

Évaluation de la campagne télévisuelle portant sur la politique des télécommunications sans-fil

-Compte rendu sommaire-

Préparé par:
TNS Canada

Préparé pour:
Industrie Canada

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer par courriel à l'adresse à : info@ic.gc.ca



Numéro d'enregistrement de la ROP : POR 044-13
Numéro de contrat de TPSGC : U1400-131663/001/CY
Date de passation du marché : 25 novembre 2013
Date de livraison du contrat : 23 décembre 2013

This report is also available in English on demand.

But et objectifs

But

- Industrie Canada fait actuellement de la publicité visant à communiquer la politique sans-fil du gouvernement afin de corriger certaines inexactitudes possiblement présentes dans l'esprit des gens. La publicité consiste à diffuser des spots TV de 30 secondes, en anglais et en français.

Objectifs

- L'objectif principal était d'utiliser la série de questions standard de l'outil d'évaluation d'une campagne publicitaire afin de mesurer l'efficacité de la campagne publicitaire pour ce qui est de communiquer aux Canadiens les politiques sans fil du gouvernement.
- Plus précisément, les objectifs étaient :
 - De mesurer la notoriété spontanée et assistée des publicités;
 - De déterminer la capacité à se rappeler du message;
 - D'évaluer la commandite/l'attribution des publicités;
 - De comprendre l'impact, en termes d'action, qu'ont eu les publicités;
 - D'évaluer si l'aspect créatif a trouvé un écho auprès de l'auditoire cible.

Façon dont l'information sera utilisée

- Les résultats obtenus par le biais de ce processus seront utilisés pour mesurer le rendement de la campagne par rapport aux données de référence afin d'améliorer la conception de futurs plans et campagnes publicitaires.

Dépenses totales

- Les dépenses totales pour ce projet ont été de 50 842,29 \$.

Méthodologie

Approche

- Cette étude quantitative a été menée au téléphone auprès d'un échantillon représentatif à l'échelle nationale de Canadiens de 18 ans et plus. Un total de 2 002 entrevues ont été réalisées dont 1 733 auprès d'utilisateurs de téléphone fixe et 269 auprès de personnes qui sont abonnés exclusivement à des services de téléphone sans fil.

Collecte de données

- Dates de terrain : du 9 au 17 décembre 2013
- Durée moyenne du sondage de 6,4 minutes et des durées variant de 3,8 minutes pour le plus court à 21,2 minutes pour le plus long
- Type et montant des primes incitatives : aucune prime incitative n'a été offerte

Source de l'échantillon

- Des ménages de partout au Canada ont été sélectionnés aléatoirement à l'aide de la méthodologie dite RDD (Random Digit Dialing).
- L'échantillon a été généré à l'aide d'un système de composition prédictive.

Dans quelle mesure les résultats peuvent être extrapolés et à qui

- Puisque l'échantillon est probabiliste, les résultats peuvent être extrapolés à la population canadienne adulte âgée de 18 ans et plus.