

Communication

Canada



**La recherche sur l'opinion publique
au gouvernement du Canada**

Rapport annuel

2001-2002

Rapport annuel

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

2001-2002

préparé par Communication Canada

Direction générale de la recherche



Research Branch

Publié par Communication Canada
Août 2002

Pour information, veuillez communiquer avec
la Direction générale de la recherche au (613) 943-5130

PF1-1/2002F-IN

0-662-87198-7

*Nota : Dans le présent rapport, les mots de genre masculin appliqués
aux personnes désignent les hommes et les femmes.*

Message du Ministre



J'ai le plaisir de vous présenter le premier rapport annuel résumant les projets de recherche sur l'opinion publique entrepris par les ministères et les organismes gouvernementaux. Ce rapport donne un aperçu du vaste éventail de projets que le gouvernement a menés, au cours de la dernière année, pour que les politiques, les programmes et les services répondent mieux aux besoins de tous les Canadiens.

Communication Canada exerce la surveillance de la gestion et l'expertise nécessaire en ce qui a trait à toutes les recherches sur l'opinion publique effectuées par le gouvernement. Nous aidons les ministères et organismes tout au long du processus, pour qu'ils atteignent leurs objectifs de recherche et que ces recherches soient conformes aux politiques du gouvernement du Canada et aux normes du secteur de l'étude de marché. Communication Canada facilite également l'accès aux résultats des recherches et fait la promotion du partage des résultats et des meilleures pratiques dans le milieu de la recherche gouvernementale.

En matière de recherche, notre rôle central est essentiel à la réalisation du mandat de Communication Canada qui est d'améliorer les communications entre le gouvernement et les Canadiens. Les initiatives de recherche réalisées dans les ministères et les organismes soutiennent la volonté du gouvernement qui est de consulter les Canadiens et de favoriser leur engagement afin d'améliorer les services et d'élaborer des politiques et des programmes pertinents.

La recherche sur l'opinion publique est essentielle à la politique publique et à l'élaboration de programmes. Considérer les points de vue des Canadiens contribue à assurer que les politiques, les programmes et les services reflètent leurs valeurs et qu'ils répondent à leurs besoins.

J'espère que l'aperçu ci-joint des divers projets de recherche entrepris au gouvernement du Canada saura vous être utile et vous informer.

Ralph Goodale
Ministre responsable de Communication Canada

Table des matières

Introduction	9
LA RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE AU GOUVERNEMENT DU CANADA	
Grandes lignes de la recherche sur l'opinion publique	14
Détail de la recherche sur l'opinion publique	19
Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique	21
Études multiclients	25
Accès au savoir-faire	28
Perspectives : Recherche sur l'opinion publique - Enjeux du prochain exercice	31
Tableaux en annexe	33

Introduction

L'écoute constitue un volet essentiel de la communication. Être à l'écoute signifie qu'on se soucie des besoins et de l'opinion de ceux avec qui l'on communique, de façon à pouvoir répondre à leurs besoins, à communiquer avec eux par des moyens qui leur permettront d'entendre ce qu'on a à dire, à vérifier si le message a été entendu et à pratiquer l'écoute active. La recherche sur l'opinion publique joue un rôle essentiel pour le gouvernement du Canada parce qu'elle constitue l'un des moyens qu'il met en œuvre pour être à l'écoute des Canadiens.

Communication Canada est enchanté de présenter le premier rapport annuel concernant la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement du Canada. Investi du mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens, Communication Canada joue un rôle de premier ordre dans la coordination des études sur l'opinion publique au sein du gouvernement. Le présent rapport donne un aperçu du nombre croissant de projets de recherche coordonnés par le Ministère pour aider les autres ministères et organismes à répondre à leurs besoins en cette matière. Il dégage également les tendances de la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement.

Au cours de l'exercice, Communication Canada a coordonné, pour le compte du gouvernement, 686 projets de recherche* dont le coût total s'élève à 26,2 millions de dollars. Les études multiclients auxquelles souscrivent les ministères représentent 4 millions de dollars, les 22,2 millions restants étant consacrés à des études personnalisées. Au cours de l'exercice, le gouvernement a fait affaire avec 83 sociétés pour sa recherche sur l'opinion publique.

Communication Canada

Comme l'énonce la nouvelle Politique de communication du gouvernement du Canada, qui est entrée en vigueur le 1^{er} avril 2002, Communication Canada est l'organisme qui constitue l'autorité technique et qui se charge de coordonner les recherches sur l'opinion publique effectuées par le gouvernement du Canada. À ce titre, la Direction générale de la recherche, par le biais de la Direction de la coordination et des avis conseils : Recherche sur l'opinion publique (DCACROP), facilite les études sur l'opinion publique en orientant les ministères pendant tout le processus de recherche de façon à s'assurer qu'ils atteignent leurs objectifs.

La Direction générale de la recherche entreprend également de la recherche sur les communications, notamment les enquêtes sur les communications gouvernementales : *À l'écoute des Canadiens*, trois fois par an. Les résultats de ces enquêtes sont diffusés à l'ensemble du gouvernement pour faciliter la compréhension des tendances, des événements et des enjeux sociaux ayant une incidence sur les communications gouvernementales.

* Dans le présent rapport, les chiffres sont fondés sur l'information fournie à Communication Canada par les ministères pour les projets recensés et considérés comme de la recherche sur l'opinion publique selon la définition figurant dans la Politique de communication du gouvernement du Canada.

Ressources et outils pour la recherche sur l'opinion publique

Les conseillers de Communication Canada sont prêts à aider les ministères dans leur travail pour résoudre tout problème inhérent à la recherche sur l'opinion publique. Il existe par ailleurs plusieurs outils et ressources qui ont été créés pour faciliter la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement. On trouvera ci-après une brève description de chacune de ces ressources.

Guide d'orientation

Recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement du Canada : Un guide d'orientation constitue une ressource pour tout employé du gouvernement du Canada participant à une étude sur l'opinion publique. Essentiellement, le guide explique la marche à suivre et présente les acteurs appelés à participer aux études sur l'opinion publique au sein du gouvernement. Ce guide devrait rendre plus clair le processus d'exécution de la recherche sur l'opinion publique.

On y trouve une définition de ce qu'est la recherche sur l'opinion publique aux fins de la procédure gouvernementale de passation de marché, mais aussi une définition des types de recherche qui ne sont pas considérés comme de la recherche sur l'opinion publique.

Plusieurs organisations différentes participent à la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement, dont le ministère ou l'organisme client, Communication Canada, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada et la maison de recherche. Les lecteurs du guide trouveront une explication concernant le rôle de chacun de ces organismes dans le processus.

Le guide présente les grandes lignes d'un sommaire de projet et une description du système de planification de la recherche sur l'opinion publique et des annonces publicitaires. Il comporte une section qui définit les pratiques exemplaires que devraient observer les fonctionnaires à chaque étape du processus de recherche.

Recherche sur l'opinion publique au site CommNet

CommNet est un site extranet de Communication Canada qui s'adresse aux communicateurs du gouvernement. Il renferme une section concernant la recherche sur l'opinion publique que tous les fonctionnaires participant à cette activité devraient trouver utile. Le site comprend une liste des conseillers et indique le ministère ou l'organisme avec lequel collabore chacun d'entre eux, de même qu'une liste consultable de plus de 2 500 études sur l'opinion publique réalisées pour le compte du gouvernement du Canada depuis 1994, et déposées à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement. Cette liste est mise à jour régulièrement. On peut obtenir un exemplaire de ces études auprès de bibliothèques ministérielles ou locales par l'entremise du prêt interbibliothèques. Ces études sont aussi disponibles auprès de Communication Canada.

Le site renferme également plusieurs sections s'adressant à ceux pour qui le processus de recherche sur l'opinion publique est nouveau. Les utilisateurs du site trouveront un aperçu des résumés concernant la recherche sur l'opinion publique qu'ils doivent établir chaque fois qu'un ministère désire mettre en place un contrat de recherche sur l'opinion publique.

Accès en ligne aux projets

Parmi les employés du gouvernement, on assiste à une hausse des demandes visant à faciliter l'accès, de préférence en ligne, aux études personnalisées sur l'opinion publique menées par les ministères et organismes. C'est pourquoi Communication Canada élabore présentement un projet pilote pour un nouveau processus en ligne. Dans le cadre de ce processus, les ministères et organismes présenteraient par voie électronique les éléments d'information sur les études qu'ils envisagent.

Comités et groupes relatifs à la recherche sur l'opinion publique

Le comité des directeurs généraux relatif à la recherche sur l'opinion publique

Au printemps 2001, les directeurs généraux des communications ont fondé un comité relatif à la recherche sur l'opinion publique. Le comité est présidé par Sheila Watkins, directrice générale des Communications de Santé Canada, et Laurent Marcoux, directeur général de la Recherche de Communication Canada. Le mandat du comité est d'améliorer le processus de recherche sur l'opinion publique et de faciliter la diffusion des résultats des études entre les ministères et organismes.

Groupe de travail en recherche sur l'opinion publique

Le groupe de travail en recherche sur l'opinion publique est constitué principalement des coordonnateurs ministériels de la recherche sur l'opinion publique. Le groupe de travail offre une tribune où l'on débat d'un large éventail d'enjeux et où les intervenants mettent en commun des stratégies permettant de résoudre les problèmes communs qui se présentent au cours de la recherche. Parmi les sujets abordés au cours de l'exercice, mentionnons la nouvelle Politique sur les communications du gouvernement adoptée par le Secrétariat du Conseil du Trésor et l'Initiative d'amélioration des services. Des questions pratiques comme la disponibilité de nouvelles offres permanentes et d'autres outils pour la recherche sur l'opinion publique, sont aussi analysées régulièrement. Le groupe de travail se réunit tous les deux à trois mois.

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

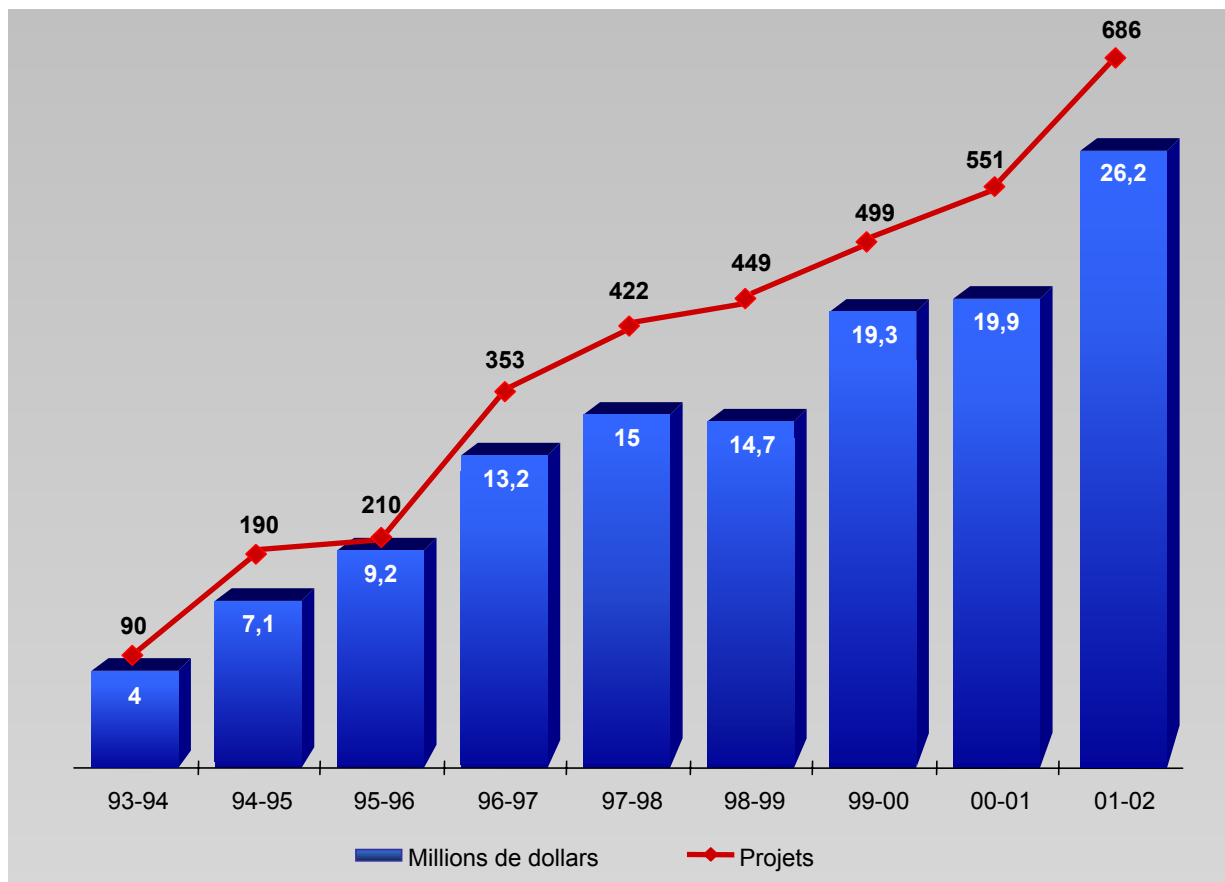
2001-2002

Aperçu

La présente section du rapport fait état du volume, de l'intérêt et des types de recherches sur l'opinion publique réalisées par les ministères et organismes du gouvernement du Canada et coordonnées par Communication Canada du 1^{er} avril 2001 au 31 mars 2002. Elle résume les études menées par les ministères et organismes et dresse la liste des maisons de recherche auxquelles ils font appel. Le rapport donne une idée de certains des grands enjeux auxquels feront face les responsables de la recherche gouvernementale dans les mois et années à venir.

Grandes lignes de la recherche sur l'opinion publique

Coût annuel total et nombre de projets de recherche sur l'opinion publique



Le gouvernement du Canada recueille systématiquement de l'information sur un large éventail de sujets afin de faciliter la prise de décisions, et les recherches sur l'opinion publique constituent l'une des méthodes utilisées pour comprendre les points de vue et les attentes des citoyens et des divers segments de population. Le recours aux recherches sur l'opinion publique permet au gouvernement du Canada de consulter la population et d'engager le dialogue avec les Canadiens et divers segments de population dans les domaines de la communication, de la politique publique et de l'élaboration de programmes, de même qu'en ce qui a trait à l'évaluation des services.

L'importance accordée par le gouvernement du Canada à l'écoute des Canadiens est clairement mise en évidence par l'accroissement régulier du nombre d'études sur l'opinion publique au cours de la dernière décennie. Pour l'exercice financier de 2001-2002, le coût total des projets de recherche sur l'opinion publique coordonnés par Communication Canada a été de 26,2 millions de dollars. Ce montant représente un accroissement de 31 % des coûts investis dans la recherche sur l'opinion publique et une augmentation de plus de 6 millions de dollars comparativement au montant dépensé pour l'exercice 2000-2001.

Cette hausse des dépenses en recherche sur l'opinion publique peut être liée à l'importance qu'accorde actuellement le gouvernement du Canada à une livraison des services axée sur les citoyens, à la nouvelle Politique de communication qui insiste sur la consultation publique, à répondre aux besoins des Canadiens par le biais d'initiatives gouvernementales en ligne, ainsi qu'à mesurer les niveaux de satisfaction de la clientèle pour les services du gouvernement.

Classement des ministères

Classement des ministères pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique		
Ministère	Milliers de dollars	Nombre de projets
Santé Canada	4,036 \$	88
Développement des ressources humaines Canada	2,614 \$	62
Communication Canada	2,117 \$	70
Industrie Canada	1,834 \$	54
Environnement Canada	1,343 \$	36
Patrimoine canadien	1,288 \$	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1,228 \$	16
Affaires étrangères et Commerce international	867 \$	18
Ressources naturelles Canada	847 \$	32
Justice Canada	810 \$	21

Sept ministères ont investi chacun un million de dollars ou plus au cours de l'exercice dans la recherche sur l'opinion publique. Santé Canada arrive au premier rang, suivi de Développement des ressources humaines Canada, de Communication Canada, d'Industrie Canada, d'Environnement Canada, de Patrimoine canadien et du Secrétariat du Conseil du Trésor. Les trois ministères qui font partie des dix premiers, mais qui ont investi moins d'un million de dollars chacun dans la recherche sur l'opinion publique sont Affaires étrangères et Commerce international, Ressources naturelles Canada et Justice Canada.

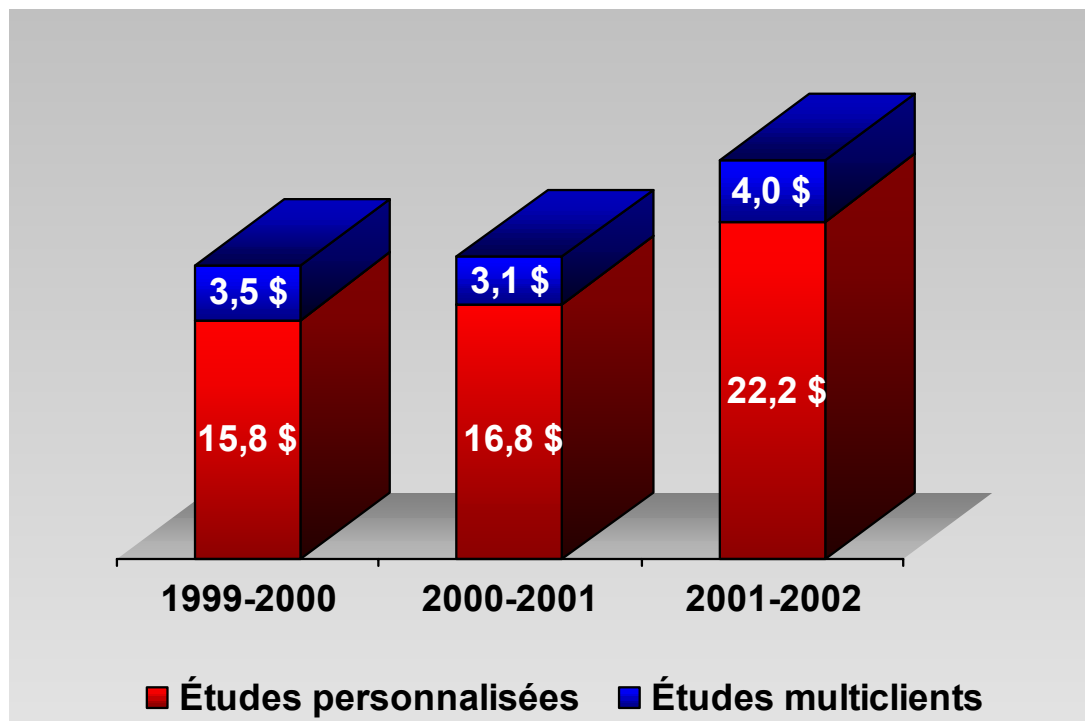
Recherche sur l'opinion publique dans les ministères

Dépenses en recherche sur l'opinion publique 1999-2002 (milliers de dollars)						
Ministère	1999-2000		2000-2001		2001-2002	
	Montant	Projets	Montant	Projets	Montant	Projets
Santé Canada	2 419 \$	45	2 300 \$	62	4 036 \$	88
Développement des ressources humaines Canada	3 100 \$	87	2 556 \$	68	2 614 \$	62
Communication Canada	1 128 \$	18	2 105 \$	60	2 117 \$	70
Industrie Canada	1 057 \$	36	1 439 \$	45	1 834 \$	54
Environnement Canada	375 \$	16	810 \$	24	1 343 \$	36
Patrimoine canadien	679 \$	24	849 \$	29	1 288 \$	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 030 \$	26	1 027 \$	17	1 228 \$	16
Affaires étrangères et Commerce international	555 \$	13	514 \$	17	867 \$	18
Ressources naturelles Canada	601 \$	24	387 \$	13	847 \$	32
Justice Canada	1 102 \$	21	626 \$	19	810 \$	21

Huit ministères ont accru leur investissement dans la recherche sur l'opinion publique au cours des deux derniers exercices : Santé Canada, Communication Canada, Industrie Canada, Environnement Canada, Patrimoine canadien, le Secrétariat du Conseil du Trésor, Affaires étrangères et Commerce international et Ressources naturelles Canada. Justice Canada de même que Développement des ressources humaines Canada investissent moins à l'heure actuelle dans la recherche sur l'opinion publique qu'il y a deux ans.

Études personnalisées ou études multiclients

Comparaison entre les études personnalisées et les études multiclients (millions de dollars)

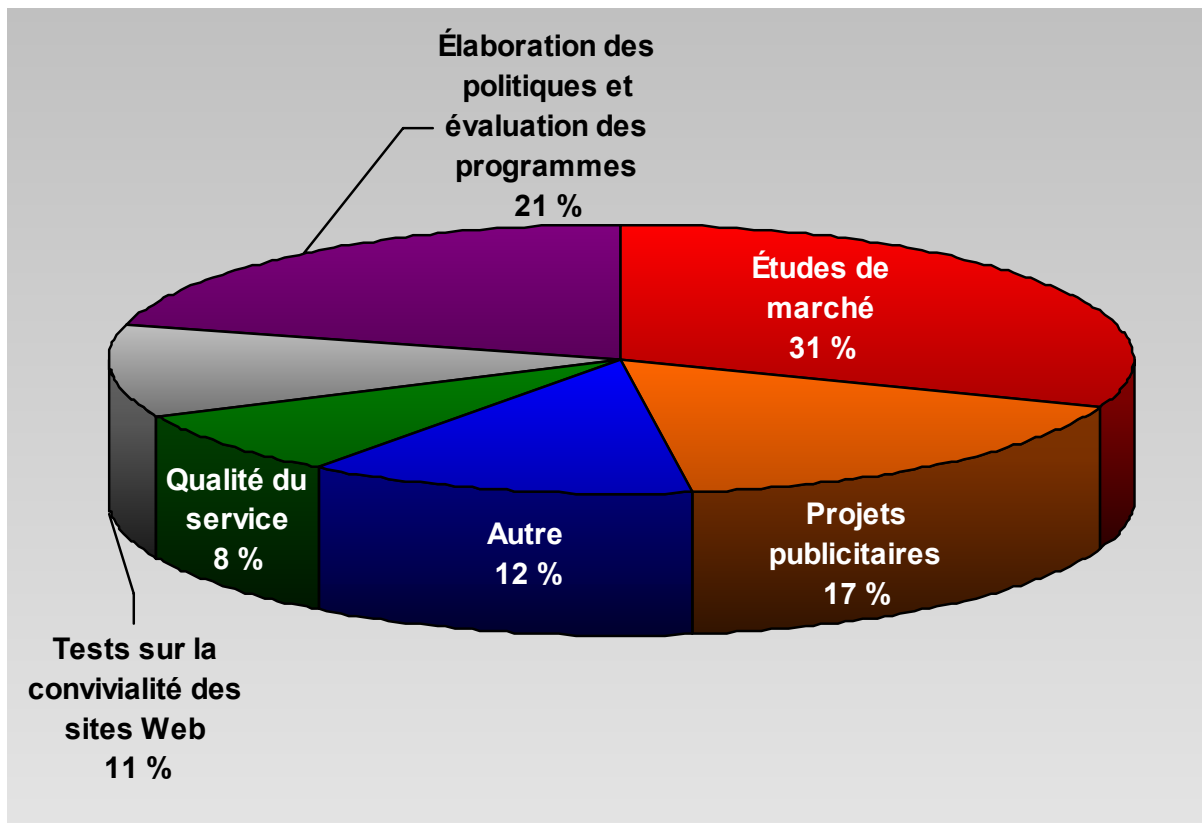


Les études personnalisées sur l'opinion publique sont des études commandées par un organisme à une maison de recherche. Le produit est « personnalisé » pour répondre aux besoins particuliers du ministère ou de l'organisme client. Une fois l'étude livrée, le ministère en possède les droits d'auteur et toutes les données produites par le projet peuvent être échangées avec d'autres. En revanche, les maisons de recherche demeurent propriétaires des droits d'auteur des études multiclients. Les ministères s'abonnent à ces études et ne peuvent partager les résultats avec d'autres ministères.

La recherche personnalisée continue de représenter la grande majorité des études du gouvernement sur l'opinion publique. Le coût des études multiclients s'est accru, passant de 3,1 millions de dollars en 2000-2001 à tout juste un peu plus de quatre millions de dollars au cours de l'exercice. Le coût des études personnalisées a augmenté de 6,3 millions de dollars par rapport au montant d'il y a deux ans.

Type de recherche

Type de recherche en tant que pourcentage du coût total de la recherche sur l'opinion publique

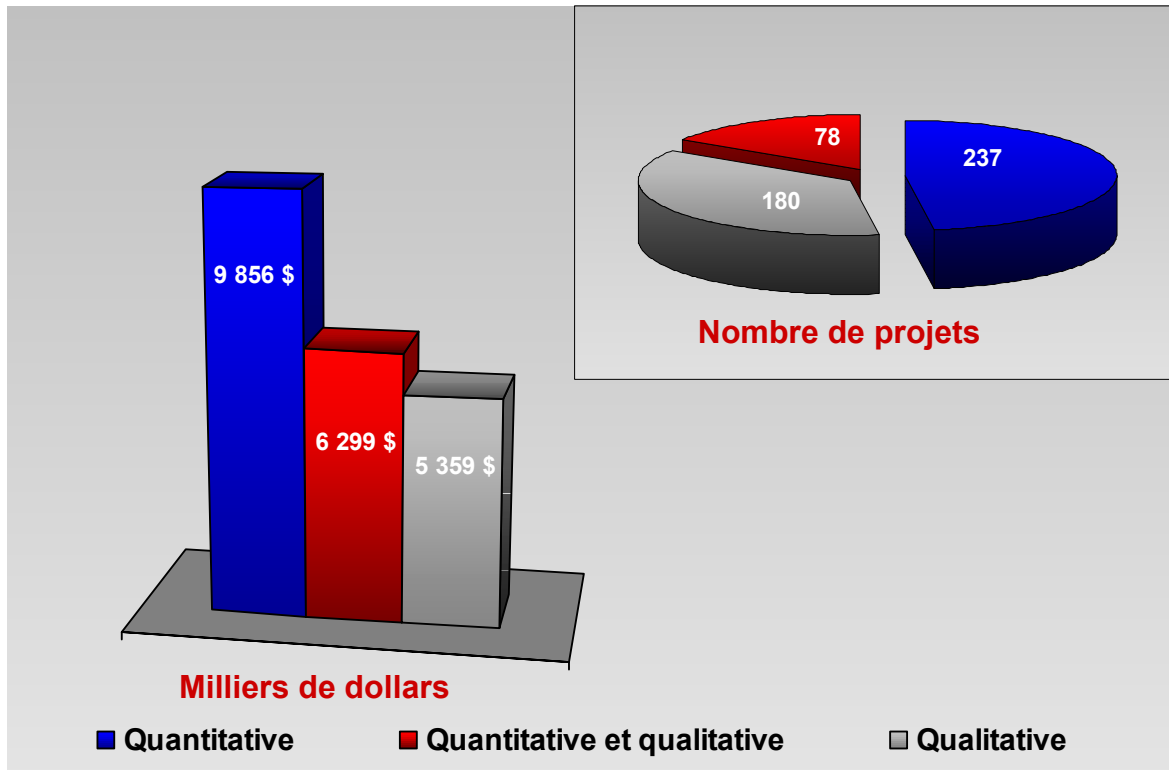


La recherche sur l'opinion publique menée par le gouvernement du Canada porte sur des sujets assez variés. Les études de marché, qui incluent des projets tels que le travail sur le terrain pour les enquêtes sur les communications de Communication Canada, constituent nettement le type de projets de recherche le plus courant. Sous la rubrique Élaboration des politiques et évaluation des programmes, on trouve des enquêtes comme l'*Enquête de suivi de la population active* de Développement des ressources humaines Canada, dont le coût s'élève à 4,6 millions de dollars. Il convient de mentionner que la partie évaluation du programme de ce type d'études est constituée exclusivement du volet recherche sur l'opinion publique de l'évaluation de programmes. Parmi les autres types de recherche auxquels on a eu beaucoup recours pendant l'exercice, mentionnons la recherche se rapportant aux projets publicitaires (3,7 millions de dollars), aux projets sur la qualité du service (1,8 million de dollars) et aux tests sur la convivialité des sites Web (2,4 millions de dollars).

Détail de la recherche sur l'opinion publique

Méthodes de recherche

Méthodes utilisées pour la recherche sur l'opinion publique



Les projets de recherche sur l'opinion publique font appel à diverses méthodes. Les méthodes de recherche quantitative (enquêtes téléphoniques dans la vaste majorité des cas) représentent près de 10 millions de dollars, soit 46 % du nombre total d'études personnalisées. Les projets qui utilisent des méthodes de recherche qualitative, comme les groupes de discussion et les entretiens en profondeur, représentent 35 % de l'ensemble des projets de recherche, mais seulement 25 % du coût total. Il est intéressant de signaler que, dans l'ensemble, les techniques de recherche qualitative ont tendance à être moins coûteuses que les méthodes de recherche quantitative, bien que les résultats de la première méthode ne puissent être généralisés à l'ensemble de la population. Une autre tranche de 15 % de tous les projets de recherche personnalisée (nombre total de projets) fait appel aux méthodes de recherche quantitative et qualitative.

Populations cibles

Populations cibles de la recherche sur l'opinion publique		
Population cible	Coût total des projets (milliers de dollars)	Nombre de projets
Population générale	13 154 \$	335
Secteur industriel, milieu des affaires ou professionnels	1 222 \$	39
Fonctionnaires	1 081 \$	22
Canadiens engagés	971 \$	23
Autochtones	622 \$	15
Partenaires/Intervenants	526 \$	18
Clients	484 \$	13
Personnes âgées	76 \$	3
Immigrants	40 \$	2
Autres	7 171 \$	197

Les recherches effectuées pour le gouvernement du Canada au cours de l'exercice ont porté sur une large variété de populations cibles (personnes interrogées ou étudiées dans le cadre d'un projet de recherche particulier). La majorité des projets ont porté sur l'ensemble de la population canadienne, mais d'autres études se sont intéressées à une large variété de groupes allant des personnes âgées aux immigrants. La catégorie « autres » élargit encore davantage cette liste et comprend des groupes aussi diversifiés que les résidents ruraux, les agriculteurs, les Canadiens au chômage, les parents ayant des enfants sous leur toit, les anciens combattants, les utilisateurs de carte de débit, les leaders d'opinion et les médecins, pour n'en nommer que quelques-uns.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

Chaque année, le gouvernement mène un large éventail d'études sur l'opinion publique portant sur une variété de sujets pratiquement illimitée. Cette section du rapport donne une idée du large éventail d'enjeux et de thèmes.

Santé Canada

Bien qu'une proportion importante des études de l'exercice se rattache à la Stratégie fédérale de lutte contre le tabagisme et aux campagnes de marketing social qui y sont liées, une large gamme d'études qualitatives et quantitatives ont été réalisées au chapitre de la promotion et de la protection de la santé sur des questions comme :

- le diabète
- l'hépatite C
- l'étiquetage nutritionnel
- le don d'organes et de tissus
- le syndrome de la mort subite du nourrisson
- le cancer du sein
- la procréation médicalement assistée
- la violence familiale
- le syndrome d'alcoolisme fœtal
- la pollution atmosphérique

Ces études ont été menées auprès de nombreuses populations cibles différentes et dans des buts différents, de l'évaluation de l'incidence en matière de communication d'éventuels nouveaux messages, produits et campagnes publicitaires, jusqu'à la recherche en vue de comprendre comment les éventuels changements de politique pourraient se répercuter sur les attitudes, les motivations et les comportements du public en général.

Développement des ressources humaines Canada

Développement des ressources humaines Canada a eu des projets ciblés dans les vastes domaines des compétences et de l'apprentissage, de la sécurité du revenu, de l'assurance-emploi et de la main-d'œuvre, ainsi que des projets qui ont fait progresser l'initiative Gouvernement en direct pour rendre accessibles les programmes, services et publications du gouvernement du Canada sur l'Internet.

Plusieurs projets se sont attachés notamment à évaluer l'incidence des éléments de la Stratégie emploi jeunesse du Canada, d'autres ont porté sur l'évaluation de la politique et des communications dans les domaines de l'information relative au marché du travail, à la prestation fiscale canadienne pour enfants, aux compétences et à l'apprentissage.

On s'est efforcé également de vérifier la convivialité des sites Web et de tester la conception et l'utilisation des sites Web et des groupes de sites. Les populations cibles à l'étude représentent tout l'éventail de la société canadienne, depuis les jeunes à risque jusqu'aux pensionnés, en passant par les parents et les étudiants universitaires.

Communication Canada

La plupart des projets ont été axés sur la collecte de données de l'enquête sur les communications de la Direction générale de la recherche, *À l'écoute des Canadiens*. En outre, le Ministère a effectué de la recherche sur une variété d'annonces publicitaires du gouvernement, notamment *Une communauté pour tous*. Communication Canada a également entrepris cinq projets mettant l'accent sur la qualité du service en relation avec le Pavillon du Canada.

Industrie Canada

Industrie Canada a eu des projets convergeant sur plusieurs grands domaines : élaboration de la politique et des communications pour le programme d'innovation du gouvernement du Canada; progrès de l'initiative Gouvernement en direct; évaluation des besoins des petites et moyennes entreprises et protection des consommateurs.

Certains projets particuliers visaient à évaluer l'attitude du public à l'égard de l'évolution du marché de l'électricité, de la biotechnologie et des services de cartes de débit; on a fait des recherches pour faire en sorte que les éléments du Portail des affaires et de la Passerelle d'information pour le consommateur canadien atteignent le maximum d'efficacité sur le plan de la communication, ainsi que des vérifications de la convivialité de nombreux sites Web. Les populations cibles variaient, depuis l'ensemble de la population jusqu'aux petites entreprises en passant par les chefs de file de l'industrie.

Environnement Canada

Les recherches d'Environnement Canada ont porté sur diverses questions. Des études de suivi ont été menées pour surveiller l'attitude du public à l'égard du changement climatique. Une vaste enquête auprès des Canadiens a été entreprise pour mesurer l'utilisation des produits et services météorologiques et la satisfaction de la clientèle. En outre, plusieurs enquêtes ont été menées auprès de résidents vivant à des endroits où des urgences-météo avaient été émises quelques jours avant le sondage. En pareil cas, le but était d'évaluer la mesure dans laquelle les gens se rappelaient les urgences-météo et de recueillir l'information sur le comportement réel des gens après l'émission d'une urgence-météo.

Points saillants de la recherche

Au cours de l'exercice, le gouvernement du Canada a mené plusieurs études sur l'opinion publique. Une brève description de certaines de ces études dignes de mention est présentée ci-dessous. Elles varient, depuis les sondages en ligne jusqu'aux études portant sur la cohésion sociale dans la foulée des événements du 11 septembre 2001.

Études en ligne

Deux des projets réalisés en ligne durant l'exercice ont trait à la présence du gouvernement du Canada sur l'Internet. En janvier 2001, le gouvernement a remanié le site du Canada, soit le principal portail de l'Internet pour obtenir de l'information sur les programmes et services du gouvernement. La recherche a fait appel à la fois à des méthodes qualitatives et quantitatives pour déterminer la meilleure conception pour les pages d'accueil des portails destinés aux Canadiens.

Une seconde étude liée à l'Internet a été réalisée par les quatre ministères responsables des ressources naturelles (Environnement Canada, Ressources naturelles Canada, Pêches et Océans Canada et Agriculture et Agroalimentaire Canada) et Santé Canada, lesquels ont formé un partenariat pour élaborer le Regroupement Environnement, Ressources naturelles, Pêches et Agriculture (ERNPA) sur le site du Canada. L'objet du regroupement est de créer un portail Web où les Canadiens peuvent se rendre pour trouver des renseignements sur le développement durable. Le projet de recherche a été réalisé en vue de déterminer la réaction du public au regroupement envisagé.

Étude sur la migration des jeunes de milieux ruraux

Agriculture et Agroalimentaire Canada a réalisé une étude sur la migration des jeunes de milieux ruraux pour le compte du Partenariat rural canadien, qui est composé de ministères fédéraux et d'autres intervenants du milieu rural. Le Partenariat rural canadien a pour vocation de s'assurer que les politiques, les activités et les programmes fédéraux apportent une aide aux collectivités rurales. Dans le cadre de l'étude, on a interrogé des jeunes de milieux ruraux sur leurs aspirations et on leur a demandé quelles étaient leurs possibilités sur le plan de l'éducation et de l'emploi et à quel endroit ils préféreraient vivre. On a demandé à des leaders de la collectivité de donner leur point de vue sur la nécessité des études postsecondaires, les possibilités de création d'emploi pour les jeunes, l'appui aux possibilités d'emploi autonome pour les jeunes entrepreneurs et la disponibilité d'autres ressources communautaires pour les jeunes de milieux ruraux.

Assemblées publiques de Statistique Canada

On a organisé plusieurs assemblées publiques et des groupes de discussion pour aider Statistique Canada à choisir son orientation concernant la possibilité de modifier la *Loi sur la statistique* pour rendre accessibles au public des données historiques sur le recensement. Le but de la recherche était de s'assurer que, si l'on donne accès aux données historiques de recensement, on s'y prendra de façon à respecter les préoccupations des Canadiens concernant les renseignements personnels et l'intégrité du gouvernement.

Langues officielles

Le Secrétariat du Conseil du Trésor — en collaboration avec le Bureau du commissaire aux langues officielles, Communication Canada et Patrimoine canadien — a entrepris un projet de recherche sur les attitudes actuelles à l'égard de l'usage des deux langues officielles au sein de la fonction publique du Canada. L'objectif était de mettre en évidence les possibilités et les obstacles inhérents à l'accroissement de l'usage actif des deux langues officielles dans le milieu de travail du gouvernement du Canada et d'accroître la capacité des employés à servir les Canadiens dans les deux langues officielles.

Cohésion sociale

Patrimoine canadien (qui a piloté le projet), Citoyenneté et Immigration Canada et Communication Canada ont commandé un projet de recherche visant à déterminer les attitudes à l'égard des minorités raciales et religieuses et des immigrants, dans la foulée des attentats du 11 septembre 2001. Cette étude sur la cohésion sociale a fait appel à des méthodes de recherche à la fois quantitatives et qualitatives.

Études multiclients

Classement des études multiclients	
Étude multiclients	Nombre de ministères abonnés
Rethinking Government (Les Associés de recherche Ekos)	14
The Ipsos Trend Report (anciennement le sondage Angus Reid) (Ipsos-Reid)	12
Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche Ekos)	11
Focus Canada (Environics Research Group)	10
Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche Ekos)	9
Perspectives Canada (Pollara)	7
Compas Business Agenda (Compas Research)	7
Emerging Perspectives on Innovation (Les Associés de recherche Ekos)	6
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)	6
Reconnecting Government with Youth V (Ipsos-Reid)	6
3SC (CROP)	5
Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche Ekos)	5
National Pulse on Health (Environics Research)	2
Perceptions Regarding Family Violence (Les Associés de recherche Ekos)	2

Au cours de l'exercice, le gouvernement a continué d'utiliser les études multiclients. Plusieurs ministères ont participé à la série « *Rethinking* » et c'est *Rethinking Government* qui a obtenu le plus grand nombre d'abonnements. Plusieurs ministères se sont également abonnés à d'autres études qui leur ont fourni un vaste aperçu de l'opinion publique, notamment *The Ipsos Trend Report*, *Focus Canada* et *Perspectives Canada*. Bon nombre de ministères ont également choisi de s'abonner aux études des Associés de recherche Ekos, notamment *Rethinking the Information Highway* et *Rethinking North American Integration*.

Aperçu thématique des études multiclients

Globalement, le gouvernement s'est abonné à plusieurs études multiclients portant sur une vaste gamme d'enjeux. Un aperçu thématique de ces études est présenté ci-dessous.

Aperçus de l'opinion publique nationale

CROP Express (CROP)

3SC (CROP)

Rethinking Government (Les Associés de recherche Ekos)

Rethinking Citizen Engagement (Les Associés de recherche Ekos)

Focus Canada (Environics Research Group)

Rapport Goldfarb (Goldfarb Consultants)

The Ipsos Trend Report Canada (anciennement le sondage *Angus Reid*) (Ipsos-Reid)

Perspectives Canada (Pollara)

Environmental Monitor (Environics Research Group)

Rapports régionaux

Atlantic Omnibus Report (Corporate Research Associates)

Québec 360 (Créatec +)

North of 60 (Environics Research Group)

Focus Ontario (Environics Research Group)

Options for Western Canada (Ipsos-Reid)

BC Reid Report (Ipsos-Reid)

Alberta Reid Report (Ipsos-Reid)

Ontario Reid Report (Ipsos-Reid)

Haute technologie et innovation

Rethinking the Information Highway (Les Associés de recherche Ekos)

Emerging Perspectives on Innovation (Les Associés de recherche Ekos)

Inter@ctive Reid Report (Ipsos-Reid)

Enjeux internationaux

Rethinking North American Integration (Les Associés de recherche Ekos)
International Environmental Monitor (Environics International)
Globe Scan Report on Sustainable Development Trends (Environics International)
World Monitor (Ipsos-Reid)

Sécurité

Public Security Monitor (Les Associés de recherche Ekos)
Public Safety in the New Millennium (Ipsos-Reid)

Enjeux touchant les jeunes

Reconnecting Government with Youth (Ipsos-Reid)
Campus Pulse: Understanding Young Adults (The Logit Group)
Trendscan: Report on Teen Lifestyles (Youth Culture)

Enjeux relatifs à la santé

National Pulse on Health (Environics Research Group)
Health Insider Report (PriceWaterhouseCoopers)

Affaires/questions d'ordre économique

Compas Business Agenda (Compas)
Monthly Index of Consumer Attitudes (Conference Board du Canada)
Corporate Social Responsibility Monitor (Environics Research Group)
2002 Canadians and the Economy (Ipsos-Reid)

Autres sujets

Sport Canada Research on the Canada Winter Games (Decima Research)
Perceptions Regarding Family Violence (Les Associés de recherche Ekos)
Les citoyens d'abord 2002 (Institut d'administration publique du Canada)
Wheat Market Watch (Ipsos-Reid)
Farm Management Practices Benchmark (Ipsos-Reid)
Public Views Regarding Aboriginal Peoples (Ipsos-Reid)
New Thoughts for Food (Ipsos-Reid)
Nielsen Television Index (Nielsen Media Research)

Classement des sociétés de recherche pour la recherche sur l'opinion publique

Société	Milliers de dollars	Nombre de projets
Les Associés de recherche Ekos	4 567 \$	112
EnviroNics Research Group	3 615 \$	72
Ipsos-Reid	3 537 \$	106
Compas	2 031 \$	50
Créatec +	1 528 \$	31
Pollara	1 446 \$	23
Groupe de consultation phase 5	1 213 \$	28
Decima Research	1 181 \$	28
Goldfarb Consultants	862 \$	19
GPC Factor Research Group	790 \$	12

Au cours de l'exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 83 sociétés de recherche pour répondre à ses besoins de recherche sur l'opinion publique.

Accès au savoir-faire – Études personnalisées

Classement des sociétés de recherche pour les études personnalisées		
Société	Milliers de dollars	Nombre de projets
Environics Research Group	3 333 \$	60
Les Associés de recherche Ekos	2 917 \$	56
Ipsos-Reid	2 628 \$	60
Compas Research	1 898 \$	43
Pollara	1 346 \$	23
Créatec +	1 378 \$	30
Groupe de consultation phase 5	1 226 \$	27
Decima Research	1 170 \$	27
Goldfarb Consultants	792 \$	16
GPC Factor Research Group	790 \$	11

Globalement, Environics Research Group arrive en tête des sociétés du secteur privé pour ce qui est du chiffre d'affaires provenant des études personnalisées (toutes les études, excepté les études multiclients). En fait, Environics Research Group a réalisé à ce chapitre un chiffre d'affaires supérieur de 14 % à celui des Associés de recherche Ekos, la société qui se classe au second rang. Au total, huit maisons de recherche ont réalisé un chiffre d'affaires d'au moins un million de dollars grâce aux études personnalisées.

Accès au savoir-faire – Études multiclients

Classement des sociétés de recherche pour les études multiclients	
Société	Milliers de dollars
Les Associés de recherche Ekos	1 639 \$
Ipsos-Reid	909 \$
Environics Research Group	400 \$
CROP	228 \$
Perspectives Canada Ltd.	169 \$
Créatec +	150 \$
Compas Research	137 \$
Environics International Ltd.	135 \$
Goldfarb Consultants	70 \$
Institut d'administration publique du Canada	54 \$

La société Les Associés de recherche Ekos arrive en tête pour le chiffre d'affaires réalisé à partir des abonnements ministériels aux études multiclients. Elle est suivie d'Ipsos-Reid et d'Environics Research Group. Au total, les ministères se sont abonnés à 44 études multiclients différentes.

Perspectives : Recherche sur l'opinion publique

Enjeux du prochain exercice

Si l'on explore l'exercice 2002-2003, on constate que Communication Canada et ses partenaires seront aux prises avec plusieurs défis qu'il leur faudra relever en ce qui a trait à la recherche sur l'opinion publique.

Outil d'évaluation de campagnes publicitaires

Un mouvement s'esquisse au sein du gouvernement en faveur de l'élaboration d'une série de critères communs pour évaluer l'efficacité des annonces publicitaires. Le gouvernement du Canada a travaillé à l'élaboration d'une série de questions de base qui seront posées dans les enquêtes pour évaluer les principales campagnes de publicité. Les ministères sont également encouragés à utiliser ces questions pour évaluer les campagnes plus modestes. Cet instrument de mesure commun permet de déterminer l'efficacité des annonces publicitaires du gouvernement. Ce nouvel outil aidera les ministères à économiser de l'argent dans l'élaboration de questionnaires et il permettra d'améliorer l'uniformité de la recherche ainsi que l'aptitude à mesurer l'efficacité des publicités.

Recherche en ligne

La recherche en ligne devient de plus en plus populaire et l'on assiste à l'heure actuelle à une prolifération de progiciels qui facilitent la tâche des organisations dans la réalisation d'études de ce genre. Le gouvernement du Canada devrait élaborer des normes pour déterminer quelles sont les études appropriées, quand il convient de faire appel à des consultants de l'extérieur et quels sont les enjeux relatifs à l'accessibilité et à la protection des renseignements personnels auxquels il faut tenir compte. Bien que ce type de recherche soit prometteur, son grand intérêt s'accompagne d'une série d'enjeux sur lesquels il faut se pencher. L'une des principales préoccupations a trait au manque de rigueur qui caractérise ce genre de recherche qui n'offre pas la qualité des études traditionnelles sur l'opinion publique. Pour qu'une recherche soit utile, elle doit en effet respecter une méthode rigoureuse, et l'interprétation des données doit être faite correctement. Au cours du prochain exercice, Communication Canada s'efforcera d'apporter sa contribution à l'élaboration de normes pangouvernementales applicables à la recherche en ligne.

Initiative d'amélioration des services

L'Initiative d'amélioration des services est l'un des grands projets entrepris à l'heure actuelle par le gouvernement du Canada. Dans le cadre de ce projet, les ministères et organismes sont tenus d'établir des mesures de référence documentées en matière de satisfaction de la clientèle pour ce qui est des principaux services offerts au public en appliquant les paramètres de l'Outil de mesures communes (OMC). L'OMC est composé de dix questions fondamentales qui devraient être utilisées par les ministères et organismes lorsque ceux-ci évaluent les niveaux de satisfaction de la clientèle. Ils doivent également avoir recours à cet outil pour élaborer leurs plans annuels d'amélioration des services et leurs normes de services essentiels. Communication Canada a collaboré avec le Secrétariat du Conseil du Trésor pour établir les offres permanentes liées à l'Initiative d'amélioration des services. Le principal critère inhérent aux offres permanentes de cette rubrique sera la conception, la mise en œuvre et l'analyse d'enquêtes sur la satisfaction de la clientèle intégrant l'OMC.

Coordination et partage

En 2002-2003, Communication Canada continuera de travailler pour atteindre un double objectif, à savoir assurer la coordination interministérielle de la recherche sur l'opinion publique et le partage des résultats de la recherche entre les ministères. Il existe déjà plusieurs ressources qui facilitent la mise en commun des études sur l'opinion publique, notamment en améliorant l'accès aux résultats de la recherche et les échanges concernant les méthodes et les pratiques exemplaires au sein du milieu de la recherche du gouvernement. En outre, le groupe de travail en recherche sur l'opinion publique continuera de se réunir régulièrement, et il comptera au nombre de ses membres des coordonnateurs d'un plus grand nombre de ministères, de même que des conseillers en passation de contrats de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. Le comité des directeurs généraux relatif à la recherche sur l'opinion publique se réunira pour discuter des nouveaux enjeux comme ceux qui se rattachent à la recherche en ligne, à l'évaluation des annonces publicitaires et aux études multiclients. Plusieurs outils et ressources seront mis en œuvre pour le milieu de la recherche, y compris un guide méthodologique et davantage d'information accessible en ligne sur les études relatives à la recherche sur l'opinion publique.

Tableaux en annexe

Tableau 1

Classement des ministères pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique		
Ministère	Milliers de dollars	Nombre de projets
Santé Canada	4 036 \$	88
Développement des ressources humaines Canada	2 614 \$	62
Communication Canada	2 117 \$	70
Industrie Canada	1 834 \$	54
Environnement Canada	1 343 \$	36
Patrimoine canadien	1 288 \$	36
Secrétariat du Conseil du Trésor	1 228 \$	16
Affaires étrangères et Commerce international	867 \$	18
Ressources naturelles Canada	847 \$	32
Justice Canada	810 \$	21
Défense nationale	707 \$	15
Agence des douanes et du revenu du Canada	687 \$	23
Bureau du Conseil privé	678 \$	15
Transports Canada	666 \$	16
Finances Canada	637 \$	19
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	634 \$	23
Pêches et Océans Canada	616 \$	12
Placements Épargne Canada	526 \$	8
Parcs Canada	467 \$	6
Affaires indiennes et du Nord Canada	458 \$	13
Agriculture et Agroalimentaire Canada	430 \$	9
Citoyenneté et Immigration Canada	404 \$	11
Statistique Canada	375 \$	7
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	234 \$	17
Protection civile Canada	222 \$	6

Tableau 1 (suite)

Ministère	Milliers de dollars	Nombre de projets
Anciens combattants Canada	146 \$	6
Agence canadienne de développement international	107 \$	6
Office national de l'énergie	99 \$	2
Service correctionnel du Canada	83 \$	4
Instituts de recherche en santé du Canada	83 \$	1
Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	69 \$	2
Agence canadienne d'inspection des aliments	60 \$	2
Gendarmerie royale du Canada	54 \$	1
Solliciteur général du Canada	52 \$	1
Bibliothèque nationale du Canada	40 \$	2
Office national du film	39 \$	2
Chaires de recherche du Canada	27 \$	2
Conseil national de recherches du Canada	25 \$	1
Archives nationales du Canada	22 \$	1
Bureau de la sécurité des transports du Canada	21 \$	1
Développement économique Canada	20 \$	3
Conseils et Vérification Canada	20 \$	1
Cour fédérale du Canada	11 \$	1

Tableau 2

Classement des sociétés de recherche relativement au montant de l'ensemble des études sur l'opinion publique	
Société	Milliers de dollars
Les Associés de recherche Ekos	4 567 \$
Environics Research Group	3 615 \$
Ipsos-Reid	3 537 \$
Compas Research	2 031 \$
Créatec +	1 528 \$
Pollara	1 446 \$
Groupe de consultation phase 5	1 213 \$
Decima Research	1 181 \$
Goldfarb Consultants	862 \$
GPC Factor Research Group	790 \$
Sage Research	631 \$
Patterson, Langlois Consultants	488 \$
CF Group Inc.	405 \$
Viewpoint Learning Inc.	324 \$
R.A. Malatest & Associates	297 \$
Binarius Research Group	253 \$
CROP	248 \$
Corporate Research Associates	195 \$
Léger Marketing	189 \$
Vision Research	181 \$
Environics International Ltd.	164 \$
Perspectives Canada Ltd.	169 \$
Earnscliffe Research	155 \$
Circum Network Inc.	143 \$
Cogem	121 \$

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Delta Media	95 \$
Conference Board du Canada	80 \$
PriceWaterhouseCoopers	78 \$
Strathmere Associates International Ltd.	74 \$
Fast Consulting	63 \$
ViewStats Research	54 \$
Institut d'administration publique du Canada	54 \$
Berger, Earl	38 \$
Youth Culture	37 \$
Bélisle Marketing Ltée	26 \$
Infocus	25 \$
Brenda Buchanan	25 \$
Venture Communications	25 \$
Plan-it safe (CHEO)	25 \$
Akwatu Khenti	25 \$
SQM Group	25 \$
Hall & Hall Associates Limited	25 \$
D-Code	25 \$
Corum Research	25 \$
Istudio Canada Inc.	25 \$
Prairie Research Associates Inc.	25 \$
Ad Hoc Marketing	25 \$
Service-Growth Consultants Inc.	25 \$
Echo Sondage	24 \$
Canadian Energy Research Institute	24 \$

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Landal Inc.	23 \$
Bristol Group	22 \$
In-Touch Survey Systems	22 \$
The Logit Group	22 \$
Thinklounge	21 \$
York University's Institute for Social Research	21 \$
Totum Research	21 \$
Harley House Consultants Inc.	21 \$
HRSB Worscan	20 \$
Jacques Belzile	20 \$
Learneze.com	19 \$
Northstar Research Partners	19 \$
Innovative Management Solutions	16 \$
Université Queen's	15 \$
Canadian Labour and Business Centre	15 \$
Catherine MacFarlane Evaluation Consultant	15 \$
Opinion Search Inc.	13 \$
Goss, Gilroy & Associates	12 \$
Rencontres Int. du doc. de Montréal	11 \$
Seer Research & Marketing	10 \$
Nielsen Media Research	9 \$
Omnifacts Research	8 \$
Market Explorers	8 \$
IBR Consulting Services Ltd.	8 \$
Réseau des SADC du Québec	6 \$

Tableau 2 (suite)

Société	Milliers de dollars
Criterion Research Corp	6 \$
HLB Decision Economics Inc.	5 \$
Sondages Ad Valorem (SAV) inc.	5 \$
Viewpoints Research	5 \$
Oraclepoll	5 \$
Performance Management Network	5 \$
Vision Research - Darmonkow Communication	3 \$
The RDI Group	3 \$

Tableau 3

Études multiclients selon la société de recherche	
Société et titre de l'étude	Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)
Les Associés de recherche Ekos	1 639 \$
Rethinking the Information Highway	471 \$
Rethinking Government	423 \$
Rethinking North American Integration	254 \$
Rethinking Citizen Engagement	170 \$
Emerging Canadian Perspectives on Innovation	150 \$
Perceptions Regarding Family Violence	107 \$
Public Security Monitor	64 \$
Ipsos-Reid	909 \$
Reconnecting Government with Youth	246 \$
Public Safety in the New Millennium	150 \$
Ipsos-Reid Trend Report	124 \$
New Thoughts for Food	72 \$
Public Views Regarding Aboriginal Peoples	65 \$
Options for Western Canada	50 \$
Alberta Reid Report	44 \$
BC Reid Report	42 \$
Ipsos-Reid Farm Management Practices Benchmark	27 \$
World Monitor	21 \$
Ontario Reid Report	21 \$
2002 Canadians and the Economy	16 \$
Wheat Market Watch	14 \$
2002 Small Scale Operator Study	11 \$
The Canadian Inter@ctive Reid Report	5 \$

Tableau 3 (suite)

Société et titre de l'étude	Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)
Environics Research Group	400 \$
Focus Canada	226 \$
National Pulse on Health Strategy	139 \$
North of 60 Syndicated Study	24 \$
Focus Ontario	11 \$
CROP	228 \$
3SC	222 \$
CROP-Express	6 \$
Perspectives Canada Ltd.	169 \$
Perspectives Canada	169 \$
Créatec +	150 \$
Québec 360	150 \$
Compas Research	137 \$
Compas Business Agenda	137 \$
Environics International Ltd.	135 \$
Environmental Monitor	92 \$
Corporate Social Responsibility Monitor	23 \$
Globe Scan Report	19 \$
Goldfarb Consultants	70 \$
Rapport Goldfarb	70 \$
Institut d'administration publique du Canada	54 \$
Citizens First 2002: Advancing Citizen-Centred Service in the Public Sector	54 \$
Conference Board du Canada	30 \$
Monthly Index of Consumer Attitudes	30 \$
The Logit Group	22 \$
Campus Pulse: Understanding Young Adults	22 \$

Tableau 3 (suite)

Société et titre de l'étude	Montant total pour l'ensemble des abonnements ministériels (milliers de dollars)
Youth Culture	21 \$
Trendscan: Report on Teen Lifestyles Wave 2	21 \$
Corporate Research Associates	14 \$
Atlantic Omnibus Report	14 \$
PriceWaterhouseCoopers	13 \$
Health Insider Report	13 \$
Decima Research	11 \$
Sport Canada Research on the Canada Winter Games	11 \$
Nielsen Media Research	9 \$
Nielsen Television Index	9 \$
IBR Consulting Services	9 \$
IBR Consulting Syndicated Studies	9 \$