



Nom du fournisseur: Ipsos Public Affairs
Numéro de contrat: HT372-174272/001/CY
Valeur du contrat: \$49,941.48
Date d'octroi: 2018-02-16
Date de livraison: Février 2019

Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP) – Campagne sur la vaccination d'enfance de 2018

Sommaire

Préparé pour Santé Canada

Numéro d'enregistrement: POR 105-17

Pour en savoir plus sur le présent rapport, veuillez communiquer avec Santé Canada au :
hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

This report is also available in English.

ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

À titre de cadre dirigeant d'Ipsos, j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, les documents livrés ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques et les positions des partis ni quoi que ce soit sur l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Mike Colledge
Président
Ipsos Public Affairs

Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP) pour la campagne de vaccination d'enfance de 2018

Sommaire

Rédigé pour l'Agence de la santé publique du Canada
Nom du fournisseur: Ipsos Public Affairs
Février 2019

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats de sondages en ligne de référence et postcampagne réalisés au moyen de l'OECP et menés par Affaires publiques Ipsos pour le compte de l'Agence de la santé publique du Canada. L'étude a été menée auprès de 1 603 Canadiens âgés de 18 ans et plus qui « affichent de la réticence à l'égard de la vaccination », dont 881 dans le cadre du sondage de référence et 722 dans celui du sondage postcampagne. L'étude portait sur trois groupes de Canadiens qui affichent de la réticence à l'égard de la vaccination : les parents d'enfants de 6 ans ou moins, les femmes enceintes et les femmes prévoyant le devenir au cours des 12 mois suivants. Le sondage de référence a été mené du 8 au 25 mars 2018, et celui postcampagne, du 10 décembre 2018 au 11 janvier 2019.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. L'autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence de la santé publique du Canada. Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence de la santé publique du Canada au : hc.cpab.por-rop.dgcap.sc@canada.ca

Sommaire

1. Contexte

1.1 Énoncé sommaire

L'étude consistait en des sondages quantitatifs en ligne, un sondage de référence et un sondage postcampagne, menés auprès de Canadiens de 18 ans ou plus qui affichent de la réticence à l'égard de la vaccination. Les personnes affichant de la réticence à l'égard de la vaccination ont été définies comme celles qui font administrer des vaccins tardivement ou de façon sélective et celles qui acceptent les vaccins, mais qui éprouvent des doutes quant à leur décision. L'étude portait sur trois groupes de Canadiens qui affichent de la réticence à l'égard de la vaccination : les parents d'enfants de 6 ans ou moins, les femmes enceintes et les femmes prévoyant le devenir au cours des 12 mois suivants. Au total, n = 881 personnes ont été interrogées en ligne dans le cadre du sondage de référence et n = 722 dans le cadre du sondage postcampagne. Voici la répartition des trois groupes pour chaque sondage :

	Sondage de référence	Sondage postcampagne
Total	881	722
Parents d'enfants de 6 ans ou moins	688	611
Femmes enceintes	52	24
Femmes prévoyant être enceintes au cours des 12 mois suivants	141	87

Les sondages ont été menés en anglais et en français. Le sondage précampagne a eu lieu du 8 au 25 mars 2018 et le sondage postcampagne a eu lieu du 10 décembre 2018 au 11 janvier 2019.

Étant donné que ces sondages n'ont pas été menés auprès de la population générale et que les proportions réelles de Canadiens qui affichent de la réticence à l'égard de la vaccination ne sont pas connues, les résultats n'ont fait l'objet d'aucune pondération.

Ipsos a uniquement programmé et hébergé le sondage et a fourni des services de gestion d'échantillons, et l'Agence de la santé publique du Canada a fourni le sondage en ligne. Ipsos était responsable de la collecte et du stockage des données au Canada, ainsi que du traitement et de la pondération des données. La valeur totale du contrat pour cette étude était de 49 941,48 \$, TVH incluse.

2. Objet de la recherche

2.1 Objectifs de recherche

L'étude vise à évaluer l'efficacité de la campagne publicitaire sur les personnes cibles qui affichent de la réticence à l'égard de la vaccination. Les objectifs de l'étude comprennent :

- L'évaluation de la connaissance des publicités associées à la campagne;
- La détermination de l'endroit où les publicités ont été vues;
- L'évaluation du souvenir d'éléments précis de la campagne;
- La détermination des gestes posés et des changements d'attitude attribuables à la campagne publicitaire.

L'étude pourrait également être utilisée par l'Agence de la santé publique du Canada pour déterminer les changements d'attitude sur lesquels il faudrait miser afin d'augmenter les taux de vaccination dans ce groupe cible.