



**ORDER/ADDRESS OF THE HOUSE OF COMMONS
ORDRE/ADRESSE DE LA CHAMBRE DES COMMUNES**

Q-2299	Mr. Falk (Provencher)	Feb 7, 2024 / Le 7 févr. 2024
--------	-----------------------	-------------------------------

RETURN BY THE LEADER OF THE GOVERNMENT IN THE HOUSE OF COMMONS
DÉPÔT DE LA LEADER DU GOUVERNEMENT À LA CHAMBRE DES COMMUNES

Mr. Lamoureux

PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

April 8, 2024 / Le 8 avril 2024

(TABLED FORTHWITH / DÉPOSÉ AUSSITÔT)



INQUIRY OF MINISTRY DEMANDE DE RENSEIGNEMENT AU GOUVERNEMENT

PREPARE IN ENGLISH AND FRENCH MARKING "ORIGINAL TEXT" OR "TRANSLATION"
PRÉPARER EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS EN INDIQUANT "TEXTE ORIGINAL" OU "TRADUCTION"

QUESTION NO./N° DE LA QUESTION Q-2299	BY / DE Mr. Falk (Provencher)	DATE February 7, 2024
---	---	---------------------------------

Reply by the Minister of Health
Réponse du ministre de la Santé

Signed by Mr. Yasir Naqvi

PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

QUESTION

With regard to government advertising on social media to promote COVID-19 vaccines: (a) what was the amount spent on such social media advertising, in total and broken down by year, since 2020; and (b) what is the breakdown of (a) by type of spending (graphic design, celebrity endorsement fee, ad placement) and by social media platform?

REPLY / RÉPONSE

ORIGINAL TEXT
TEXTE ORIGINAL

TRANSLATION
TRADUCTION

Health Canada and Public Health Agency of Canada (PHAC)

Fiscal Year	Campaign Name	Production cost (see notes)	Social Media advertising cost	Platforms (see notes)	Total
2020-2021	COVID-19 Vaccination - Educate and Build Trust	\$682,979.16	\$167,774.62	Facebook, Instagram, LinkedIn	\$850,753.78
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Educate and Build Trust	\$23,038.75	\$602,712.42	Facebook, Instagram, Twitter	\$625,751.17
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Mass Campaign - Ripple Effect	\$1,221,246.97	\$631,523.52	Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, Twitter	\$1,852,770.49
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Ask the Experts	\$368,200.96	\$558,918.56	Facebook, Instagram, Twitter	\$927,119.52
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Parents Campaign	\$1,067,860.49	\$459,475.04	Facebook, Instagram, Twitter	\$1,527,335.53
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Parents - Kids	\$150,699.68	\$894,680.24	Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok, Twitter	\$1,045,379.92
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Young Adults	\$12,154.61	\$394,967.87	Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok	\$407,122.48
2021-2022	COVID-19 Vaccination - Booster Campaign	\$129,692.10	\$828,434.17	Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter	\$958,126.27
2022-2023	COVID-19 Vaccination - Fall Additional Dose Campaign	\$783,359.89	\$185,271.72	Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, Twitter	\$968,631.61
2022-2023	COVID-19 Vaccination - Mini Pediatrics Campaign	\$123,990.62	\$440,242.12	Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok, Twitter	\$564,232.74
2022-2023	COVID-19 Vaccination - Boosters 50-70	\$29,295.56	\$80,694.87	Facebook	\$109,990.43
2023-2024	COVID-19 Vaccination - Additional Dose Campaign*	\$6,855.00	\$68,875.43	TikTok	\$75,730.43
Total		\$4,599,373.79	\$5,313,570.58		\$9,912,944.37

Notes:

1. Production costs include development of all ads that were used across all media platforms for a campaign, not just on social media platforms. There is no way to separate social media production costs only. While invoices for media placement can be broken down by media platform, the invoices provided by the advertising agency group

all production costs incurred for a specific campaign, and not just for social media ads. As such, this is why it may appear in this response that production costs were almost as much as media buy costs on social media platforms.

2. Health Canada and PHAC undertook an extensive search in order to determine what kind of information is available in order to best respond to the scope of the question, as well as the amount of time that would be required to prepare a comprehensive response. Some of the information requested (breakdown of type of spending (graphic design, celebrity endorsement), breakdown by social media platform and production costs specifically for social media ads) is not included in this response as this is not systematically tracked in a centralized database. Health Canada and PHAC concluded that producing and validating a comprehensive response to this question would require a manual collection of information that is not possible in the time allotted and could lead to the disclosure of incomplete and misleading information.
3. All costs reported are based on amounts invoiced as of February 7, 2024. Costs do not include HST, Agency of Record (AOR) fees or Adtech fees.
4. Not all invoices for 2023-24 campaigns have been received and for these campaigns an asterisk appears.



INQUIRY OF MINISTRY DEMANDE DE RENSEIGNEMENT AU GOUVERNEMENT

PREPARE IN ENGLISH AND FRENCH MARKING "ORIGINAL TEXT" OR "TRANSLATION"
PRÉPARER EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS EN INDIQUANT "TEXTE ORIGINAL" OU "TRADUCTION"

QUESTION NO./N° DE LA QUESTION Q-2299	BY / DE M. Falk (Provencher)	DATE Le 7 février 2024
---	--	----------------------------------

Reply by the Minister of Health
Réponse du ministre de la Santé

Signé par M. Yasir Naqvi



PRINT NAME OF SIGNATORY
INSCRIRE LE NOM DU SIGNATAIRE

SIGNATURE
MINISTER OR PARLIAMENTARY SECRETARY
MINISTRE OU SECRÉTAIRE PARLEMENTAIRE

QUESTION

En ce qui concerne la publicité que le gouvernement diffuse dans les médias sociaux pour promouvoir les vaccins contre la COVID-19 :

a) quel a été le montant des dépenses consacrées à cette publicité dans les médias sociaux, au total et ventilé par année, depuis 2020;

b) quelle est la ventilation des chiffres indiqués en a) par type de dépenses (graphisme, honoraires versés aux célébrités qui donnent leur appui, placement publicitaire) et par plateforme de médias sociaux?

REPLY / RÉPONSE

ORIGINAL TEXT
TEXTE ORIGINAL

TRANSLATION
TRADUCTION

Santé Canada et l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC)

Exercice	Nom de la campagne	Coût de production (voir les notes)	Coût de la publicité dans les médias sociaux	Plateformes (voir les notes)	Total
2020-2021	Vaccination contre la COVID-19 – Éduquer et instaurer la confiance	682 979,16 \$	167 774,62 \$	Facebook, Instagram, LinkedIn	850 753,78 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Éduquer et instaurer la confiance	23 038,75 \$	602 712,42 \$	Facebook, Instagram, Twitter	625 751,17 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Campagne de masse – Effet d'entraînement	1 221 246,97 \$	631 523,52 \$	Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, Twitter	1 852 770,49 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Demandez aux experts	368 200,96 \$	558 918,56 \$	Facebook, Instagram, Twitter	927 119,52 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Campagne destinée aux parents	1 067 860,49 \$	459 475,04 \$	Facebook, Instagram, Twitter	1 527 335,53 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Parents – Enfants	150 699,68 \$	894 680,24 \$	Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok, Twitter	1 045 379,92 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Jeunes adultes	12 154,61 \$	394 967,87 \$	Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok	407 122,48 \$
2021-2022	Vaccination contre la COVID-19 – Campagne relative aux doses de rappel	129 692,10 \$	828 434,17 \$	Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter	958 126,27 \$
2022-2023	Vaccination contre la COVID-19 – Campagne d'automne relative aux	\$783,359.89	185 271,72 \$	Facebook, Instagram, Snapchat,	968 631,61 \$

Exercice	Nom de la campagne	Coût de production (voir les notes)	Coût de la publicité dans les médias sociaux	Plateformes (voir les notes)	Total
	doses supplémentaires			TikTok, Twitter	
2022-2023	Vaccination contre la COVID-19 – Mini-campagne relative à la pédiatrie	123 990,62 \$	440 242,12 \$	Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok, Twitter	564 232,74 \$
2022-2023	Vaccination contre la COVID-19 – Rappels 50-70	29 295,56 \$	80 694,87 \$	Facebook	109 990,43 \$
2023-2024	Vaccination contre la COVID-19 – Campagne relative aux doses supplémentaires*	6 855,00 \$	68 875,43 \$	TikTok	75 730,43 \$
Total		4 599 373,79 \$	5 313 570,58 \$		9 912 944,37 \$

Notes :

1. Les coûts de production comprennent l'élaboration de toutes les publicités qui ont été utilisées sur toutes les plateformes de médias pour une campagne, et pas seulement sur les plateformes de médias sociaux. Il n'est pas possible de séparer les coûts de production des médias sociaux uniquement. Bien que les factures pour le placement dans les médias puissent être ventilées par plateforme de médias, les factures fournies par l'agence de publicité regroupent tous les coûts de production engagés pour une campagne en particulier, et pas seulement pour les publicités dans les médias sociaux. C'est pourquoi il peut sembler dans cette réponse que les coûts de production étaient presque aussi élevés que les coûts d'achat des médias sur les plateformes de médias sociaux.
2. Santé Canada et l'ASPC ont entrepris une recherche approfondie afin de déterminer le type d'information disponible pour mieux répondre à la portée de la question, ainsi que le temps nécessaire pour préparer une réponse complète. Certains des renseignements demandés (ventilation du type de dépenses [conception graphique, appui des célébrités], ventilation par plateforme de médias sociaux et coûts de production, en particulier pour les publicités dans les médias sociaux) ne sont pas inclus dans cette réponse, car ils ne font pas l'objet d'un suivi systématique dans une base de données centralisée. Santé Canada et l'ASPC ont conclu que la production et la validation d'une réponse complète à cette question nécessiteraient une collecte manuelle de renseignements qui ne serait pas possible dans le délai imparti et pourrait mener à la divulgation de renseignements incomplets et trompeurs.
3. Tous les coûts indiqués sont basés sur les montants facturés au 7 février 2024. Les coûts ne comprennent pas la TVH, les frais de l'agence de coordination ou les frais de technologie publicitaire.
4. On n'a pas reçu toutes les factures pour les campagnes 2023-2024; un astérisque apparaît le cas échéant.