



FAITS SAILLANTS DE L'ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE VISANT À LUTTER CONTRE LE RACISME

Contexte

Le gouvernement du Québec a lancé, en novembre 2021, la première campagne publicitaire visant à combattre le racisme et à mettre fin aux préjugés. Cette campagne répond à l'une des recommandations du rapport du Groupe d'action contre le racisme, intitulé *Le racisme au Québec : tolérance zéro*.

La première phase de cette campagne (télévision, quotidiens et Web) s'est déroulée du 22 novembre 2021 au 12 décembre 2021 puis du 3 janvier 2022 au 6 février 2022. Elle poursuivait les objectifs suivants :

- Sensibiliser la population à reconnaître et dénoncer le racisme au Québec;
- Démontrer l'impact négatif du racisme et de la discrimination sur la vie des gens dans toutes situations de la vie quotidienne où il peut se manifester;
- Favoriser un changement de comportement;
- Positionner le Québec comme un acteur engagé du dialogue sur le racisme;

Cette première phase a totalisé des coûts de production de 540 892 \$. Un budget total de 3,5 M\$ est prévu pour l'ensemble des phases de la campagne.

Les placements publicitaires totalisent 648 636 \$.

Une évaluation post-campagne a été réalisée afin d'évaluer sa notoriété, la compréhension de ses messages ainsi que son appréciation et ses retombées.

Principaux résultats de l'évaluation post-campagne

Importance de la campagne

- **87 %** des personnes **trouvent important que le gouvernement du Québec fasse de la sensibilisation** sur le racisme et les préjugés.

Appréciation et compréhension de la campagne

- **76 %** des gens trouvent que les **messages de la campagne sont clairs**.
- **68 %** des répondants trouvent que les **messages de la campagne attirent leur attention**.
- **67 %** des personnes trouvent que le **ton de la campagne est approprié** pour traiter du racisme et des préjugés. Cette proportion atteint près de **80 % chez les personnes s'identifiant aux minorités visibles**.
- **67 %** des personnes trouvent que les **messages leur font prendre conscience de l'importance de mettre fin aux préjugés et au racisme**.
- **L'appréciation des vidéos** de la campagne varie de **6,3 à 6,5 sur 10**.