



Affaires mondiales
Canada

Global Affairs
Canada

Outil d'évaluation de post-campagnes publicitaires (OECF) – COVID 19 sur les voyages et les frontières

Sommaire

Préparé pour Affaires mondiales Canada

Nom du fournisseur : Advanis Inc.

Numéro de contrat : EP363-140002/001/CY

Valeur du contrat : 24 961,43 \$ (comprenant la TVH)

Date d'attribution du contrat : 10 mars 2022

Date de livraison : 25 mai 2022

Numéro d'enregistrement : POR 131-21

Pour de plus amples renseignements concernant le présent rapport, veuillez communiquer avec Affaires mondiales Canada à l'adresse suivante : POR-ROP@international.gc.ca

This report is also available in English.

Canada

TABLE DES MATIÈRES 2

1. SOMMAIRE..... 3

1.1 Contexte 3

1.2 Objectif..... 6

1.3 Méthodologie..... 6

1.4 Valeur du contrat 6

1.5 Exigence de neutralité politique..... 6

1. Sommaire

1.1 CONTEXTE

À mesure que la pandémie de COVID-19 évolue et que les restrictions à cet égard changent, le gouvernement du Canada doit communiquer aux Canadiens des renseignements pertinents sur les voyages et leur fournir des ressources pour qu'ils puissent prendre des décisions éclairées concernant les voyages.

D'après les commentaires reçus par l'intermédiaire des médias sociaux, des boîtes aux lettres pour renseignements généraux et des appels aux numéros 1-800 d'Affaires mondiales Canada (AMC) et du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT), les Canadiens ont de la difficulté à trouver et à comprendre les renseignements sur les voyages qui s'appliquent à leur situation pendant la pandémie. Un grand nombre de demandes de renseignements, d'appels et de courriels adressés aux services de renseignements généraux d'AMC comprenaient des questions liées à la quarantaine et à l'isolement. La stratégie globale de la campagne publicitaire vise à faire en sorte que les Canadiens disposent de tous les renseignements et ressources à jour dont ils ont besoin pour prendre des décisions prudentes en matière de voyage, en les incitant à consulter le site se trouvant à l'adresse <https://voyage.gc.ca/voyage-covid>. Ce site Web, mis en ligne le 10 juillet 2020, est la plateforme sur laquelle sont publiés tous les renseignements du gouvernement liés aux voyages et aux frontières. Un ensemble de stratégies médiatiques comprenant à la fois des méthodes de référencement payant et des méthodes de référencement naturel ont été mises en œuvre sur différents canaux de diffusion numériques afin de promouvoir les ressources dont les Canadiens ont besoin pour prendre des décisions prudentes en matière de voyage.

Le site permet de rappeler aux Canadiens quels sont les avertissements aux voyageurs à l'étranger et de faire connaître les outils, les conseils et les services d'assistance à la disposition des Canadiens pour leur permettre de prendre des décisions éclairées. Il donne également accès à de l'information sur la manière d'assurer leur sécurité s'ils décident de voyager à l'étranger. Il renseigne les ressortissants étrangers et les citoyens canadiens sur les restrictions d'entrée, sur ce qu'ils doivent savoir avant de voyager au Canada ou de quitter le pays, et sur ce à quoi ils peuvent s'attendre à la frontière. Les renseignements les plus récents diffusés par l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC)/Santé Canada sont également publiés sur ce site. L'ASPC/Santé Canada mène une campagne publicitaire de 1,5 million de dollars pour promouvoir l'application ArriveCAN, un outil essentiel à l'appui des activités de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC).

Affaires mondiales Canada a lancé une campagne publicitaire pour communiquer de l'information sur la manière de voyager en toute sécurité ainsi que sur les mesures en vigueur aux frontières pendant la pandémie. Les commentaires recueillis à la suite de la campagne sur les voyages et les frontières permettront d'orienter les prochaines campagnes publicitaires menées dans le contexte de la pandémie de COVID-19. La présente étude a permis de recueillir des commentaires sur les campagnes publicitaires numériques créatives et sur les résultats à court terme de ces campagnes. Les résultats aideront AMC à s'assurer que les messages importants sont communiqués aux Canadiens de manière efficace dans le cadre de campagnes publicitaires à venir. Les détails concernant chacune des campagnes figurent ci-dessous.

Publicité 1



Période de diffusion :

- Du 13 octobre 2021 au 31 mars 2022

Plateformes :

- Facebook/Instagram/moteurs de recherche

Publicité 2



Période de diffusion :

- Du 13 octobre 2021 au 31 mars 2022

Plateformes :

- Facebook/Instagram/moteurs de recherche

Publicité 3



Périodes de diffusion :

- Du 13 octobre 2021 au 31 décembre 2021
- Du 1^{er} mars 2022 au 31 mars 2022

Plateformes :

- Facebook/Instagram/moteurs de recherche

Publicité 4



Période de diffusion :

- Du 23 décembre 2021 au 28 février 2022

Plateformes :

- Facebook/moteurs de recherche

1.2 OBJECTIF

La présente étude quantitative a pour objectif de recueillir les commentaires de Canadiens afin de :

- mesurer la sensibilisation du public au sujet de cette campagne;
- comprendre dans quelle mesure le public se souvient de la campagne;
- évaluer la pertinence de la campagne pour chaque personne;
- comprendre si le public souhaite en savoir plus sur les restrictions de voyage.

1.3 MÉTHODOLOGIE

La présente étude a été réalisée du 4 au 27 avril 2022, sous la forme d'un sondage mené à la suite de la campagne, en se servant de l'Échantillon populationnel aléatoire (EPA) mis au point par Advanis. Advanis a rassemblé un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus, tirés de la population générale. Les participants ont été invités par courriel ou par SMS 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 la population générale qu'à l'échelle nationale.

1.4 VALEUR DU CONTRAT

La valeur du contrat, pour cette étude, était de 24 961,49 \$ (comprenant la TVH).

1.5 EXIGENCE DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

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 ainsi que dans la Directive sur la gestion des communications.

Plus particulièrement, les produits livrables ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, 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