, elle a été menée avant et après le placement média payant de la campagne.

Les résultats de cette étude permettront d'évaluer si la campagne a atteint ses objectifs et d'orienter les futures campagnes publicitaires d'Anciens Combattants Canada.

Cette étude a été réalisée du 23 au 30 octobre 2023, sous la forme d'un sondage pré-campagne au moyen de l'Échantillon populationnel aléatoire (EPA) d'Advanis. Le sondage post-campagne a été réalisé du 16 novembre au 5 décembre 2023. Un ensemble cohérent de questions a été utilisé dans les deux sondages afin d'effectuer des comparaisons durant toute la période au cours de laquelle la campagne publicitaire est diffusée, puis retirée de la sphère publique.

Pour les deux vagues, Advanis a constitué un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus, issus de la population générale. Les participants ont été invités par courriel ou par message texte à prendre part à un sondage en ligne. L'étude a été réalisée à partir d'un échantillon aléatoire et ne peut être extrapolée à l'ensemble de la population qu'au niveau national.

Des questions du sondage ont permis d'éliminer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, de celles ne vivant pas au Canada et de celles travaillant pour des entreprises ou organismes qui ne sont pas autorisés à participer (par exemple, une société d'études de marché). Au total, 4 064 adultes canadiens ont participé à l'étude. Pour l'évaluation du rappel assisté, une vidéo publicitaire de 16 secondes a été présentée aux répondants, ainsi que des visuels publicitaires.

La valeur du contrat pour cette étude était de 57 695,50 \$ (taxes incluses).

Attestation de neutralité politique

J'atteste, par les présentes, à titre d'agent principal d'Advanis, l'entière conformité des produits livrables aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information 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.

Signé: 

Nicolas Toutant, vice-président, Recherche et évaluation