



Mise à l'essai des concepts de la campagne publicitaire sur les arnaques menée par l'Agence du revenu du Canada de 2023 à 2024

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Advanis

Numéro de contrat : CW2328788

Valeur du contrat : 43 016,00 \$ (taxes exclues)

Date d'attribution : 31 août 2023

Date de livraison : 20 novembre 2023

Numéro d'inscription : POR 040-23

Pour en savoir plus sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence à l'adresse suivante :

cra-arc.media@cra-arc.gc.ca

This report is also available in English.



Mise à l'essai des concepts de la campagne publicitaire sur les arnaques menée par l'Agence du revenu du Canada de 2023 à 2024

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Advanis

Novembre 2023

Ce rapport présente les résultats de la mise à l'essai des concepts de la campagne publicitaire sur les arnaques menée par l'Agence du revenu du Canada de 2023 à 2024. La mise à l'essai a été effectuée par Advanis au nom de l'Agence. L'étude comprenait des séances avec huit groupes de discussion qui ont été menées entre le 11 septembre et le 13 septembre 2023.

This report is also available in English under the title: 2023-2024 CRA Be Scam Smart Advertising Campaign Concept Testing.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence. Pour en savoir plus sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence à l'adresse cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

360, rue Albert
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
[Canada](#)

Numéro de catalogue : Rv4-143/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-69193-0

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR-040-23) :

Numéro de catalogue : Rv4-143/2024E-PDF (rapport, français)

Numéro international normalisé du livre : 978-0-660-69192-3 (français)



Résumé exécutif

En novembre 2020, l'Agence du revenu du Canada a lancé une initiative de publicité interministérielle pluriannuelle en collaboration avec divers ministères gouvernementaux. L'objectif principal de cette campagne publicitaire était d'accroître la sensibilisation de la population canadienne à l'égard des arnaques liées au gouvernement, surtout chez les nouveaux arrivants au Canada, les aînés et les jeunes.

Pour garantir l'efficacité de la campagne publicitaire, une évaluation approfondie, communément appelée un « essai pilote », était nécessaire. Les objectifs de recherche étaient les suivants :

- déterminer si le concept publicitaire est efficace auprès des publics cibles;
- déterminer si la campagne est pertinente, accrocheuse, etc.;
- évaluer l'efficacité et la compréhension des slogans et des messages proposés.

L'essai pilote a permis d'atteindre les objectifs suivants :

- 1) déterminer si le contenu est pertinent pour chaque public, clairement compris par celui-ci et attrayant sur le plan créatif;
- 2) susciter des suggestions de changements possibles pour garantir que les messages et les publicités interpellent les publics cibles;
- 3) susciter des suggestions de modifications possibles à l'égard du concept qui augmenteraient l'efficacité.

La mise à l'essai des concepts de la campagne publicitaire sur les arnaques menée par l'Agence de 2023 à 2024 a été réalisée auprès de groupes de discussion en ligne. Les participants aux groupes de discussion ont été invités à faire part de leurs impressions sur un scénario-maquette pour une publicité vidéo, une publicité audio et des slogans.

Advanis a recruté tous les participants par téléphone au moyen de l'échantillon populationnel aléatoire d'Advanis, une source exclusive d'échantillon représentative recrutée en ayant recours à l'échantillonnage aléatoire. Après avoir été recrutés par téléphone, les participants ont reçu un courriel de confirmation comprenant les renseignements nécessaires pour participer au groupe de discussion.

Au total, huit groupes se sont rencontrés sur Zoom; quatre en anglais et quatre en français. Les modérateurs étaient situés à Montréal, au Québec. Les séances se sont déroulées du 11 au 13 septembre 2023. Les participants à la recherche comprenaient des membres du public cible, notamment des nouveaux arrivants au Canada (au pays depuis moins de 10 ans), des aînés (60 ans et plus), des jeunes (18 à 34 ans), ainsi que des membres de la population générale (35 à 59 ans).

Le concept publicitaire était efficace auprès des publics cibles. Son message a été compris par les gens et les a encouragés à être vigilants à l'égard des arnaques. Il est plus difficile de déterminer si l'appel à l'action des publicités visant à inciter les gens à visiter le site Web était efficace, car de nombreux participants ne se sentaient pas personnellement ciblés, mais croyaient que la publicité pourrait être utile à d'autres personnes.

Les participants conviennent que ces publicités sont importantes pour accroître la sensibilisation aux arnaques utilisant le nom du gouvernement du Canada. Étant donné que les participants ont fréquemment été exposés à ces types d'arnaques, le fait d'avoir des publicités pour aider les gens à faire preuve de méfiance était considéré comme une bonne initiative.



De manière générale, les participants ont considéré les publicités comme accrocheuses. Pour le scénario-maquette de la publicité vidéo, ils ont souligné l'importance pour la publicité d'attirer immédiatement l'attention du public. Ils ont généralement compris le message transmis dans les slogans et l'ont considéré comme clair. Certains croyaient que la publicité audio était accrocheuse, efficace et amusante, mais les réactions étaient mitigées au sujet de la référence aux cartes-cadeaux. Les participants avaient des avis différents à savoir s'ils prendraient des mesures après avoir entendu la publicité audio.

Comme dans tous les projets de nature qualitative, les résultats de la recherche sont indicatifs et ne peuvent pas être utilisés pour tirer des conclusions statistiques sur la population cible.

Énoncé sur la neutralité politique et coordonnées de la personne-ressource

J'atteste par la présente, à titre de cadre supérieur d'Advanis, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées 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 précisément, les produits livrables ne comprennent aucune référence aux intentions de vote électoral, aux préférences quant aux partis politiques, aux positions des partis ou à l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de son chef.

Signature :

Nicolas Toutant,
Vice-président, Recherche et évaluation
Advanis
ntoutant@advanis.net