

Campagne publicitaire de 2023 sur les solutions climatiques fondées sur la nature et un environnement plus propre (OECP)

-

Résumé

Préparé pour Environnement et Changement climatique Canada

Fournisseur : Elemental data collection

Numéro de contrat : CW2265822

Valeur du contrat (TVH incluse) : 41 781,75 \$

Date d'octroi du contrat : 15 décembre 2022

Date de livraison : Mai 2023

Numéro d'enregistrement : POR 097-22

**Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec
Environnement et Changement climatique Canada à l'adresse :**

POR-ROP@ec.gc.ca

This publication is also available in English.



**Campagne publicitaire de 2023 sur les solutions climatiques fondées sur la nature
et un environnement plus propre (OECP)**

Résumé

Préparé pour Environnement et Changement climatique Canada

Fournisseur : Elemental data collection

Numéro d'enregistrement : POR 097-22

This report is also available in English under the name: Nature Based Climate Solutions
and Cleaner Environment Advertising Campaign 2023 (ACET) - Executive Summary

No de cat. : En4-553/2023F-PDF

ISBN : 978-0-660-49563-7

EC23072

À moins d'avis contraire, il est interdit de reproduire le contenu de cette publication, en totalité ou en partie, à des fins de diffusion commerciale sans avoir obtenu au préalable la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur d'Environnement et Changement climatique Canada. Si vous souhaitez obtenir du gouvernement du Canada les droits de reproduction du contenu à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne en communiquant avec :

Environnement et Changement climatique Canada

Centre de renseignements à la population

Édifice Place Vincent Massey

351 boul. Saint-Joseph

Gatineau (Québec) K1A 0H3

Ligne sans frais : 1-800-668-6767

Courriel : enviroinfo@ec.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de l'Environnement et du Changement climatique, 2023

RÉSUMÉ

Dans le but d'appuyer la campagne publicitaire sur les solutions climatiques fondées sur la nature et un environnement plus propre, Environnement et Changement climatique Canada (ECCC) a procédé à une recherche sur l'opinion publique à l'aide de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF). Les sections qui suivent décrivent la méthodologie utilisée pour l'étude, y compris les objectifs de la recherche, la conception de l'échantillon et les procédures de collecte des données.

1.1 Contexte

Les résultats d'un sondage réalisé en 2021 par Nature Canada et la Fondation David Suzuki ont révélé que 40 % des Canadiens définissent de manière inexacte les « solutions climatiques fondées sur la nature » (SCFN), certains « les associant à des mesures, telles que l'utilisation de produits naturels et le recyclage ». Malgré la confusion, 71 % des Canadiens jugent les SCFN efficaces pour lutter contre les changements climatiques (peu importe la définition qu'ils en donnent). De plus, 74 % des Canadiens se disent en faveur des efforts de conservation de la nature, même si ces mesures limitent l'utilisation de terres publiques ou privées – il y a bel et bien un appui (Nature Canada, 2021).

La campagne vise à corriger cette interprétation erronée et à favoriser un large soutien à l'égard des solutions fondées sur la nature en tant que moyen de lutter contre les changements climatiques et la perte de la biodiversité. Un des outils utilisés par ECCC pour remplir son mandat est la recherche sur l'opinion publique.

1.2 Objectifs de la recherche

La recherche effectuée au moyen de l'OECF sert en général à déterminer l'efficacité de la campagne publicitaire en évaluant les objectifs de la campagne avant et après sa diffusion, y compris la connaissance et la rétention des publicités par les Canadiens, en particulier au sein du public cible. Le but de la campagne est de faire connaître l'expression « solutions climatiques fondées sur la nature » aux Canadiens et de les informer sur le rôle que jouent ces solutions pour remédier à la double crise des changements climatiques et de la perte de biodiversité.

1.3 Résumé de la méthodologie

Des entrevues en ligne ont été menées en ligne du 8 février au 16 février 2023 (dans le cadre d'un sondage de référence ou précampagne) et du 1^{er} avril au 11 avril 2023 (dans le cadre d'un sondage post-campagne) auprès d'un échantillon total de 3 000 Canadiens âgés de 18 ans et plus. Compte tenu de la nature non probabiliste de l'échantillon, les données recueillies ne peuvent pas être extrapolées à la population générale canadienne d'adultes. Toutefois, pour un échantillon probabiliste de cette taille, la marge d'erreur des résultats serait de $\pm 1,79\%$, 19 fois sur 20.

1.4 Utilisation des résultats de la recherche

Conformément aux directives de la Politique sur les communications et l'image de marque du Conseil du Trésor, les campagnes ayant une composante médiatique de 1 000 000 \$ ou plus doivent faire l'objet d'une évaluation au moyen de l'OECP. Le sondage précampagne de l'OECP permet d'établir des données de référence sur la sensibilisation du public cible; le sondage post-campagne mesure quant à lui la rétention et la compréhension de la publicité ainsi que la réaction à celle-ci.

1.5 Valeur du contrat

La valeur totale du contrat pour cette recherche se chiffre à 41 781,75 \$, TVH comprise.

1.6 Attestation de neutralité politique

À titre de représentant du cabinet Elemental Data Collection, j'atteste par les présentes que les produits livrables 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 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.



Colin Kiviaho
Associé
Elemental Data Collection Inc.
ckiviaho@elementaldci.com
Le 8 mai 2023