

***Évaluation formative du programme
Relations avec le public des
Programmes de la sécurité du revenu***

***Rédigé pour :
Évaluation et développement des données
Politique stratégique
Développement des ressources humaines Canada***

***par :
Goss Gilroy Inc.
Conseillers en gestion***

mai 2002

Table des matières

Sommaire	i
Réponse de la direction	vii
1. Introduction	1
1.1 Le contexte de l'évaluation	1
1.2 Questions à examiner dans le cadre de l'évaluation	2
1.3 Méthode d'évaluation	2
2. Description du programme	5
2.1 Programmes de la sécurité du revenu	5
2.2 Relations avec le public.....	5
3. Résultats de l'évaluation	11
3.1 Justification du programme.....	11
3.2 Conception, exécution et mise en œuvre — Clientèle rejointe.....	12
3.3 Conception, exécution et mise en œuvre — Outils	16
3.4 Conception, exécution et mise en œuvre — Activités particulières et solutions de rechange	20
3.5 Conception, exécution et mise en œuvre — Coordination	24
4. Conclusions	27

Sommaire

Contexte

C'est à Développement des ressources humaines Canada (DRHC) qu'est confiée la responsabilité de l'administration et de la mise en œuvre du Régime de pensions du Canada (RPC) et du programme de Sécurité de la vieillesse (SV), qui dispensent des prestations aux personnes âgées, aux personnes handicapées et à leurs enfants, aux survivants et aux migrants. Le ministère estime que pour l'exercice 2000-2001, il aura versé des prestations à près de cinq millions de Canadiens et à plus de 135 000 bénéficiaires vivant à l'étranger. Les prestations versées en vertu des deux programmes sont estimées à 43,8 milliards de dollars pour 2000-2001, et les frais d'administration et de mise en œuvre atteindront probablement 277,4 millions de dollars.

Le programme Relations avec le public des Programmes de la sécurité du revenu (PSR) a pour objet de mieux faire connaître le RPC et la SV dans les collectivités et d'aider les citoyens à mieux comprendre la place qu'occupent ces programmes de prestations dans la planification globale de leur retraite et la sécurité de leur revenu. Le programme Relations avec le public collabore avec plusieurs autres divisions des PSR dont l'objectif global est de veiller à ce que tous reçoivent les prestations auxquelles ils sont admissibles, et considèrent ces prestations comme un élément fiable aux fins de la planification de leur revenu de retraite. En bref, la mission de Relations avec le public des PSR consiste à « *être des chefs de file dans la collectivité en offrant aux Canadiens l'information touchant la Sécurité de la vieillesse et le Régime de pensions du Canada dont ils ont besoin pour planifier et gérer les périodes de transition dans leur vie* »¹.

Le programme Relations avec le public des PSR, qui est une entité distincte de Communications — PSR, a été créé en avril 1998 à la suite d'une présentation d'ensemble des PSR qui a été approuvée par le Conseil du Trésor. Auparavant, des activités de sensibilisation étaient menées dans les bureaux locaux et régionaux à l'échelle du pays, mais, étant financées par le Régime de pensions du Canada, il n'y en avait pas au Québec, puisque le gouvernement provincial administre le Régime de rentes du Québec (RRQ). Dans la foulée de la présentation d'ensemble, trois changements se sont produits :

- les activités ont été élargies pour comprendre également la Sécurité de la vieillesse;
- les ressources ont été augmentées (elles ont grosso modo doublé) dans chacune des régions et une présence significative a été établie au Québec;
- une présence a été établie à l'administration centrale aux fins de l'orientation et de la planification des programmes, de l'élaboration des produits et de la recherche.

¹ Cadre stratégique de Relations avec le public des PSR, juin 1999.

Objectifs et ressources

Les principaux objectifs de Relations avec le public des PSR consistent à travailler au niveau de la collectivité pour :

- faire connaître et comprendre le RPC et la SV aux clients actuels et futurs de ces programmes;
- mieux faire comprendre le rôle du RPC et du SV dans la planification globale de la retraite et la sécurité du revenu;
- améliorer la confiance du public envers le RPC et la SV;
- travailler de concert avec d'autres secteurs des PSR pour relever la proportion des bénéficiaires qui touchent les prestations des Programmes de la sécurité du revenu auxquelles ils ont droit.

Conformément à sa conception et à ses modalités d'application actuelles, le programme a pris des mesures actives pour atteindre les trois premiers objectifs. Toutefois, les activités nécessaires à la réalisation du quatrième objectif ne sont pas encore opérationnelles à l'échelle nationale.

Relations avec le public des PSR est doté d'un budget national de 4,5 millions de dollars, qui comprend environ 3 millions de dollars pour les salaires. Cette masse salariale vise 82 équivalents temps plein (ÉTP), dont 8 à l'administration nationale à Ottawa et 74 répartis dans les 10 régions.

La formule de dotation varie d'une région à l'autre. Dans certaines régions (par exemple, le Manitoba, le Québec et la Saskatchewan), le personnel est affecté à Relations avec le public des PSR à proprement parler. Dans d'autres régions (par exemple l'Ontario, le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse et la Colombie-Britannique), les membres du personnel consacrent une partie de leurs activités à Relations avec le public et s'acquittent également d'autres tâches concernant les PSR.

Activités du programme

Dans chaque région, le personnel de Relations avec le public relève du gestionnaire régional des PSR. Le programme est donc réceptif aux besoins régionaux et ses activités varient d'une région à l'autre.

Néanmoins, les activités relèvent toutes des quatre grandes catégories suivantes :

- **Contacts directs avec le public.** C'est l'un des principaux champs d'action de Relations avec le public des PSR. Les activités particulières à cette catégorie comprennent notamment les stands d'information qui sont montés lors d'événements publics et les exposés qui sont donnés dans le cadre des séminaires sur la retraite et la préretraite. De tels événements peuvent également donner lieu à des demandes d'information subséquentes.

- **Travail avec des intermédiaires.** Relations avec le public des PSR tente de fournir de l'information aux particuliers en faisant appel à des intermédiaires. Plus précisément, il s'agit de travailler avec des personnes qui, à leur tour, dispenseront l'information pertinente aux Canadiens, notamment des conseillers financiers, le personnel des bureaux de comté des députés fédéraux et provinciaux et des entrepreneurs de pompes funèbres.
- **Communication avec les médias.** Le personnel de Relations avec le public des PSR est souvent chargé de traiter avec les médias locaux en ce qui concerne les PSR, que ce soit en mode réactif ou en mode proactif.
- **Identification et inscription des personnes admissibles à des prestations.** Cette catégorie d'activité, qui est en cours de développement actuellement à l'échelle nationale, englobe l'élaboration et la mise en œuvre de procédures visant des populations cibles considérées comme présentant des risques supérieurs à la moyenne de ne pas toucher les prestations auxquelles elles ont droit. Dans ce domaine, le programme Relations avec le public travaille de concert avec d'autres services des PSR, notamment Communications, Renseignements à l'intention des cotisants au RPC, Politique SV/RPC, ligne sans frais et Services électroniques (le site Web).

Approche retenue aux fins de l'évaluation

Cette évaluation formative porte sur 15 questions relevant des cinq catégories suivantes :

- Justification;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Clientèle rejointe;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Outils;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Activités particulières et solutions de rechange;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Coordination.

L'évaluation a fait appel à diverses méthodes qualitatives :

- des études de cas détaillées concernant la mise en œuvre du programme ont été menées dans quatre régions;
- l'équipe de l'évaluation a assisté à des événements représentatifs dans deux régions;
- des entrevues ont été menées auprès de 71 répondants, dont 23 auprès de membres du personnel de DRHC à l'administration centrale et dans les régions, et les autres auprès de partenaires, d'organismes non gouvernementaux et d'autres ministères gouvernementaux;
- des entrevues ont été menées auprès de 83 clients visés directement par Relations avec le public lors d'événements régionaux;
- la base de données pour la mesure du rendement a été examinée et des usagers du système ont été interviewés dans neuf régions et à l'administration centrale;
- une recension a été faite au sujet d'études ayant porté sur des activités de même nature dans neuf autres pays.

Pertinence du programme

L'évaluation a permis de constater que les besoins en matière d'éducation du public au sujet du RPC et de la SV sont pressants et que le programme Relations avec le public a un rôle significatif à jouer dans les collectivités locales à cette fin. Il y a tout lieu de penser que les Canadiens connaissent assez peu le Régime de pensions du Canada et la Sécurité de la vieillesse, ce qui présente deux risques importants :

- certains ne recevront peut-être pas tous les services ou toutes les prestations auxquels ils ont droit;
- certains pourront prendre des décisions relatives à la planification de leur retraite et des décisions financières connexes en se fondant sur une information inexacte.

L'évaluation a permis de constater qu'une part importante des ressources du programme Relations avec le public des PSR a été consacrée à des communications directes avec les particuliers canadiens. Ces activités sont pertinentes pour la réalisation des objectifs du programme. Toutefois, elles ne sont pas aussi efficaces que d'autres méthodes qui font appel aux ressources, aux réseaux et aux contacts de partenaires et d'ONG lorsqu'il s'agit de mieux sensibiliser les Canadiens au système de la sécurité du revenu. Par exemple, le programme Relations avec le public a remporté des succès dignes de mention lorsqu'il s'agissait de travailler avec des partenaires locaux, mais ces derniers n'ont pas été aussi nombreux qu'ils auraient pu l'être et les responsables de Relations avec le public n'ont pas encore adopté cette façon de procéder de façon systématique à l'échelle nationale.

Pour être plus efficace, le programme peut adopter une approche plus ciblée, à effet de levier plus intense, dans toutes les régions.

Conception, exécution et mise en œuvre — Clientèle rejointe

Selon l'analyse des données recueillies dans le cadre de l'évaluation, on peut affirmer que le programme Relations avec le public des PSR a dépassé ses objectifs dans la presque totalité de ses champs d'activité, par exemple les contacts avec les clients, les événements publics et la diffusion d'information sur le RPC et la SV. Cependant, il n'a pas été capable de mesurer systématiquement les répercussions de ces activités à l'échelle nationale. Précisons toutefois qu'à cette fin, un projet pilote novateur portant sur les activités, les répercussions et les coûts a été entrepris dans le cadre du programme et qu'il devrait être pleinement mis en œuvre en avril 2001.

Conception, exécution et mise en œuvre — Outils

Dans l'ensemble, le programme Relations avec le public des PSR a accès à des outils d'information de grande qualité. Toutefois, le processus d'élaboration de nouveaux outils pour répondre aux besoins constatés doit être amélioré. En particulier, la production de nouveaux produits d'information à l'échelle nationale demande parfois des délais inacceptables. Plusieurs régions ont tenté de régler le problème en se servant des ressources régionales pour répondre à des besoins particulièrement urgents. L'évaluation

a permis de cerner quelques domaines dans lesquels les outils d'information actuels sont inadéquats lorsqu'il s'agit de renseigner certaines clientèles, par exemple les Autochtones, les personnes qui ne parlent ni l'une, ni l'autre langue officielle, etc.

L'évaluation a constaté que la base de données pour la mesure du rendement était limitée, du fait des technologies qui étaient disponibles au moment de sa mise sur pied, il y a trois ou quatre ans. Par conséquent, elle servait surtout à enregistrer des activités et à faire le suivi des partenaires et des groupes d'intérêts. Son élaboration, sa mise en œuvre, son utilisation et sa maintenance se sont révélées complexes. De plus, étant donné la façon dont le système est conçu, il est très difficile de produire des données agrégées de façon rapide et exacte. Compte tenu de cette courbe d'apprentissage, Relations avec le public est en train d'élaborer un système novateur faisant appel au Web qui sera relié à la base de données nationales des PSR. Le nouveau système permettra de présenter des rapports sur les activités, les coûts et les répercussions selon un cadre pré-défini de programme/de rendement pour lequel chaque région aura déterminé ses cibles et ses priorités pour l'année qui vient.

Conception, exécution et mise en œuvre — Activités particulières et solutions de rechange

Les constatations de notre évaluation portent sur certaines activités particulières visant le public, les partenaires et les intermédiaires ainsi que les médias.

Le public

Le volet du programme portant sur les contacts directs avec le public consiste habituellement à fournir des renseignements par le biais de stands d'information lors d'événements publics et de séminaires sur la retraite et la préretraite. Les évaluateurs ont constaté que de telles activités jouent un rôle éducatif, mais qu'elles sont avant tout des activités de relations publiques, à moins d'être clairement focalisées. Par exemple, les personnes rejointes selon cette méthode sont des Canadiens souvent avertis et qui ont déjà certaines connaissances au sujet des enjeux de la retraite.

Les moyens mis en œuvre par Relations avec le public pour renseigner des clientèles posant des risques plus élevés, par exemple les Autochtones et les personnes âgées à faible revenu, constituent de meilleures façons de faire connaître les prestations et les services des PSR.

Partenaires et intermédiaires

Le programme Relations avec le public des PSR a travaillé en collaboration avec d'autres organisations. Le plus souvent, ces relations reposaient sur des demandes d'information et des requêtes. Les évaluateurs ont relevé plusieurs exemples de partenariats qui se sont révélés utiles. Toutefois, l'évaluation a permis de constater que les avantages éventuels d'une collaboration avec des partenaires et des intermédiaires sont plus grands que les résultats qu'on a obtenus jusqu'à maintenant. Il faut préciser que le programme Relations avec le public tente d'accroître ses capacités en ce sens.

Médias

Les relations avec les médias ont été généralement positives, mais limitées. Le nombre des contacts avec les médias est plus faible que prévu, mais il faut tenir compte du fait qu'au sein des PSR, les relations avec les médias sont partagées entre les Communications, le programme Relations avec le public et des porte-parole des régions/de l'administration centrale. Le personnel régional a fait remarquer que les médias ont généralement résisté aux tentatives visant à établir un partenariat proactif à long terme.

Conception, exécution et mise en œuvre — Coordination

L'évaluation a permis de constater que la structure organisationnelle actuelle de Relations avec le public des PSR et le partage des tâches font obstacle à la réalisation des objectifs du programme. En général, les ressources du programme sont contrôlées par les gestionnaires régionaux des PSR, tandis que c'est l'administration centrale qui doit rendre des comptes à la haute direction et aux organismes centraux en ce qui concerne la réalisation des objectifs du programme.

La coordination des activités de Relations avec le public avec d'autres activités des PSR ayant trait aux communications ne pose pas de problème, et la future stratégie globale de communication des PSR définira encore plus à fond cette intégration.

Réponse de la direction

Le personnel des Programmes de la sécurité du revenu (PSR) a analysé le rapport final de l'évaluation formative des Relations avec le public. Dans l'ensemble, les gestionnaires des PSR estiment que cette évaluation est un exercice utile qui fournit les renseignements nécessaires pour continuer de moderniser la manière de fonctionner des Relations avec le public.

L'évaluation a atteint ses objectifs en fournissant une image précise de l'environnement et des défis auxquels font face les PSR dans le cadre de leur campagne d'information publique sur le Régime de pensions du Canada (RPC) et le programme de Sécurité de la vieillesse (SV). L'étude confirme que les mesures correctives mises en place par Relations avec le public au cours de la dernière année vont dans la bonne direction et que la continuation, tel que prévu, des efforts permettra d'offrir à la population canadienne une organisation moderne et professionnelle.

L'évaluation explique bien que les Canadiennes et les Canadiens doivent obtenir les renseignements appropriés afin d'être en mesure de planifier leurs besoins à la retraite. De plus, elle réaffirme que les citoyens avertis se prévaudront des modalités et des programmes de prestations du RPC et de la SV auxquels ils sont admissibles.

On continuera d'élaborer des initiatives d'éducation publique à partir des observations utiles et des constatations contenues dans l'évaluation. Le rapport d'évaluation sera porté à l'attention des gestionnaires de Développement des ressources humaines Canada (DRHC) et il servira de base à l'évaluation-bilan qui sera effectuée au cours de la prochaine année.

1. Introduction

1.1 Le contexte de l'évaluation

En 1998, le programme Relations avec le public des Programmes de la sécurité du revenu (PSR), qui est une entité distincte de Communications — PSR, a été créé à la suite d'une présentation d'ensemble des PSR qui a été approuvée par le Conseil du Trésor et qui proposait quatre grands résultats/buts :

- fournir un service de qualité aux Canadiens;
- renforcer la gestion et l'administration des prestations d'invalidité du Régime de pensions du Canada (RPC);
- mieux faire comprendre au public les buts, les méthodes et l'administration du régime public de pensions du Canada;
- protéger le régime public de pensions du Canada des erreurs, de la fraude et des abus.

Compte tenu de cette présentation, le Conseil du Trésor a attribué des ressources supplémentaires à l'administration des Programmes de la sécurité du revenu, et notamment au programme Relations avec le public des PSR. Ces ressources visaient principalement la réalisation du troisième but/objectif énuméré ci-dessus. Cependant, la réalisation de cet objectif ne relève pas de la seule responsabilité de Relations avec le public des PSR.

Avant 1997, il y avait des activités de sensibilisation dans les bureaux locaux et régionaux à l'échelle du pays, mais puisqu'elles étaient financées par le Régime de pensions du Canada (RPC), il n'y en avait pas au Québec, vu que le gouvernement provincial administrait le Régime de rentes du Québec (RRQ). Dans la foulée de la présentation d'ensemble, trois changements se sont produits :

- les activités du programme ont été élargies pour comprendre également la Sécurité de la vieillesse (SV);
- les ressources ont été augmenté (elles ont grosso modo doublé) dans chacune des régions et une présence significative a été établie au Québec;
- une présence a été établie à l'administration centrale aux fins de l'orientation et de la planification des programmes, de l'élaboration des produits et de la recherche.

Il y avait en annexe à la présentation d'ensemble un cadre de reddition des comptes dans lequel on trouve deux mesures qui concernent directement Relations avec le public des PSR :

- un système de gestion du rendement qui ferait le suivi des activités relevant du programme et qui produirait des mesures de son efficacité et de sa rentabilité;
- un cadre d'évaluation sur lequel reposeraient les évaluations.

Pour répondre aux exigences du Conseil du Trésor en matière d'évaluation, Développement des ressources humaines Canada (DRHC) a retenu une approche comportant deux phases. Le présent rapport marque l'achèvement de la première phase, c'est-à-dire une évaluation formative permettant de « constater les progrès accomplis dans la réalisation des objectifs globaux ainsi que les faiblesses dans la conception, l'exécution et la mise en œuvre qui pourraient être corrigées afin d'accroître l'efficacité du programme ». Une deuxième phase était prévue pour 2001-2002 — à savoir une évaluation-bilan qui allait « mesurer l'efficacité avec laquelle Relations avec le public des PSR exécute son mandat ».

1.2 Questions à examiner dans le cadre de l'évaluation

Cette évaluation formative porte sur 15 questions relevant des cinq catégories suivantes :

- Justification;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Clientèle rejointe;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Outils;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Activités particulières et solutions de rechange;
- Conception, exécution et mise en œuvre — Coordination.

Les constatations de l'évaluation à l'égard de ces 15 questions sont présentées au chapitre 3 et les conclusions de l'évaluation, au chapitre 4.

1.3 Méthode d'évaluation

La méthode retenue pour l'évaluation a été décrite en détail dans le rapport méthodologique présenté le 21 mars 2000. En bref, les techniques suivantes ont été adoptées dans le cadre de l'évaluation :

- des études de cas qui ont examiné en détail le fonctionnement de Relations avec le public des PSR dans quatre régions, c'est-à-dire le Nouveau-Brunswick, le Québec, le Sud-Ouest de l'Ontario et le Manitoba;
- des entrevues avec des représentants des PSR à l'administration centrale (11) et avec des gestionnaires régionaux des PSR (12) dans les six régions où des études de cas n'ont pas été menées;
- des entrevues (9) auprès d'organismes non gouvernementaux et d'autres ministères gouvernementaux;
- des entrevues (39) avec des organismes désignés comme étant des partenaires par les bureaux régionaux ou des organismes avec lesquels ceux-ci ont travaillé, en plus des 19 entrevues semblables menées dans le cadre des études de cas régionales;
- des études de cas portant sur deux activités menées sous les auspices de Relations avec le public des PSR, c'est-à-dire la présence d'un stand d'information au *Atlantic National Home Show* à Saint John, Nouveau-Brunswick, du 10 au 12 mars 2000, et, dans le deuxième cas, trois séances d'information sur la retraite ou la préretraite qui se sont tenues à St. John's, Terre-Neuve, en avril et mai 2000;

- des entrevues avec 83 clients de Relations avec le public lors de ces événements;
- un examen de la conception et de la mise en œuvre de la base de données pour la gestion du rendement;
- un examen des documents relatifs au programme;
- un examen de la documentation portant sur des activités semblables à celles de Relations avec le public dans neuf autres pays, de même qu'un examen de l'expérience de l'Agence des douanes et du revenu du Canada.

2. Description du programme

2.1 Programmes de la sécurité du revenu

C'est à Développement des ressources humaines Canada (DRHC) qu'est confiée la responsabilité de l'administration et de la mise en œuvre du Régime de pensions du Canada (RPC) et du programme de Sécurité de la vieillesse (SV), qui dispensent des prestations aux personnes âgées, aux personnes handicapées et à leurs enfants, aux survivants et aux migrants. Le ministère estime que pour l'exercice 2000-2001, il aura versé des prestations à près de cinq millions de Canadiens et à plus de 135 000 bénéficiaires vivant à l'étranger. Les prestations versées en vertu des deux programmes sont estimées à 43,8 milliards de dollars pour 2000-2001, et les frais d'administration et de mise en œuvre atteindront probablement 277,4 millions de dollars.

2.2 Relations avec le public

Le programme Relations avec le public des Programmes de la sécurité du revenu (PSR) a pour objet de mieux faire connaître le RPC et la SV dans les collectivités et d'aider les citoyens à mieux comprendre la place qu'occupent ces programmes de prestations dans la planification globale de leur retraite et la sécurité de leur revenu. Le programme Relations avec le public collabore avec plusieurs autres divisions des PSR dont l'objectif global est de veiller à ce que tous reçoivent les prestations auxquelles ils sont admissibles, et considèrent ces prestations comme un élément fiable aux fins de la planification de leur revenu de retraite. En bref, la mission de Relations avec le public des PSR consiste à *être des chefs de file dans la collectivité en offrant aux Canadiens l'information touchant la Sécurité de la vieillesse et le Régime de pensions du Canada dont ils ont besoin pour planifier et gérer les périodes de transition dans leur vie.*

Le programme Relations avec le public des PSR, qui est une entité distincte de Communications — PSR, a été créé en avril 1998 à la suite d'une présentation d'ensemble des PSR qui a été approuvée par le Conseil du Trésor.

2.2.1 Justification et objectifs

Les principaux objectifs de Relations avec le public des PSR sont les suivants :

- faire connaître et comprendre le RPC et la SV aux clients actuels et futurs de ces programmes;
- mieux faire comprendre le rôle du RPC et du SV dans la planification d'ensemble de la retraite et la sécurité du revenu;
- améliorer la confiance du public envers le RPC et la SV;

- travailler de concert avec d'autres secteurs des PSR pour relever la proportion des bénéficiaires qui touchent les prestations auxquelles ils ont droit dans le cadre des Programmes de la sécurité du revenu.

En vertu de sa conception et de ses modalités d'application actuelles, le programme a pris des mesures actives pour atteindre les trois premiers objectifs. Toutefois, les activités nécessaires à la réalisation du quatrième objectif ne sont pas encore opérationnelles à l'échelle nationale.

2.2.2 Ressources et démarches administratives

Relations avec le public des PSR est doté d'un budget national de 4,5 millions de dollars, qui comprend environ 3 millions de dollars pour les salaires. Cette masse salariale vise 82 équivalents temps plein (ETP), dont 8 à l'administration nationale à Ottawa et 74 répartis dans les 10 régions.

La formule de dotation varie d'une région à l'autre. Dans certaines régions (par exemple, le Manitoba, le Québec et la Saskatchewan), le personnel est affecté à Relations avec le public des PSR à proprement parler. Dans d'autres régions (par exemple, l'Ontario, le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse et la Colombie-Britannique), les membres du personnel consacrent une partie de leurs activités à Relations avec le public et s'acquittent également d'autres tâches concernant les PSR.

Les gestionnaires de Relations avec le public dans les régions relèvent du gestionnaire régional des PSR. Le directeur national de Relations avec le public des PSR assure une orientation fonctionnelle aux gestionnaires régionaux du programme.

2.2.3 Activités de sensibilisation

Les activités du programme varient nettement d'une région à l'autre, compte tenu des approches en matière de dotation et de gestion dont il a été question ci-dessus. Toutefois, les activités relèvent toutes des quatre catégories générales suivantes :

Catégorie 1 Contacts directs avec le public

Les contacts directs avec le public sont l'un des grands champs d'activité du programme. Participer à des événements publics (par exemple, la présence de stands à des salons de l'habitation) et donner des exposés au grand public dans le cadre de séminaires sur la retraite et la préretraite, sont des exemples d'activités de la catégorie 1. Le personnel du programme peut également recevoir des demandes de renseignements de la part de membres du public qu'il a rencontrés lors de telles manifestations. Même si la règle à suivre est normalement d'aiguiller ces personnes vers les services officiels d'information du ministère (c'est-à-dire la ligne sans frais, les brochures, le site Web et le personnel administratif des PSR), dans de nombreux cas, le personnel de Relations avec le public répond directement aux demandes de renseignements.

De telles activités ne sont pas toujours considérées comme représentant le moyen le plus rentable d'atteindre les objectifs de Relations avec le public, même si, compte tenu de

notre information quantitative/qualitative, le nombre de Canadiens avec qui le programme a communiqué dépasse largement les objectifs. La direction du programme à l'administration centrale s'attend à réduire les ressources consacrées aux contacts individuels au fil du temps, en faveur du travail effectué par l'entremise de partenariats.

Selon la présentation d'ensemble au Conseil du Trésor, grâce au financement demandé (et accordé), le programme Relations avec le public des PSR mènerait des activités supplémentaires qui relèveraient des catégories énumérées ci-dessous. Le tableau montre les objectifs visés et les résultats obtenus pour les exercices 1998-1999 et 1999-2000. À remarquer que les chiffres proviennent surtout de la base de données de Relations avec le public, et qu'ils ont été complétés au besoin par des estimations et des chiffres calculés manuellement dans les régions où la base de données n'a pas été opérationnelle pendant toute la période de référence de deux ans.

Initiative	Objectif	Résultat
Exposés	3 717	2 616
Séances de formation	969	771
Stands d'information	218	404
Contactés avec le public	27 853	799 999
Distribution de trousseaux d'information	105 769	2 405 891

Il convient de préciser que la présentation au Conseil du Trésor ne faisait pas de distinction entre les exposés et les séances de formation qui s'adressent au grand public et ceux qui s'adressent à des intermédiaires/partenaires.

Catégorie 2 Travail auprès des intermédiaires

Les documents de planification de Relations avec le public font allusion à des partenariats et privilégient le recours accru à des partenaires pour transmettre l'information à la clientèle. Dans nos entrevues, les répondants ont également parlé de « clients non individuels » ou d'intermédiaires pour désigner ces « partenaires », ce qui est une description plus fidèle de leur rôle. Parmi les groupes et les organismes auprès de qui le programme Relations avec le public a travaillé, on retrouve les suivants :

- d'autres ministères et organismes fédéraux et provinciaux;
- des organismes œuvrant dans le domaine de la santé et de l'éducation;
- des groupes d'animation sociale;
- le personnel des bureaux de comté des députés fédéraux et provinciaux;
- des sociétés financières et des compagnies d'assurance;
- des cabinets-conseils;
- des salons funéraires.

Même s'ils représentent un groupe diversifié, ces intermédiaires ont tous des contacts avec des Canadiens qui — à leur tour — ont besoin d'information au sujet des Programmes de la sécurité du revenu. Par conséquent, ils sont généralement intéressés à travailler avec Relations avec le public des PSR, puisque toute l'information qu'ils acquerront ainsi leur permettra de mieux s'acquitter de leur propre rôle et de servir de source d'information pour leur propre personnel ou leurs clients.

La présentation d'ensemble soumise au Conseil du Trésor engageait Relations avec le public des PSR à mener des activités supplémentaires se rattachant aux catégories énumérées ci-dessous. Le tableau suivant indique les objectifs visés et les résultats obtenus pour les exercices 1998-1999 et 1999-2000. À remarquer que les chiffres proviennent surtout de la base de données de Relations avec le public, et qu'ils ont été complétés au besoin par des estimations et des chiffres calculés manuellement dans les régions où la base de données n'a pas été opérationnelle pendant toute la période de référence de deux ans.

Initiative	Objectif	Résultat
Nouveaux partenariats	1 390	3 658
Exposés	3 717	2 616
Séances de formation	969	771
Élaboration de produits régionaux	299	142

Comme on l'a fait remarquer ci-dessus, les objectifs concernant les exposés et les séances de formation comprennent des activités de la catégorie 1 et de la catégorie 2.

Catégorie 3 Communication par l'entremise des médias

Dans de nombreuses régions, les demandes de renseignements des médias sont normalement acheminées au personnel de Relations avec le public des PSR, tandis que dans d'autres régions, elles sont aiguillées vers les Communications ou les gestionnaires de programme. Le personnel de Relations avec le public a également contribué à la rédaction de chroniques dans les journaux et a participé à des émissions de radio et des émissions de la télévision communautaire. Le tableau qui suit montre l'objectif visé et le résultat obtenu pour les exercices 1998-1999 et 1999-2000. À remarquer que les chiffres proviennent surtout de la base de données de Relations avec le public, et qu'ils ont été complétés au besoin par des estimations et des chiffres calculés manuellement dans les régions où la base de données n'a pas été opérationnelle pendant toute la période de référence de deux ans.

Initiative	Objectif	Résultat
Contacts avec les médias	837	148

Catégorie 4 Identification des personnes qui sont admissibles à des prestations mais qui n'en touchent pas

Le quatrième objectif de Relations avec le public des PSR dérive de son objectif en matière d'éducation du public. Il s'agit de travailler avec d'autres services des PSR pour « accroître la proportion des personnes qui reçoivent les prestations auxquelles elles ont droit dans le cadre des Programmes de la sécurité du revenu ». Dans une certaine mesure, toutes les activités d'information des trois premières catégories sont censées contribuer à la réalisation de cet objectif. Cependant, on reconnaît de plus en plus souvent qu'il peut y avoir certains groupes vivant en marge de la société qui risquent de ne pas recevoir les prestations auxquelles ils ont droit. Le programme Relations avec le public des PSR a défini les groupes énumérés ci-dessous comme « groupes cibles » de démarches plus proactives. Les astérisques (*) indiquent les deux groupes actuellement considérés comme prioritaires pour Relations avec le public, même si l'ordre de priorité des groupes à risque est actuellement en train d'être réévalué :

- les Canadiens autochtones (*);
- les Canadiens handicapés;
- les femmes qui ont élevé des enfants;
- les Canadiens qui travaillent à leur compte;
- les personnes âgées et les personnes vieillissantes à faible revenu (*);
- les Canadiens vivant en milieu rural;
- les analphabètes fonctionnels;
- les Canadiens allophones;
- les personnes âgées et les personnes vieillissantes vivant en établissement;
- les jeunes.

3. Résultats de l'évaluation

3.1 Justification du programme

Question 1 : Le programme Relations avec le public des Programmes de la sécurité du revenu (PSR) est-il encore justifié? Est-il toujours nécessaire de prévoir des activités visant à renseigner les clients, au-delà des démarches moins proactives?

Constatation : Le programme est plus que jamais justifié, puisque la Sécurité de la vieillesse (SV) et le Régime de pensions du Canada (RPC) sont peu connus, ce qui présente certains risques, à savoir :

- **que certains Canadiens fonderont leurs décisions en matière de planification de la retraite et leurs décisions financières connexes sur une information inexacte;**
- **que certains Canadiens ne toucheront pas les prestations auxquelles ils ont droit.**

Il est encore nécessaire d'offrir des activités destinées aux clients qui sont difficiles à rejoindre dans le cadre de démarches moins proactives, de même qu'aux personnes qui connaissent moins bien le régime public de pensions du Canada.

Le régime public de pensions du Canada est peu connu

Selon une étude sur *Les attitudes des Canadiens face au régime public de pensions et à la planification de la retraite* publiée par Les Associés de recherche Ekos Inc. en mars 2000, le niveau des connaissances au sujet des pensions gouvernementales et l'information nécessaire pour planifier sa retraite est assez faible.

Dans le cadre de cette étude², Ekos a créé un « indice des connaissances » d'après les réponses à 10 questions concernant les connaissances des répondants, la note minimale étant de 0 et la note maximale de 12. On considérerait que les connaissances des répondants qui obtenaient 6 points ou plus sur un maximum de 12 points étaient élevées. Seulement 30 p. 100 des répondants ont obtenu 6 points ou plus sur 12.

Ce niveau de connaissance semble de beaucoup inférieur à celui des Américains, par exemple, au sujet de leur régime de sécurité sociale. Dans un sondage mené en 1998 pour mesurer les connaissances des Américains à ce sujet, 55 p. 100 ont obtenu des notes de 70 p. 100 ou plus (c'est-à-dire qu'ils ont donné la bonne réponse à 13 questions ou plus pour 19 « indicateurs des connaissances »)³. Même si ces résultats ne sont peut-être pas

² Le sondage a été mené entre la fin d'octobre et le milieu de novembre 1999.

³ Aux États-Unis, l'objectif est que 90 p. 100 des Américains de 18 ans ou plus connaissent bien la sécurité sociale d'ici l'an 2005. Pour mesurer les connaissances du public dans ce domaine, la Social Security Administration (SSA) a collaboré avec la maison Gallup pour élaborer un système de mesure des connaissances du public (PUMS), qui mesurait les connaissances du public à l'égard de 19 messages clés qui, aux yeux de la SSA, devraient être compris par le public au sujet de la sécurité sociale.

directement comparables, la méthode utilisée pour mesurer le niveau de connaissance au Canada ne semble pas sensiblement plus stricte que celle qui a été utilisée aux États-Unis.

Le programme est toujours pertinent — mais les ressources doivent être utilisées selon une approche plus ciblée produisant un effet de levier plus intense.

Lors des entrevues à l'administration centrale, des personnes-ressources de premier plan ont fait valoir que les activités de Relations avec le public des PSR sont en train d'être reciblées, de la population en général vers des sous-populations particulières jugées à risque. Ces répondants ont indiqué qu'il fallait à la fois un plus grand effet de levier et une amélioration du ciblage pour :

- fournir de l'information aux organismes et aux particuliers qui traitent avec des Canadiens ayant besoin d'information sur les pensions publiques;
- identifier les particuliers et les groupes qui sont admissibles ou qui peuvent l'être, mais qui ne touchent pas de prestations;
- fournir une information sur mesure aux organismes qui traitent avec des clients actuels et futurs;
- cibler les activités de façon à réduire les lacunes dans les connaissances au sujet du régime public de pensions du Canada chez divers sous-groupes de la population (par exemple les Autochtones, les allophones et les clients peu alphabétisés) par rapport à la moyenne canadienne.

3.2 Conception, exécution et mise en œuvre — Clientèle rejointe

Question 2 : Le programme a-t-il pu atteindre le volume prévu pour chaque activité et accroître les partenariats autant que prévu?

Constatation : Selon l'analyse des données recueillies dans le cadre de l'évaluation, Relations avec le public des PSR a atteint ou dépassé les cibles fixées pour la plupart de ses activités, mais ne les a pas tout à fait atteintes en ce qui concerne les exposés, la formation et les contacts avec les médias. Il a dépassé de loin ses objectifs en ce qui concerne les contacts avec le public et la distribution de trousseaux d'information.

Le tableau qui suit indique les objectifs visés et les résultats obtenus pour les exercices 1998-1999 et 1999-2000. À remarquer que les chiffres proviennent surtout de la base de données de Relations avec le public, et qu'ils ont été complétés au besoin par des estimations et des chiffres calculés manuellement dans les régions où la base de données n'a pas été opérationnelle pendant toute la période de référence de deux ans.

Initiative	Objectif	Résultat
Nouveaux partenariats	1 390	3 658
Exposés	3 717	2 616
Séances de formation	969	771
Stands d'information	218	404
Contacts avec les médias	837	148
Contacts avec le public	27 853	799 999
Élaboration des produits régionaux	299	142
Distribution de trousseaux	105 769	2 405 891
Ensemble des activités	141 052	3 213 629

Le programme a généralement pu faire un suivi de ses réalisations par rapport à ses cibles, mais il doit adopter un outil de mesure qui passe par le Web et qui se concentre autant sur les coûts que sur les répercussions. D'après les entrevues avec le personnel du programme à l'administration centrale et dans les régions et des données approximatives fournies par des représentants du programme à l'administration centrale, nous avons pu déterminer ce qui suit :

- le programme a dépassé de loin ses objectifs en ce qui concerne les contacts avec le public et la distribution de trousseaux d'information;
- il a tenu environ 400 stands d'information lors de manifestations publiques, soit à peu près le double de ce qui avait été prévu;
- le nombre d'exposés et de séances de formation est quelque peu inférieur à ce qui était prévu et ces activités ciblaient le grand public plus souvent que prévu (par exemple, des séminaires de préretraite) et moins souvent les intermédiaires et les partenaires;
- le programme a dépassé ses objectifs en ce qui concerne les partenariats, mais un grand nombre d'entre eux se retrouvaient dans des secteurs semblables (par exemple, les salons funéraires). Le programme concentre actuellement ses efforts de façon à élargir son réseau de partenariats, par exemple avec des conseillers financiers et des partenaires autochtones, etc.;
- le programme a mis à l'essai un outil permettant de recueillir des données aussi bien sur les coûts que sur les répercussions, ce qui devrait améliorer sensiblement la façon dont les réalisations sont mesurées par rapport aux cibles.

Question 3 : Vers quels groupes Relations avec le public des PSR a-t-il ciblé ses activités? Quelles stratégies ont été utilisées pour atteindre les clients ciblés? Quelle a été l'efficacité de ces stratégies? Les régions se sont-elles concentrées sur leurs propres groupes prioritaires?

Constatation : Au stade formatif, le programme Relations avec le public des PSR a été exploité surtout en mode réactif, plutôt qu'en mode ciblé ou stratégique. Cependant, toutes les régions ont dorénavant défini leurs groupes cibles et certaines ont remporté des succès impressionnants.

Jusqu'à maintenant, le programme s'est concentré surtout sur les événements publics et les séminaires de préretraite, dont l'auditoire se compose de personnes âgées et de personnes vieillissantes. Ces événements sont généralement organisés en réponse à des demandes et, dans plusieurs cas, le personnel des Programmes de la sécurité du revenu (PSR) y participe depuis de nombreuses années. Il est ressorti de nos entrevues auprès des cadres supérieurs à l'administration centrale qu'il y a peu de soutien pour cette activité dans le cadre de Relations avec le public des PSR. Le directeur du programme tente de convaincre les régions de délaissier certaines de ces activités. Il reste que les régions continuent de subir des pressions pour s'acquitter de cette tâche qui demeure essentiellement une activité de relations publiques, ce qui limite d'autant leur capacité d'atteindre les groupes cibles.

À l'heure actuelle, c'est aux régions qu'il revient de définir les populations cibles. On constate deux genres de ciblage :

- Dans le premier cas, il s'agit du ciblage des « partenaires » ou des clients collectifs, c'est-à-dire des organismes ou des professionnels qui traitent avec les clients des PSR. Exemples : conseillers financiers, directeurs de pompes funèbres; personnel de Développement des ressources humaines Canada (DRHC), autres ministères gouvernementaux et gouvernements provinciaux; et bureaux de comté des députés fédéraux et provinciaux. D'excellents progrès ont été réalisés auprès de certains de ces groupes, mais des efforts plus vastes et plus systématiques à l'échelle nationale sont prévus et se révéleront nécessaires.
- Le deuxième genre de ciblage vise des groupes de personnes jugées prioritaires par la région. Les groupes les plus fréquemment mentionnés dans les entrevues avec le personnel des bureaux régionaux étaient les Canadiens autochtones, les Canadiens handicapés, les aînés et les personnes vieillissantes à faible revenu et les jeunes. Encore là, dans de nombreux cas, il y aurait moyen d'améliorer les services dispensés à ces groupes grâce à des partenariats avec des intermédiaires.

Question 4 : Selon quels critères le programme a-t-il déterminé les organismes qui se révéleraient des partenaires souhaitables? Dans quelle mesure a-t-il réussi à établir des partenariats avec ces organismes? Quelle a été la contribution de ces partenaires lorsqu'il s'agissait a) d'accroître la portée des activités et b) d'accroître l'efficacité des activités auprès des clientèles cibles?

Constatation : Au stade formatif, l'approche du programme en ce qui concerne les partenariats est avant tout réactive et consiste principalement à travailler avec des organismes qui demandent de l'information ou de l'aide. Cependant, certaines régions ont remporté des succès impressionnants.

Dans la plupart des cas, l'approche retenue pour définir les partenariats est une approche réactive, qui est le résultat d'invitations et de demandes adressées aux bureaux régionaux et locaux. Souvent, il s'agit de relations qui existaient déjà. La définition même des

partenariats varie à l'échelle du pays. Les exemples de partenariats donnés dans les entrevues et relevés dans les études de cas concernant les bureaux régionaux représentent un vaste éventail de relations et d'activités.

Les partenariats sont efficaces lorsque chaque partenaire apporte une contribution et que chacun en retire des avantages.

Il faut préciser qu'on a relevé plusieurs excellents exemples de partenariats régionaux efficaces dans le cadre du programme, et notamment :

- La plupart des régions ont établi des partenariats avec des salons funéraires pour mettre en œuvre un processus rationalisé au sujet des prestations de survivant du RPC. Dans certaines régions, les salons funéraires ne se contentent pas de distribuer les formulaires de demande; ils informent les PSR du décès et certifient les documents que les clients transmettent avec la demande de prestations. En retour, les PSR peuvent donner rapidement suite à la demande de prestations de décès et de survivant et minimiser les trop-payés à la suite du décès d'un bénéficiaire.
- Plusieurs régions ont accompli de bons progrès lorsqu'il s'agissait de collaborer avec des représentants des Premières nations et des Inuit, et font régulièrement des visites à des collectivités éloignées pour leur transmettre des connaissances.
- La région de l'Ontario a travaillé avec le London Skill Center, la London Life Compagnie d'assurance-vie et le Groupe financier de la Banque Royale pour mettre sur pied des ateliers de planification financière.
- Le projet de gestion de carrière et de vie (Career and Life Management — CALM) de la Nouvelle-Écosse a permis d'intégrer de l'information sur la sécurité du revenu au programme des écoles secondaires, en partenariat avec le ministère provincial de l'Éducation.

En dépit de ces exemples de partenariats utiles et efficaces, il reste beaucoup d'éléments à améliorer dans les relations de travail avec les partenaires. Jusqu'à maintenant, les réussites — comme celles qui ont été énumérées ci-dessus — ont été observées dans certaines régions particulières et reposent sur l'utilisation efficace des ressources gouvernementales.

Voici des moyens qui permettraient d'améliorer la composante des partenariats du programme Relations avec le public des PSR :

- déterminer les organismes avec qui on pourrait établir des partenariats et mettre sur pied de tels partenariats pour réduire le risque que divers groupes de Canadiens marginalisés ne reçoivent pas les prestations auxquelles ils ont droit;
- mettre sur pied des partenariats à l'échelle nationale avec des organismes qui peuvent aider le ministère à transmettre de l'information de façon rentable.

Les gestionnaires à l'administration centrale ont affirmé qu'il serait nécessaire de mettre sur pied des partenariats nationaux avec des organismes particuliers, pour des fins clairement définies. Il y a actuellement des projets pilotes en cours avec des institutions financières et des organismes nationaux sans but lucratif. Les représentants de ce dernier genre d'organisme (par exemple, des organisations nationales de personnes âgées et des organisations autochtones nationales) que nous avons interrogés étaient en faveur de ce concept. Plusieurs de ces organismes sont disposés à travailler avec les PSR selon le même genre de relations fructueuses qu'ils entretiennent avec l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ARDC). Un certain nombre d'entre eux ont cependant fait remarquer que, comme leurs ressources sont limitées, ils ne pourraient pas s'engager à travailler étroitement avec les PSR à moins que des fonds ne leur soient consentis.

3.3 Conception, exécution et mise en œuvre — Outils

Question 5 : Quels documents écrits et outils multimédias sont utilisés par le programme? Sont-ils efficaces? Les documents utilisés et leur efficacité varient-ils selon les régions et les groupes clients? Quelles lacunes ont été déterminées? Quels moyens prend-on pour les combler?

Constatation : Dans l'ensemble, le programme Relations avec le public des PSR a accès à des outils d'information de grande qualité. Cependant, les régions ont déterminé de nombreux besoins particuliers à l'égard de nouveaux outils d'information et aucune approche satisfaisante n'a été trouvée pour que l'administration centrale réponde à ces besoins. Plusieurs régions ont répondu à certains de leurs propres besoins prioritaires de façon ponctuelle. L'évaluation a toutefois permis de cerner plusieurs besoins hautement prioritaires (par exemple, des publications dans des langues autres que l'anglais ou le français; des brochures s'adressant aux peuples autochtones) pour lesquels les régions nécessitent l'aide de l'administration centrale.

De nombreux documents nationaux et régionaux sont utilisés à l'échelle du pays. Il existe des documents d'envergure nationale comme la trousse d'introduction⁴ et les brochures de base⁵ qui présentent un avantage, à savoir que l'exactitude en a été vérifiée. La principale préoccupation du public en ce qui concerne les publications est qu'elles ne sont pas rédigées dans une langue facile à comprendre.

Les régions ont conçu de nombreux produits sur mesure, soit pour répondre à un besoin particulier, soit parce que le produit n'existait pas à l'échelle nationale.

Voici des exemples de produits régionaux :

- L'Ontario a élaboré plusieurs produits, notamment des bulletins, des sites Internet, des trousse destinées aux députés fédéraux, des trousse destinées aux directeurs de pompes funèbres, etc.

⁴ Il s'agit d'un diaporama en Powerpoint qui fournit de l'information au sujet de la SV et du RPC.

⁵ Les Communications produisent un vaste éventail de brochures au sujet de la SV et du RPC.

- La Saskatchewan a produit un document à distribuer lors de ses séances d'information, c'est-à-dire une brochure où on retrouve le contenu des exposés. En outre, la direction régionale des Communications a produit des annonces pour la radio en langue crie et en déné.
- Le Québec a élaboré des trousse de formation pour les employés qui comprennent un diaporama adaptable aux besoins de chaque auditoire et une vidéo sur la SV.
- L'Alberta a élaboré une fiche documentaire sur le Supplément de revenu garanti (SRG) et une affiche sur mesure à ce sujet, qui encourage les clients à prévenir les PSR d'un changement d'adresse ou d'un changement dans leur état matrimonial.
- Le Manitoba a produit une brochure sur les prestations pour les étudiants du Régime de pensions du Canada, de même qu'un autre produit en partenariat avec la Commission des accidents du travail, qui explique les indemnisations d'accident du travail, le RPC et l'assurance-emploi. Le Nouveau-Brunswick a une publication semblable.

En dépit de récents changements qui ont été apportés dans les approches à l'administration centrale, les régions demeurent dans l'expectative en ce qui concerne l'élaboration des produits. En général, les répondants estiment que l'administration centrale se montre réceptive à leurs besoins et est véritablement déterminée à les aider. Par ailleurs, ils signalent que l'administration centrale sera peut-être dépassée par l'énormité des besoins et qu'elle est déjà très sollicitée lorsqu'il s'agit de répondre aux besoins d'un grand nombre de clientèles internes des PSR. Par conséquent, certains besoins élémentaires ne sont pas satisfaits.

Lorsqu'on leur a posé des questions au sujet des lacunes dans le matériel, les représentants régionaux ont fait plusieurs suggestions, qui correspondent aux quatre grandes catégories suivantes :

Matériel visant les peuples autochtones

Plusieurs des répondants ont fait remarquer que le matériel existant n'est souvent pas approprié pour beaucoup d'Autochtones. En particulier, ils ont affirmé que même si les clients autochtones n'ont généralement pas participé au RPC, ils peuvent choisir d'y verser des cotisations. Il existe une version provisoire d'une fiche documentaire à ce sujet, mais il faut également traiter la question de façon plus globale, en produisant une brochure détaillée.

Outre cette importante question, plusieurs répondants ont signalé qu'il faut pour les clients autochtones des documents « conviviaux et en langage clair ».

Matériel s'adressant à d'autres populations particulières

Les répondants ont soulevé deux problèmes particuliers ayant trait aux besoins en matière de documents qui s'adressent à des populations particulières.

Premièrement, il n'y a pas de document destiné aux personnes qui ne lisent ni l'anglais ni le français, ou qui préféreraient recevoir de la documentation dans une autre langue. Étant donné le visage changeant de la société canadienne, c'est une question sur laquelle le gouvernement dans son ensemble doit se pencher, et il n'y a pas de solution simple et économique.

Deuxièmement, la plus grande partie du matériel existant a tendance à s'adresser aux personnes âgées ou aux personnes vieillissantes pendant les années de préretraite. Plusieurs répondants ont fait remarquer que si le programme Relations avec le public des PSR doit se concentrer efficacement sur des populations cibles particulières, il aura besoin d'un matériel de communication fournissant de l'information qui intéressera ces populations, et le message devra être adapté. Selon les répondants, il y a deux populations que le matériel actuel dessert mal, c'est-à-dire les personnes handicapées et les jeunes.

Matériel traitant de politiques ou de procédures particulières

Des représentants régionaux de Relations avec le public des PSR ont relevé plusieurs domaines pour lesquels il faudrait de meilleurs outils d'information :

- les trop-payés;
- du matériel traitant de la modernisation des prestations;
- du matériel sur les changements stratégiques relatifs aux gains autorisés pour ceux qui touchent des prestations d'invalidité du RPC;
- une brochure sur les prestations destinées aux orphelins/aux étudiants de 18 à 25 ans⁶;
- un communiqué à l'intention des banques, qui précise les procédures appropriées à suivre pour minimiser les risques que la fermeture d'un compte prive le client des prestations qu'il touchait par virement automatique et auxquelles il a droit.

Technologie/présentation/distribution

Certains répondants ont fait des suggestions au sujet de la présentation des messages. Plusieurs suggestions avaient trait à l'utilisation éventuelle de vidéos. Par exemple, les répondants pensent que les vidéos seraient un moyen utile de diffuser de l'information dans les régions éloignées. Ils pensent également qu'une vidéo en boucle continue serait utile dans les expositions commerciales. Il faut préciser que les PSR ont produit deux excellentes vidéos qui sont en train d'être distribuées aux équipes régionales de Relations avec le public.

D'autres répondants pensent qu'il serait utile d'utiliser davantage les fiches documentaires.

⁶ Le Manitoba et la Saskatchewan ont conçu conjointement une brochure à ce sujet que l'administration centrale a converti en fiche documentaire. Toutefois, les répondants estimaient encore qu'une brochure faisant une description plus complète serait utile.

Certains ont fait remarquer qu'un matériel de luxe risque d'être considéré comme du gaspillage par les contribuables. Plusieurs des répondants ont affirmé que certains documents plus récents ont des photos en couleur, etc., et qu'ils sont parfois mal accueillis par le public.

Les répondants ont affirmé que la distribution et la disponibilité du matériel laissent parfois à désirer. Une région a mentionné qu'elle reçoit généralement le tiers du matériel en français, alors que les francophones représentent moins de 5 p. 100 de la population. Les répondants pensent également que les brochures standards qui sont distribuées à l'échelle nationale pourraient être plus disponibles. Il n'y a parfois pas moyen de les obtenir, ou alors la région en reçoit un lot en français lorsque les brochures en anglais ne sont pas disponibles. Le matériel qui fait l'objet de la plus forte demande devrait être systématiquement disponible, à jour et exempt d'erreur. Il y a une forte demande pour la brochure qui présente une vue d'ensemble des PSR et certaines régions ont éprouvé de la difficulté à se la procurer, de même que d'autres produits essentiels, au cours des dernières années.

Plusieurs des répondants savaient qu'un nouveau matériel de communication avait été élaboré dans le cadre de la campagne d'information sur le régime de revenu de retraite (IRIS) et ils ont précisé que ce matériel n'est pas encore disponible en quantité.

Parmi les produits qui ont été bien accueillis, on retrouve le nouveau guide d'information sur les prestations d'invalidité et la brochure dans laquelle on peut insérer une carte d'affaires. La récente foire aux produits, qui a donné aux régions l'occasion de partager les produits qu'elles avaient élaborés sur mesure, a également été vue d'un bon œil. Le personnel des régions est content de voir qu'un expert en « langage clair » travaille dorénavant avec les PSR.

Le personnel de Relations avec le public des PSR peut désormais, grâce à une liaison à distance, produire des relevés automatisés des cotisations au RPC lors de foires commerciales et d'événements semblables. Certaines régions, quant à elles, faisaient venir des membres du personnel d'Ottawa, mais ce n'est plus le cas.

Question 6 : Jusqu'à quel point et de quelle manière la base de données pour la mesure du rendement des PSR a-t-elle été améliorée afin de fournir des indicateurs appropriés permettant de suivre les résultats des événements? Les estimations du potentiel de transfert et les facteurs de qualité conviennent-ils pour mesurer les événements? Quels enseignements en ont été tirés en ce qui concerne les moyens efficaces de mesurer le rendement?

Constatation : Les mesures conçues pour faire de la base de données un outil efficace de mesure du rendement n'ont pas résisté à l'évolution de la technologie. Les estimations du potentiel de transfert et les facteurs de qualité ne sont pas adéquats dans le cadre du système actuel visant à mesurer les retombées des activités. Étant donné cet intérêt limité et la complexité d'utilisation du système, les données ne sont pas saisies systématiquement. Enfin, la conception même de l'application, qui est un

système d'exploitation réparti, n'est pas conforme à son principal objectif, qui est de regrouper des données sur le rendement pour en faire des totalisations régionales et nationales.

Relations avec le public à l'administration centrale a profité d'un examen de la base de données pour élaborer le nouveau système de collecte des données qui est actuellement à l'essai à la direction générale. Les besoins des utilisateurs qui ont été relevés dans le cadre de ce projet pilote seront communiqués aux gestionnaires des systèmes à l'administration centrale, qui élaboreront une interface Web permettant aux régions d'accéder directement à la base nationale des PSR.

3.4 Conception, exécution et mise en œuvre — Activités particulières et solutions de rechange

Question 7 : La formation des partenaires a-t-elle été efficace?

Constatation : Tous les répondants qui ont suivi la formation de Relations avec le public lui ont attribué une cote élevée, sans exception. Le programme n'a toutefois pas offert de formation complète à ses partenaires dans tous les secteurs. Certaines de ses activités auprès des organismes et des professionnels relèvent davantage de la séance de breffage que de la formation structurée. La formation/les exposés assurés par le personnel du programme (en général, lors de séminaires de préretraite ou devant d'autres clientèles) reçoivent invariablement de bonnes notes.

Par « formation », on entend généralement une formation structurée. L'information que donnent habituellement les représentants de Relations avec le public est un exposé sur le fonctionnement du système à l'intention de deux genres d'auditoires :

- les personnes qui touchent actuellement (ou qui toucheront bientôt) des prestations des Programmes de la sécurité du revenu. Selon les éléments que nous avons recueillis, les séminaires de préretraite ou les exposés destinés aux personnes retraitées sont les séances de formation/d'information les plus couramment offertes⁷;
- les organismes traitant avec des personnes qui deviendront éventuellement des clients du système de la sécurité du revenu, par exemple le personnel des bureaux de comté des députés, des organisations de personnes âgées, des travailleurs de la santé et des services sociaux, etc.

Nous avons interviewé 39 organismes partenaires, et la presque totalité des répondants avait assisté à au moins une séance d'information. Les répondants qui n'y avaient pas assisté auraient généralement eu l'occasion de le faire, mais en avaient été empêchés. Occasionnellement, le personnel du programme a visité des partenaires, par exemple les bureaux de comté des députés fédéraux, pour faire des mises à jour individuelles.

⁷ En général, les exposés de Relations avec le public s'inscrivent dans un programme plus vaste. Un grand nombre de ceux que les régions ont identifié comme des partenaires faisaient office de co-présentateurs lors de ces séances.

Dans le groupe des partenaires interviewés, un certain nombre avait demandé et obtenu une information allant au-delà des « séances de breffage » généralement offertes par le programme. Certains de ces répondants avaient demandé une séance d'information adaptée qui correspondrait mieux à leurs besoins; il s'agissait, par exemple, de groupes d'action sociale s'intéressant aux personnes handicapées et des bureaux de comté des députés fédéraux qui avaient reçu de nombreuses demandes de renseignements sur une même question. Les représentants d'organismes traitant principalement avec des groupes ethniques ont également affirmé qu'une approche taillée sur mesure était nécessaire.

Constatation : Le programme Relations avec le public des PSR a peu d'expérience avec la méthode de la « formation des formateurs »⁸. La formule retenue par l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) pourrait se révéler utile pour Relations avec le public.

Cinq exemples de méthodes efficaces pour la « formation des formateurs » sont ressortis des études de cas dans les régions et des entrevues auprès de personnes-ressources de premier plan :

- La région du Québec a eu recours à la méthode de la « formation des formateurs » auprès de divers groupes, par exemple le personnel provincial traitant avec des bénéficiaires de l'aide sociale, les travailleurs sociaux en milieu hospitalier et les employés d'Air Canada.
- Toutes les régions ont donné de la formation à des directeurs de pompes funèbres et à des bénévoles de l'ADRC.
- La Nouvelle-Écosse a élaboré un outil de formation de grande qualité qui est utilisé dans les écoles secondaires. La formation en cours d'emploi des enseignants a été très efficace.
- Au Nouveau-Brunswick, le personnel de Relations avec le public a donné de la formation au personnel provincial des ressources humaines et à des représentants des jeunes, pour qu'ils transmettent de l'information relative aux PSR.
- Une formule de formation des formateurs a également été mise en œuvre en Nouvelle-Écosse lorsque le Conseil multiculturel de Halifax a demandé de l'aide au personnel de Relations avec le public. Vingt-quatre membres du personnel représentant 12 groupes ethniques ont reçu une formation sur les PSR qu'ils ont ensuite dispensée à leurs clientèles ethniques.

⁸ C'est-à-dire la formule selon laquelle un organisme assure de la formation à des personnes de l'extérieur, qui elles-mêmes « formeront » les personnes qui ont besoin de l'information.

Les entrevues auprès de personnes-ressources de premier plan de l'extérieur du gouvernement fédéral ont permis de constater que l'ADRC utilisait plus efficacement la formule de la « formation des formateurs » que les PSR. Deux aspects de la formule de l'ADRC ont particulièrement fait l'objet de louanges :

Premièrement : Le Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt est considéré comme un modèle efficace pour renseigner la clientèle. Selon un rapport d'évaluation interne de l'ADRC, le nombre de déclarations d'impôt faites par les bénévoles avait augmenté de 31 p. 100 par rapport à l'année précédente. Cette hausse a été attribuée à des pratiques de gestion par téléphone auprès de clientèles cibles bien définies, à la transmission hebdomadaire des résultats, à des ressources supplémentaires, à l'amélioration de la technologie, à de meilleurs outils de travail et à une approche ciblée sur les saisons de présentation des déclarations d'impôt. Relations avec le public des PSR travaille étroitement avec ce groupe et lui assure de la formation. Le programme obtient ainsi d'excellents résultats au moment du renouvellement annuel du SRG (c'est-à-dire qu'environ 180 000 personnes âgées à faible revenu confient leur déclaration d'impôt et le renouvellement de leur demande de SGR à des bénévoles de l'ADRC chaque année).

Deuxièmement : La démarche de l'ADRC face aux groupes autochtones a reçu de nombreux éloges. L'an passé, des séminaires d'information sur les crédits d'impôt pour les familles et la TPS ont été tenus. Trois représentants de l'ADRC à Ottawa sont allés sur place et ont travaillé avec des associations régionales qui ont offert des services de traduction sur les lieux. Cette formule a donné d'excellents résultats et l'Association Inuit Tapirisat du Canada recommande fortement que DRHC s'en inspire. Le programme Relations avec le public en est encore aux étapes préliminaires lorsqu'il s'agit de dispenser des services d'envergure nationale à des clientèles autochtones cibles, mais certaines régions ont remporté du succès, particulièrement le Nord de l'Ontario et le Manitoba.

Question 8 : Quelles activités centrées sur les clients sont entreprises à l'échelle régionale/locale dans le cadre du programme? Les régions élaborent-elles des stratégies pour veiller à ce que leurs activités constituent les « meilleures démarches possibles », compte tenu des objectifs et des priorités du programme?

Constatation : Les activités axées sur la clientèle se composent principalement de stands d'information lors d'événements publics, de séminaires de préretraite et de contacts avec les médias. Elles sont dispensées principalement en réponse à des demandes et dans une perspective de relations publiques. Elles ne sont pas toujours directement reliées aux objectifs de Relations avec le public des PSR et ne représentent pas toujours les « meilleures démarches possibles ».

Les régions et le programme à l'administration centrale sont en train d'élaborer des stratégies qui leur permettront de mieux exploiter leur temps. Ils ont reconnu qu'une approche plus stratégique s'impose pour la définition des groupes cibles et les moyens de communiquer avec eux. Des travaux en ce sens ont été entrepris et on convient que les stands d'information et les séminaires de préretraite ne sont peut-être pas la meilleure façon d'utiliser les ressources existantes.

Les répondants de tous les groupes que nous avons consultés aux fins de l'évaluation conviennent généralement que de tels événements, qui ciblent des groupes habituellement plus avertis et dont le niveau de connaissance est plus élevé que celui des groupes à risque, de même que les contacts directs avec ces personnes, ne représentent pas une activité aussi utile pour la réalisation des objectifs du programme. Il faut toutefois préciser que le programme est en train de consacrer de nombreux efforts aux activités suivantes :

- cibler l'information sur des groupes qui présentent des risques supérieurs à la moyenne de ne pas toucher les prestations auxquelles ils ont droit;
- cibler des groupes de personnes qui sont mal informées et qui risquent donc de prendre de mauvaises décisions en matière de planification de la retraite.

Les « meilleures démarches » se concentreraient sur de telles populations cibles.

Question 9 : Comment le personnel régional utilise-t-il les contacts avec les médias? Les régions élaborent-elles des stratégies pour veiller à ce que leurs activités représentent les « meilleures approches possibles », compte tenu des objectifs et des priorités du programme?

Constatation : Les relations avec les médias sont surtout de nature réactive, pour répondre aux besoins de ces derniers.

Les contacts avec les médias varient beaucoup selon les régions; certaines n'ont aucun contact direct avec les médias, et d'autres sont très à l'aise dans leurs contacts. Certaines régions ont participé à des émissions-débats et rédigent régulièrement des articles dans les journaux. D'autres s'en remettent entièrement aux Communications régionales. Dans une région, l'établissement de liens avec les médias n'était pas considéré comme un processus simple. Lorsque le coordonnateur a demandé aux agents du programme de mettre davantage l'accent sur les émissions de radio, ce ne fut pas toujours facile de susciter l'intérêt des médias. Les demandes de couverture de la part de PSR n'ont pas toujours été favorablement accueillies et à l'occasion, elles ont été considérées comme des tentatives de propagande de la part du gouvernement. Il est souvent arrivé que les journalistes décident de rédiger des articles dans les journaux ou de faire des entrevues seulement après avoir assisté à un séminaire et avoir constaté le degré d'intérêt manifesté par le public. Il semble qu'on pourrait établir de bien meilleures relations avec les médias dans pratiquement toutes les régions. À cette fin, il faudra vraisemblablement que l'administration centrale offre conseils et aide.

Question 10 : Les efforts du programme ont-ils porté sur les moyens les plus efficaces de rejoindre les clients? Toutes les activités sont-elles encore pertinentes?

Constatation : Les activités du programme n'ont pas toujours porté sur les méthodes présentant le meilleur rapport coût-efficacité pour rejoindre les clients. Les événements publics comme les stands d'information et les séminaires de préretraite n'ont pas toujours représenté le moyen le plus rentable.

Pour les gestionnaires à l'administration centrale et, dans une moindre mesure, dans les régions, la plupart de ces événements sont considérés comme des activités coûteuses et, au dire d'un gestionnaire, ils servent à aider ceux qui n'ont pas besoin d'aide et n'aident peut-être pas toujours ceux qui en ont besoin. En d'autres termes, ils peuvent être coûteux et ne pas toujours représenter le meilleur moyen de réaliser les objectifs du programme.

Toutefois, il sera peut-être assez difficile de laisser tomber ces activités. Dans de nombreuses régions, des engagements sont pris pour participer à de tels événements longtemps à l'avance et si le personnel se désiste, cela risque de nuire à l'image du ministère. De telles activités de relations publiques sont certainement justifiables et, du moins le semble-t-il, abordables par rapport aux budgets énormes des Programmes de la sécurité du revenu (environ 44 milliards de dollars par année). Toutefois, ces dépenses représentent une part importante des ressources totales de Relations avec le public des PSR et elles sont moins efficaces que d'autres possibilités lorsqu'il s'agit de répondre aux objectifs du programme.

Si ces activités de relations publiques doivent se poursuivre, il faudra les séparer du programme Relations avec le public des PSR, ou alors rajuster les processus d'attribution des ressources et de planification du programme en fonction de leur réalité.

Question 11 : A-t-on eu recours à d'autres activités complémentaires, par exemple à Internet, pour rejoindre les clients et les partenaires de façon efficace?

La conception d'activités complémentaires ne relève pas directement de la responsabilité de Relations avec le public des PSR. On verra dans la section 3.5 dans quelle mesure les activités et initiatives du programme viennent compléter celles d'autres services des PSR.

3.5 Conception, exécution et mise en œuvre — Coordination

Question 12 : La transmission des messages au cours des activités du programme a-t-elle efficacement complété d'autres composantes des plans de communication élaborés par les PSR?

Question 13 : Les activités de contacts avec le public ont-elles complété ou recoupé les fonctions du centre téléphonique sans frais?

Question 14 : Les contacts avec les médias ont-ils été le complément adéquat des activités du centre téléphonique et des Communications?

Constatation : Les activités de Relations avec le public des PSR servent de complément à celles du centre téléphonique et à celles des Communications, de même qu'à d'autres aspects de la stratégie de communication des PSR.

Il est ressorti clairement de nos entrevues qu'à l'occasion des contacts avec les clients, le personnel du programme leur fournit le bon numéro 800, pour qu'ils puissent appeler à

leur convenance afin d'obtenir un complément d'information. De plus, le personnel du programme utilise les documents des Communications et les transmet — directement et indirectement⁹ — aux clients.

Cependant, au moment de l'évaluation, on a constaté que diverses questions devraient être examinées de plus près en ce qui concerne ces deux activités complémentaires. Par exemple, dans les entrevues avec les gestionnaires régionaux, les partenaires et les organismes nationaux, des difficultés au sujet du centre téléphonique 800¹⁰ ont été mentionnées. Quant à la Direction des Communications, les répondants ont souvent dit que les longs délais de production du nouveau matériel causent des problèmes. Il ne rentre toutefois pas dans le mandat de l'évaluation d'examiner ces questions en détail.

Constatation : Il faut prévoir une stratégie globale de communication qui intègre Internet, le service téléphonique 800, le programme Relations avec le public et d'autres composantes du plan des communications. Même si certains éléments de la stratégie globale sont déjà en place, ils se compléteraient beaucoup mieux s'ils s'inscrivaient dans une stratégie globale.

Question 15 : La structure organisationnelle et le partage des compétences sont-ils aussi efficaces qu'ils peuvent l'être?

Constatation : Actuellement, la structure organisationnelle et le partage des compétences constituent un facteur limitatif lorsqu'il s'agit de répondre aux objectifs du programme.

Les ressources dont dispose le programme sont limitées dans le contexte des Programmes de la sécurité du revenu. Cependant, les objectifs sont importants. De plus, comme on l'a déjà vu :

- une bonne partie des ressources actuelles vont à des activités auxquelles on se consacre depuis longtemps, mais qui ne sont pas aussi efficaces que d'autres moyens;
- les besoins qui sous-tendent les objectifs sont importants, étant donné que les Canadiens connaissent mal leurs programmes de sécurité du revenu.

Dans ce contexte, il faut donner à la direction les moyens d'établir des priorités et d'affecter les ressources en conséquence. Toutefois, étant donné la structure actuelle, il est difficile de le faire, faute d'une entente au sujet des normes de fonctionnement, du financement et de la mesure des résultats.

⁹ Par l'entremise d'intermédiaires comme les conseillers financiers et les directeurs de pompes funèbres, qui, à leur tour, les distribuent aux clients à titre individuel.

¹⁰ Certaines personnes ne sont pas à l'aise lorsqu'elles sont obligées de passer par un système automatisé. De plus, certaines difficultés d'accès ont été mentionnées.

Pour l'instant, les activités régionales de Relations avec le public des PSR relèvent des gestionnaires régionaux des Programmes de la sécurité du revenu, et notamment le pouvoir de réaffecter le personnel du programme à d'autres activités. Ce pouvoir n'est pas toujours accompagné de l'obligation de rendre des comptes au sujet de la réalisation des objectifs de Relations avec le public.

Par ailleurs, le personnel de Relations avec le public des PSR à l'administration centrale, qui doit rendre des comptes au sujet de la réalisation des objectifs du programme, ne peut influencer l'établissement des priorités et l'affectation des ressources que par ses pouvoirs de persuasion.

Ces enjeux concernant l'organisation/la structure sont source de préoccupation par moments, alors que certaines des ressources du programme sont consacrées à des activités qui ne représentent pas toujours la meilleure façon d'éduquer les Canadiens. Ce sera un défi que de régler ces problèmes, en raison de la structure organisationnelle actuelle, mais des mesures sont prises, notamment l'élaboration d'un plan national de communication qui permettra à tous les intéressés de s'entendre sur la mise en œuvre d'un système pour gérer les activités, les coûts et les résultats prévus.

4. Conclusions

Voici les conclusions de l'évaluation :

Conclusion 1 : En général, les Canadiens connaissent mal leurs programmes de sécurité du revenu.

La recherche citée dans l'évaluation a montré que la majorité des Canadiens connaissent très mal les programmes de sécurité du revenu — plus mal, apparemment, que les Américains leurs propres programmes de sécurité sociale.

Conclusion 2 : Étant donné la population très vaste et variée qui est desservie et les programmes complexes à administrer, les membres de certains groupes marginalisés risquent de ne pas recevoir tous les services ou toutes les prestations auxquels ils peuvent avoir droit.

Le nombre de clients qui ne reçoivent pas les services ou les prestations auxquels ils sont admissibles n'a pas été pleinement établi par les PSR; par ailleurs, les moyens de régler ce problème représentent une priorité au sein de la DG. Aux États-Unis, le programme Outreach Demonstration Program, qui a été lancé il y a plus longtemps, accomplit des progrès dans la définition de ces risques et les moyens de les atténuer.

Cependant, les PSR ont pris certaines mesures importantes à cet égard. Par exemple, il est devenu courant de faire, pour l'ensemble des 1,5 million de bénéficiaires à faible revenu qui ont droit à la Sécurité de la vieillesse (SV) au Supplément de revenu garanti (SRG) et qui produisent une déclaration d'impôt, une évaluation pour déterminer s'ils sont admissibles au renouvellement du supplément de revenu garanti. De plus, la DG a entrepris de poster chaque année des envois aux cotisants au RPC, de fournir des renseignements sur les prestations à ses clients actuels en même temps que leur relevé T4 annuel, et d'envoyer par anticipation des demandes de SV/RPC aux Canadiens qui pourraient y être admissibles avant leur 65^e anniversaire.

Conclusion 3 : Le programme Relations avec le public des PRS peut être un moyen de régler ces deux problèmes, à savoir le faible niveau de connaissance et les risques que certaines clientèles ne reçoivent pas certains services et prestations.

Le programme Relations avec le public des PSR peut constituer une partie de la solution, mais certainement pas toute la solution. Il faut préciser que les stratégies et activités du programme sont intégrées au plan plus vaste des communications de la DG pour régler ces deux problèmes.

Conclusion 4 : Il y aurait moyen de mieux centrer le programme Relations avec le public des PSR sur la réalisation de ses objectifs. Le travail accompli à ce stade formatif est généralement de nature réactive et sa contribution à la réalisation des objectifs du programme n'est pas aussi importante que le serait celle d'autres activités.

Une partie des ressources du programme est consacrée à des activités de relations publiques, dont la présence de stands d'information lors d'événements publics. Ceux-ci sont généralement choisis en fonction des demandes reçues. Ces activités de relations publiques peuvent se révéler un investissement utile dans un cadre plus vaste. Le fait de consacrer des ressources à des activités de relations publiques pour un budget de 44 milliards de dollars par année ne pose pas de problème et le jeu en vaut probablement la chandelle. Cependant, ces sommes n'apportent pas une contribution aussi importante à la réalisation des objectifs du programme que le feraient d'autres activités.

Une solution de rechange consisterait à envisager des activités plus stratégiques et à répartir les ressources du programme de façon à en maximiser les retombées pour la réalisation des objectifs. Il y a deux éléments à prendre en considération si on envisage d'adopter une approche plus stratégique :

- les engagements initiaux et actuels à l'égard des activités de relations publiques;
- la structure organisationnelle actuelle et le partage des compétences.

Conclusion 5 : La base de données actuelle pour la gestion du rendement est inadéquate.

La base de données s'est révélée inadéquate pour les besoins du programme; elle était en voie d'être remplacée au moment de la rédaction du présent rapport.

Les mesures conçues pour faire de la base de données un outil efficace de gestion du rendement n'ont pas résisté à l'évolution de la technologie. Les estimations du potentiel de transfert et les facteurs de qualité ne sont pas adéquats dans le cadre du système actuel visant à mesurer les retombées des événements. Étant donné cet intérêt limité et la complexité d'utilisation du système, les données ne sont pas saisies systématiquement. Enfin, la conception même de l'application, qui est un système d'exploitation réparti, n'est pas conforme à son principal objectif, qui consiste à regrouper des données sur le rendement pour en faire des totalisations régionales et nationales.

Il convient de préciser que la base de données autonome de Relations avec le public des PSR est éliminée progressivement au profit d'un système de collecte des données qui est actuellement à l'essai. Les besoins des utilisateurs qui ont été relevés dans le cadre de ce projet pilote seront communiqués aux gestionnaires des systèmes à l'administration centrale, qui élaboreront une interface Web permettant aux régions d'accéder directement à la base nationale des PSR.