



Canada Revenue  
Agency

Agence du revenu  
du Canada

# Évaluation de la campagne publicitaire de paiement de l'incitatif à agir pour le climat

## Sommaire

### Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Corporate Research Associates Inc.

Numéro de contrat : 46558-195800/001/CY

Valeur du contrat : 38 782,73 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution : 29 janvier 2019

Date de livraison : 3 juin 2019

Numéro d'enregistrement : ROP 116-18

Pour obtenir plus de renseignements sur le présent rapport, veuillez envoyer un courriel à l'Agence à l'adresse [cra-arc.media@cra-arc.gc.ca](mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca).

This report is also available in English.

Canada

## Droit d'auteur

### *Évaluation de la campagne publicitaire de paiement de l'incitatif à agir pour le climat*

## Sommaire

### **Préparé pour l'Agence du revenu du Canada**

Nom du fournisseur : Corporate Research Associates Inc.

Juin 2019

Le présent rapport présente le sommaire des détails de la méthodologie pour l'évaluation de la campagne publicitaire de paiement de l'incitatif à agir pour le climat, menée par Corporate Research Associates Inc., au nom de l'Agence du revenu du Canada. L'étude était composée de deux phases de collecte de données : une avant la campagne publicitaire (référence) et une après. La phase précampagne a eu lieu du 14 au 25 février 2019, tandis que la phase postcampagne publicitaire s'est déroulée du 6 au 12 mai 2019.

This publication is also available in English under the title: Evaluation of the Climate Action Incentive payment Advertising Campaign – Executive Summary.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence, à l'adresse suivante : [cra-arc.media@cra-arc.gc.ca](mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca).

**Numéro de catalogue** : Rv4-136/2019F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-33166-9

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 116-18) :**

Numéro de catalogue (sommaire, anglais) : Rv4-136/2019E-PDF

ISBN (français) : 978-0-660-33165-2

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre du Revenu national, 2019.

## SOMMAIRE

### Contexte

Dans le cadre du système de tarification de la pollution par le carbone du gouvernement du Canada, l'Agence du revenu du Canada est responsable de verser les paiements de l'incitatif à agir pour le climat aux résidents de la Saskatchewan, du Manitoba, de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick, par l'intermédiaire de leurs déclarations de revenus et de prestations respectives pour l'année 2018. L'incitatif à agir pour le climat a pour but d'aider les Canadiens dans ces quatre provinces à effectuer cette transition.

L'incitatif à agir pour le climat proposé pour les ménages pourra être demandé à l'aide de déclarations de revenus. Les particuliers pouvaient demander cet incitatif au moment de remplir leur déclaration de revenus et de prestations de 2018 cette année. Les montants des paiements incitatifs sont fondés sur deux facteurs : 1) la composition de la famille et 2) la province de résidence. Il est également important de noter que les particuliers dans les régions rurales et les petites collectivités recevront un supplément rural de 10 % dans le cadre de l'incitatif à agir pour le climat, en reconnaissance de leurs besoins précis.

L'Agence du revenu du Canada a lancé une campagne publicitaire en mars pour appuyer le paiement de l'incitatif à agir pour le climat du gouvernement, qui doit être mis en œuvre dans les quatre provinces mentionnées précédemment. La campagne publicitaire a été menée exclusivement dans ces provinces. Les objectifs de la campagne publicitaire étaient les suivants :

- 1) *Encourager les Canadiens à produire leur déclaration de revenus pour demander le paiement de l'incitatif à agir pour le climat.*
- 2) *Amener les publics cibles à la nouvelle page Web de la campagne publicitaire sur l'incitatif à agir pour le climat sur le site Canada.ca, où plus de renseignements sont disponibles.*

Cette recherche est obligatoire, étant donné que le Conseil du Trésor (CT) exige que toutes les campagnes publicitaires du gouvernement du Canada qui coûtent plus d'un million de dollars soient évaluées.

## Objectifs de la recherche

L'objectif de la recherche quantitative est d'évaluer les réactions à la campagne publicitaire et à quel point les gens s'en souviennent. Au niveau le plus élevé, l'objectif de la recherche est d'évaluer l'efficacité de la campagne publicitaire. Plus précisément, les objectifs de recherche comprenaient ce qui suit :

- 1) *Une évaluation avant la campagne, qui a utilisé le sondage en ligne de base normalisé de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF) afin d'évaluer la sensibilisation avant la campagne à l'égard du sujet, y compris : a) une connaissance assistée et spontanée des publicités du gouvernement du Canada en général, ainsi que la publicité liée au sujet de la campagne de l'incitatif à agir pour le climat; et b) une connaissance assistée et spontanée du sujet.*
- 2) *Une évaluation après la campagne, qui a utilisé le sondage postcampagne en ligne de l'OECF et qui a permis d'évaluer : a) la sensibilisation à la publicité en général du gouvernement du Canada, ainsi que la publicité liée au sujet de la campagne de l'incitatif à agir pour le climat; b) une connaissance assistée et spontanée du sujet; c) la rétention des messages; et d) l'intention d'agir.*

## Population cible

Selon l'énoncé des travaux (EDT), le public cible de la recherche comprend les membres de la population générale du Canada de 18 ans ou plus qui vivent dans l'une des quatre provinces suivantes : Manitoba, Saskatchewan, Ontario et Nouveau-Brunswick.

Un sondage précampagne publicitaire a été mis en œuvre en février 2019. Un sondage postcampagne publicitaire a été mis en œuvre en mai 2019. Les quotas détaillés sont abordés dans la section des échantillons ci-dessous.

## Utilisation de la recherche

Afin de promouvoir les perspectives d'une campagne publicitaire fructueuse, une recherche sur les essais de concept était nécessaire pour évaluer l'efficacité relative des concepts auprès des membres du public cible, vérifier que les concepts ont attiré l'attention de groupes déterminés, recommander des modifications possibles aux concepts dans le but d'accroître l'efficacité à l'avenir. Les évaluations précampagne et postcampagne publicitaire visaient à démontrer l'efficacité de la campagne publicitaire choisie en mesurant (et en comparant) la sensibilisation à l'égard du sujet auprès des publics.

Comme il est suggéré ci-dessus, l'évaluation d'une campagne publicitaire de la nature de celle qui est répertoriée dans le présent rapport est obligatoire pour toutes les campagnes publicitaires dont l'achat média dépasse un million de dollars. Les sondages précampagne et postcampagne de l'OECP sont utilisés pour toutes les grandes campagnes publicitaires du gouvernement du Canada afin d'évaluer de façon uniforme ces campagnes et de respecter les exigences clés de la politique de communication du gouvernement du Canada.

## Dépenses

Le sondage a entraîné des dépenses de 38 782,73 \$ (taxes incluses).

## Consentement

Corporate Research Associates offre son consentement écrit permettant au bibliothécaire et archiviste du Canada d'afficher dans les deux langues officielles ce rapport méthodologique.

## Déclaration de neutralité politique et coordonnées

À titre de cadre supérieur de Corporate Research Associates Inc., j'atteste, par la présente, que les résultats de l'étude sont entièrement conformes aux exigences en matière 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 résultats n'abordent pas les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis et les cotes de performance d'un parti politique ou de son chef.



Peter MacIntosh  
Vice-président exécutif  
Corporate Research Associates  
[pmacintosh@cra.ca](mailto:pmacintosh@cra.ca)  
902-493-3832