



Parcs
Canada

Parks
Canada

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024

Sommaire

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Fournisseur : Advanis Inc.

N° du contrat : CW2336819

Valeur du contrat : 46 714,20 \$ (taxe est incluse)

Date du contrat : 7 novembre 2023

Date de livraison : 27 juin 2024

No d'inscription : POR 082-23

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada à information@pc.gc.ca

This report is also available in English

Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024

Sommaire

Préparé pour l'Agence de Parcs Canada

Nom de fournisseur : Advanis Inc.

Juin 2024

Ce rapport présente les détails méthodologiques de l'Évaluation des campagnes publicitaires (OEPC) de Parcs Canada 2024 menée par Advanis Inc. pour le compte de Parcs Canada. Cette étude a été réalisée du 9 janvier au 30 janvier 2024, sous la forme d'une enquête avant la campagne et du 21 mai au 11 juin 2024, sous la forme d'une enquête après la campagne. Les deux vagues ont été réalisées à partir de l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale.

Cette publication ne peut être reproduite qu'à des fins non commerciales. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de Parcs Canada. Pour en savoir plus sur le rapport, veuillez communiquer avec Parcs Canada dont les coordonnées sont :

1-888-773-8888 ou information@pc.gc.ca

Parcs Canada
2^e étage, 30 rue Victoria
Gatineau QC J8X 0B3

Numéro de catalogue :

R62-583/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-72654-0

This report is also available in English under the title: Parks Canada Advertising Campaign Evaluation (ACET) 2024

Numéro de catalogue :

R62-583/2024E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-72653-3

Sommaire

Parcs Canada protège le patrimoine naturel et culturel du Canada pour le compte des Canadiens et en présente des exemples qui revêtent une importance nationale, et il en favorise chez le public la connaissance, l'appréciation et la jouissance, de manière à en assurer l'intégrité écologique et commémorative pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Parcs Canada a lancé une campagne publicitaire nationale qui a été diffusée sur diverses plateformes au cours de l'hiver et du printemps 2024, notamment la télévision traditionnelle, les vidéos en prélecture des vidéos numériques, les plateformes de médias sociaux, les bannières Web, le marketing par moteur de recherche et les panneaux publicitaires. Chaque plateforme a été diffusée sur le marché à des moments différents, mais dans son ensemble, la campagne a été diffusée sur le marché entre février et juin 2024. La campagne était axée sur la promotion des visites des parcs nationaux et des sites historiques nationaux ainsi que de la croissance de l'industrie touristique du Canada.

Par conséquent, et conformément aux exigences du gouvernement du Canada, toutes les campagnes publicitaires d'une valeur d'au moins 1 million de dollars doivent faire l'objet d'une évaluation à l'aide de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF), par le biais d'une enquête préalable (ou de référence) et postérieure à l'évaluation. L'objectif de cette étude quantitative est de recueillir les commentaires des Canadiens afin de :

- mesurer le rendement de la publicité;
- comprendre ce que le public a retenu du message de la campagne;
- mesurer la sensibilisation du public canadien à Parcs Canada, avec ou sans aide;
- mesurer le soutien du mandat de Parcs Canada;
- comprendre si le public souhaitait visiter les parcs nationaux ou les lieux historiques nationaux au cours de l'année à venir ou avait l'intention de les visiter.

Les résultats de cette étude permettront de déterminer si la campagne a atteint ses objectifs et d'orienter les campagnes publicitaires de Parcs Canada à venir.

Cette étude a été réalisée du 9 janvier au 30 janvier 2024, sous la forme d'une enquête avant la campagne ou « avant la vague », en utilisant l'échantillon représentatif de la population générale d'Advanis. L'enquête après la campagne ou « après la vague » a été menée du 21 mai au 11 juin 2024. Un ensemble cohérent de questions est utilisé dans les deux enquêtes pour comparer les périodes pendant lesquelles la campagne publicitaire entre et sort du domaine public.

Pour chaque vague, Advanis a cherché un échantillon probabiliste de 2 000 adultes canadiens âgés de 18 ans ou plus issus de la population générale. Les participants ont été invités par courriel ou par message texte à prendre part à une enquête en ligne. L'étude a été réalisée à partir d'un échantillon aléatoire et ne peut être extrapolée à l'ensemble de la population, seulement à l'échelle nationale.

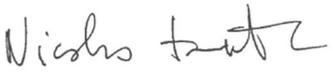
Les questions de l'enquête ont également permis de filtrer les réponses des personnes âgées de moins de 18 ans, celles de personnes qui ne vivent pas au Canada et celles de personnes qui travaillent pour des organisations qui ne seraient pas admissibles à la participation (p. ex., une entreprise d'études de marché). Au total, 4 118 adultes canadiens ont participé à l'étude. Pour l'évaluation du rappel assisté, trois versions différentes des créations vidéo pouvaient être visionnées, d'une durée variable, soit deux vidéos de 15 secondes ou une vidéo de 60 secondes.

Le coût total de cette recherche s'est élevé à 46 714,20 \$ (taxes comprises).

Déclaration de neutralité politique

Je certifie par la présente, en tant que haut représentant de Advanis Inc, que les produits livrables sont pleinement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique sur les communications du gouvernement du Canada et 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 l'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou les cotes de performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé : 

Nicolas Toutant, Vice-Président, Recherche et évaluation
Advanis Inc.