



La recherche  
sur l'opinion publique  
au gouvernement  
du Canada



Rapport annuel 2003-2004

Publié par la Direction générale des services d'information du gouvernement de  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Octobre 2004

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la  
Direction de la recherche sur l'opinion publique au (613) 943-5130.  
Version électronique : [www.communication.gc.ca](http://www.communication.gc.ca)  
Numéro de catalogue : P100-1/2004  
ISBN : 0-662-68376-5

# Message du Ministre



La recherche sur l'opinion publique joue un rôle de plus en plus important alors que le gouvernement du Canada tente d'équilibrer les besoins et les désirs des citoyens d'une part, et les réalités de ses ressources financières d'autre part. Cette recherche se veut une ressource essentielle dans l'élaboration des politiques gouvernementales, des programmes et des communications axées sur les attentes des citoyens aussi bien que dans l'estimation de la valeur des dépenses publiques. Elle fournit les éléments de compréhension d'une gouvernance nationale éclairée et pratique.

Le rapport 2003-2004 montre comment :

- la recherche sur l'opinion publique est liée à plusieurs décisions clés du gouvernement du Canada touchant tous les Canadiens;
- les ministères et les organismes du gouvernement du Canada atteignent une plus grande efficacité en travaillant ensemble au partage de l'information et des résultats;
- les mesures de protection opérationnelles assurent la transparence, l'optimisation des ressources et l'intégrité dans l'acquisition de la recherche sur l'opinion publique.

Des améliorations particulières sous-tendent ces réalisations générales qui feront de la recherche sur l'opinion publique une ressource solide et fiable dans l'élaboration des politiques et des programmes gouvernementaux. Ces politiques et ces programmes s'appuient sur la base solide qui a incité la vérificatrice générale à conclure en 2004 que, dans l'ensemble, la recherche sur l'opinion publique est gérée avec transparence, les rôles et les responsabilités étant clairement définis. Cette conclusion rejoint une évaluation faite par le Secrétariat du Conseil du Trésor en 2002.

Les nouvelles ententes relatives à l'achat de recherche sur l'opinion publique illustrent parfaitement les changements survenus. Elles résultent de consultations exhaustives avec des représentants des principales associations canadiennes des études de marché, des ministères et des organismes du gouvernement. Il en ressort un processus qui assure non seulement aux sociétés canadiennes qualifiées un accès égal aux contrats de recherche sur l'opinion publique du gouvernement, mais qui garantit également aux Canadiens qu'ils obtiendront des produits de qualité, intègres et correspondant à la valeur des dollars consacrés à la recherche.

Nous cherchons toujours des améliorations additionnelles, guidés par les principes de l'optimisation des ressources, de l'administration, de la souplesse et de la transparence. Par exemple, comme nous le constaterons à la lecture de ce rapport, nous aurons davantage recours à la technologie de l'information pour améliorer l'efficacité et renforcer l'administration de la recherche sur l'opinion publique. Au cours de ce processus, et d'autres, nous continuerons à consulter les principales associations canadiennes d'études de marché, de même que les ministères et les organismes du gouvernement.

En résumé, je me suis engagé dans une recherche constante de l'excellence en matière de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada, tout comme le gouvernement s'est lui-même engagé à écouter les Canadiens.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Scott Brison'.

*Scott Brison*  
Ministre des Travaux publics et des  
Services gouvernementaux



# Table des matières

## 5 Introduction

- 6 Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale

## 7 La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail

- 8 Recherche sur l'opinion publique : ressources et outils

## 13 Enjeux et activités pour 2004-2005

## 14 Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004

- 14 Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique
- 15 Volume global d'activités – Avis conseils
- 16 Principaux ministères et organismes pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
- 17 Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004
- 18 Comparaison des études personnalisées et des études multiclients
- 19 Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée
- 20 Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées

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

- 21 Santé Canada
- 22 Développement des ressources humaines Canada
- 23 Patrimoine canadien
- 23 Affaires étrangères et Commerce international Canada
- 24 Agence des douanes et du revenu du Canada
- 25 Industrie Canada
- 25 Agriculture et Agroalimentaire Canada
- 26 Ressources naturelles Canada
- 26 Environnement Canada
- 27 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

## 28 Points saillants des investissements dans les études multiclients

## 30 Classement des sociétés de recherche

- 30 Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
- 31 Dix premières sociétés de recherche pour les études multiclients selon le volume d'activités
- 32 Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités

## 33 Annexes

- 33 Annexe 1 : Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités
- 35 Annexe 2 : Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités
- 39 Annexe 3 : Aperçu thématique des études multiclients en 2003-2004
- 41 Annexe 4 : Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement



# Introduction

La recherche sur l'opinion publique (ROP) offre au gouvernement du Canada un poste d'écoute d'où il entend clairement les opinions des Canadiens sur ses programmes, ses politiques et ses services. La ROP informe le gouvernement de ce que les Canadiens pensent et attendent. Elle guide ses efforts en vue de les servir grâce à de nouveaux services comme les centres de services, les sites Web et la messagerie électronique. Elle fournit une connaissance approfondie de la façon dont ils reçoivent l'information et permet de savoir s'ils trouvent réponse à toutes leurs questions.

La recherche sur l'opinion publique donne au gouvernement du Canada les moyens de se tenir au courant des conditions et des exigences qui varient d'un endroit à l'autre au pays. Elle détermine également si les politiques et les programmes répondent aux besoins de la population.

La saine gestion publique exige du gouvernement du Canada qu'il assure la plus haute qualité de recherche possible pour éviter le dédoublement des efforts et pour créer une banque de travaux déjà effectués. La Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) a pour mandat de fournir un centre d'expertise en recherche sur l'opinion publique.

La Direction a la responsabilité technique de la recherche sur l'opinion publique faite au gouvernement du Canada et détient l'autorité nécessaire pour la coordonner. Elle facilite la réalisation d'études de ROP en aidant les ministères pendant les diverses étapes du processus pour qu'ils atteignent leurs objectifs à temps et de façon efficace. En outre, elle offre des conseils et de la formation pour que les ministères utilisent la recherche sur l'opinion publique plus efficacement, améliorant ainsi l'optimisation des ressources concernant cet investissement. Elle participe au mandat de la Direction générale des services d'information du gouvernement nouvellement créée en aidant les ministères à communiquer plus efficacement avec les Canadiens.

Le rapport annuel 2003-2004 retrace le travail de la Direction et la recherche qu'elle coordonne. Il comprend les points saillants de la recherche entreprise par les ministères qui dépendent le plus de la recherche sur l'opinion publique. Le rapport débute par un aperçu des résultats de l'examen de la recherche sur l'opinion publique qu'a effectué la vérificatrice générale.

## Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale

En 2003, la vérificatrice générale s'est penchée sur l'administration de la recherche sur l'opinion publique, en particulier sur les activités échelonnées de 1999 à 2003. La vérification visait plus particulièrement à déterminer si le gouvernement contrôlait adéquatement ses activités de recherche sur l'opinion publique, s'il optimisait ses ressources et si le processus de passation des contrats était transparent.

La vérificatrice générale a déclaré que les activités de recherche sur l'opinion publique étaient « bien gérées », de façon transparente et à l'aide de mesures de contrôle adéquates. « Ces activités étaient coordonnées de façon centrale, conformément aux politiques. Les rôles et les responsabilités étaient, pour la plupart des activités, suffisamment clairs. » Selon le rapport, un guide d'orientation sur les procédures et un guide de recherche ont été produits pour aider les ministères dans leur recherche sur l'opinion publique.

La vérification contenait également des suggestions d'améliorations possibles, par exemple dans les cas où il serait envisageable de réaliser de plus grandes économies par l'achat, à un prix global, de rapports de recherche multiclients. Elle faisait aussi ressortir les cas où les rapports de recherche des ministères n'étaient pas remis ou n'étaient pas remis à temps à la Direction de la recherche sur l'opinion publique pour dépôt à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

Dans le cadre de son engagement à s'améliorer continuellement, la Direction de la recherche sur l'opinion publique a mis en œuvre un plan d'action qui aborde les questions spécifiques soulevées par la vérificatrice générale. Ce travail se poursuit durant le présent exercice financier. Parmi les principaux points, notons les suivants :

- En mai 2004, nous avons mis en application de nouvelles offres à commande et de nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement qui découlent des consultations exhaustives menées auprès de l'industrie de la recherche et des ministères du gouvernement.
- Nous sommes en train de mettre au point, avec nos collègues de la Direction des achats de TPSGC, une nouvelle stratégie d'approvisionnement pour l'achat à un prix global de recherche multiclients.
- Pour la période de vérification, la proportion de ministères qui se sont conformés à l'obligation de soumettre des rapports pour dépôt public a grimpé à 97 %. Le nombre a connu une hausse suivant le recours aux rappels électroniques provenant d'une nouvelle base de données. À partir de maintenant, nous demanderons à tous les ministères de remettre des rapports de recherche écrits.
- Nous apportons des améliorations supplémentaires à la gestion de la recherche sur l'opinion publique, lesquelles feront augmenter le taux d'efficacité au gouvernement, amélioreront l'information et la gestion des connaissances tout en renforçant le respect des politiques et des procédures gouvernementales. Nous réaliserons ce projet en implantant, en 2004-2005, une plate-forme de gestion électronique de projets et une base de données accessibles à tous les ministères.



# La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail

La valeur de la recherche sur l'opinion publique devient de plus en plus évidente dans les organismes gouvernementaux comme moyen d'aider à :

- informer les fonctionnaires de l'évolution des programmes et des services ainsi que des produits de communication;
- évaluer les initiatives et les plans en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation de programmes et de services gouvernementaux;
- mesurer les demandes et les attentes de la population canadienne et des autres parties intéressées, par exemple les entreprises;
- évaluer les programmes et les services pour assurer l'optimisation des fonds publics dépensés.

Son importance se reflète dans la Politique de communication du gouvernement du Canada qui encourage précisément celui-ci à entreprendre de la recherche sur l'opinion publique dans l'élaboration de ses programmes, de ses politiques et de ses services. Le mandat de coordonner et de gérer cette entreprise est confié à la Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. La Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC est la seule autorité contractante en recherche exécutée au nom du gouvernement du Canada.

Dans le cadre de la Politique de communication, on exige des institutions fédérales qu'elles informent la Direction de tous leurs projets de recherche sur l'opinion publique avant de prendre quelque disposition contractuelle que ce soit. La Direction aide les ministères et les organismes en leur fournissant des conseils d'experts, en facilitant l'approvisionnement en services, en partageant les pratiques exemplaires et les résultats de recherche, et en coordonnant le travail dans les divers ministères.

Les Services d'avis conseils proposent de l'expertise en recherche pour aider les organismes gouvernementaux à mettre au point de la recherche pertinente et fiable afin de prendre des décisions éclairées. Les conseillers deviennent les partenaires des organismes avec lesquels ils travaillent, et acquièrent ainsi des connaissances approfondies et directement liées aux projets. L'aide qu'ils offrent en conception de la recherche, en enjeux juridiques et politiques, en normes industrielles, en méthodes d'approvisionnement et sur la façon d'optimiser le plus possible les ressources financières affectées à chaque projet est taillée sur mesure.

Grâce au Transfert de connaissances, on encourage les partenariats et le partage de la recherche dans tout le gouvernement du Canada. Le groupe qui en est responsable produit aussi divers guides de recherche et organise des colloques et des réunions d'échange d'information. Il veille à ce que les rapports de recherche soient mis à la disposition du public par l'entremise de

la Bibliothèque nationale du Canada et de la Bibliothèque du Parlement. Il gère également un site de réseautage Extranet en recherche et produit le rapport annuel sur la recherche coordonnée au nom du gouvernement du Canada.

Les procédures contractuelles varient d'un projet à l'autre, selon l'envergure, la valeur monétaire du projet et d'autres facteurs. Ces procédures, mises au point par TPSGC, font en sorte que le gouvernement atteigne les résultats souhaités et que tous les fournisseurs potentiels soient traités équitablement au cours du processus d'approvisionnement.

En 2003-2004, la Direction a coordonné 593 projets de ROP évalués à plus de 25,4 millions de dollars. L'année précédente, 576 projets d'une valeur de 23,7 millions de dollars avaient été réalisés.

## Recherche sur l'opinion publique : ressources et outils

Au gouvernement du Canada, la Direction de la recherche sur l'opinion publique est reconnue comme la gardienne des pratiques exemplaires et des techniques d'écoute des Canadiens. En exécutant son mandat, la Direction contribue au renouveau du processus d'offres permanentes qui renforcera la gestion de la recherche sur l'opinion publique et apportera la transparence nécessaire à toutes les transactions. Au cours de la dernière année, elle a également créé plusieurs nouvelles ressources pour aider les praticiens de la fonction publique à concevoir et à mener leur recherche sur l'opinion publique. Une brève description de ces outils et de ces ressources suit.

## *Base de données en gestion de projets de ROP*

En réponse aux préoccupations exprimées par la vérificatrice générale et en vue de renforcer l'obligation de rendre compte, d'améliorer la transparence et de promouvoir le partage de l'information, une base de données en ligne sur la ROP a été créée en 2003 et a fait l'objet de nombreuses mises à l'essai en commençant par la participation à l'exposition GovNet 2003 ayant pour thème « Transcender la technologie ». Une fois pleinement opérationnelle, cette base de données offrira un système rationalisé basé sur le Web pour simplifier la gestion de projets, accélérer la diffusion des résultats de recherche, faciliter la collaboration et réduire les chevauchements. La base de données sera accessible à tous les ministères qui l'utiliseront comme leur propre système de gestion lorsqu'ils exécuteront des projets de ROP et comme un outil favorisant une plus grande coordination des questions horizontales qui ajoutent de la valeur à chaque activité.

La base de données a été mise au point pour offrir un accès en ligne aux détails pertinents à la recherche prévue, en cours et terminée, de même qu'aux résultats de recherche. Les coordonnateurs de recherche des ministères seront en mesure de soumettre les détails portant sur de nouveaux projets de recherche et de faire le suivi des progrès accomplis.

Plusieurs ministères participent à un projet-pilote sur l'utilisation de la base de données et une étude indépendante a été faite à ce sujet en mars 2004. On prévoit qu'elle servira pleinement en 2004-2005.

## *Processus d'appel d'offres*

La Direction a travaillé avec les ministères et la Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC pour mettre au point des outils comme les offres permanentes et les arrangements en matière d'approvisionnement qui facilitent l'approvisionnement opportun et efficace en projets de recherche. Le renouveau récent des politiques gouvernementales sur les services de recherche sur l'opinion publique a commencé par des consultations auprès de quatre associations de l'industrie – l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale, l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing, l'Association professionnelle de recherche en marketing et le Canadian Survey Research Council – et de représentants des ministères du gouvernement. À l'unanimité, les intervenants favorisaient une nouvelle approche, et un groupe de travail formé de représentants de l'industrie et du gouvernement a collaboré à établir les bases d'une nouvelle politique. En mai 2004, de nouvelles offres permanentes et des arrangements en matière d'approvisionnement étaient en place. (Voir Annexe 4)

Les principaux éléments des nouveaux outils optimisent les ressources en créant un bassin plus vaste de fournisseurs dans tout le Canada et une plus grande transparence dans le processus de sélection. Ils avivent la concurrence entre les sociétés tout en donnant à chacune de meilleures chances de faire concurrence aux autres en vue d'obtenir des contrats du gouvernement.

## *Évaluation de la publicité*

La Direction de la recherche sur l'opinion publique et le Bureau du Conseil privé ont coprésidé un comité interministériel regroupant les coordonnateurs de recherche sur l'opinion publique qui participent à l'évaluation des grandes campagnes publicitaires du gouvernement du Canada. Le principal moyen utilisé pour évaluer l'efficacité des campagnes de publicité est l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECP). Récemment mis au point et testé, cet outil comprend une série de questions types à ajouter aux évaluations ministérielles des campagnes de publicité du gouvernement du Canada.

On demande qu'il soit employé dans toutes les grandes campagnes de publicité dont le budget média dépasse 400 000 \$, mais il serait souhaitable d'y recourir également dans les campagnes de moindre envergure. En plus de mesurer l'efficacité des campagnes, l'OECP aidera les ministères à économiser au chapitre de la conception des questionnaires et améliorera la constance de la recherche grâce à l'emploi de questions types.

### ***Techniques de recherche : Optimisez vos ressources***

La publication intitulée *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* donne aux employés du gouvernement du Canada un aperçu de la recherche sur l'opinion publique. On y expose les avantages et les inconvénients des méthodes actuelles de collecte des données dont les méthodes de recherche conventionnelles et les techniques émergentes ayant recours à l'Internet.

L'un des points forts de ce document est le guide qui oriente, étape par étape, l'utilisateur dans tout le processus, à commencer par savoir quelle méthodologie servirait le mieux les objectifs de son projet. Il aide l'utilisateur à décider si des données qualitatives ou quantitatives, ou une combinaison des deux, constituent le moyen le plus utile pour atteindre son but. Des exemples et des tableaux comparatifs figurent aussi dans la publication.

D'autre part, on y définit la recherche sur l'opinion publique. Le guide contient une brève description de la marche à suivre pour acquérir de la recherche et une liste de contrôle des principaux éléments inhérents au processus de recherche, de même qu'un glossaire du vocabulaire s'y rapportant.

Plus de 1 300 exemplaires de *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* ont été distribués dans les deux mois suivant son lancement à la Conférence des communicateurs tenue en 2003. La publication avait également été remise aux ministères clients, aux directeurs généraux des communications et à certains bureaux régionaux du Ministère. Elle demeure un guide d'introduction populaire pour ceux qui entreprennent de la recherche au gouvernement du Canada.

*Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* est disponible à la Direction de la recherche sur l'opinion publique. On en trouve une version électronique sur le site Internet [www.tpsgc.gc.ca](http://www.tpsgc.gc.ca) et sur le site Extranet CommNET à <http://commnet.gc.ca>.

### ***La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada : Rapport annuel 2002-2003***

Le rapport annuel 2002-2003 a été distribué aux ministres du Cabinet, aux cadres supérieurs du Ministère et aux ministères en novembre 2003. Il a également paru sur Internet. En plus de mettre en évidence l'ensemble des activités de recherche sur l'opinion publique administrées par la Direction de la recherche sur l'opinion publique, le rapport contient des résumés de travaux menés par les ministères qui avaient le plus investi en ROP. L'information provenant des ministères les plus actifs fournissait un aperçu de l'importance et de l'envergure de la recherche sur l'opinion publique au sein de leurs organisations respectives. Cette caractéristique se dégage encore du rapport annuel 2003-2004 où l'on donne des exemples pratiques de la valeur et des possibilités multiples de la ROP à tous les gestionnaires de la fonction publique.

### ***Pour des communications réussies : L'alphabétisme et vous***

Cette trousse d'outils aide les communicateurs du gouvernement à transmettre leur message à tous les utilisateurs et les destinataires de façon efficace et facile à comprendre. Elle propose un aperçu des principales techniques à employer pour réussir ses communications, des exemples pratiques et des études de cas s'appliquant aux communications utilisant tous les médias, de même que des outils d'évaluation. Lancée lors de la Conférence des communicateurs du gouvernement du Canada en mai 2003, la trousse est devenue la base d'un atelier parrainé conjointement avec Santé Canada. Les applications pratiques de la trousse d'outils sont à l'origine des messages qui apparaissent sur les paquets de cigarettes.

## *ROP sur CommNET*

CommNET, le site de ressources à l'intention des communicateurs du gouvernement du Canada, renferme une section de première importance sur la recherche sur l'opinion publique. Ce site comprend une liste des conseillers en ROP et des ministères et organismes qu'ils desservent ainsi qu'une liste bilingue de près de 3 000 rapports de recherche sur l'opinion publique publiés par le gouvernement du Canada depuis 1994. Ces publications se trouvent à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

La section réservée à la recherche sur l'opinion publique sur CommNET est devenue un outil précieux pour les chercheurs. Ils ont, par exemple, accès au rapport annuel de recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada qui contient des renseignements succincts sur le travail de recherche réalisé par les principaux ministères et organismes du gouvernement.

Sur le site figure aussi de l'information utile pour les personnes qui font leurs premières armes en recherche sur l'opinion publique. Les utilisateurs du site y trouveront un aperçu des résumés de recherche sur l'opinion publique qu'ils doivent établir quand s'amorce un projet de recherche. Cet aperçu est accompagné d'une section où l'on expose les avantages et les défis de la recherche sur l'opinion publique en ligne.

Toutes les publications de la Direction de la recherche sur l'opinion publique sont disponibles sur le site. Au cours des deux dernières années, le site a reçu plus de 5 400 visites.

## *Colloques et séances d'information*

Un programme en expansion de colloques et de séances d'information tenus pour divers groupes et le nombre croissant de participants reflètent la confiance de plus en plus grande que l'on fait à la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et l'intérêt qu'y portent les universitaires.

*Public Opinion Research: Thinking Outside the Box*, un aperçu de la ROP au gouvernement du Canada et une explication des outils mis à la disposition des ministères, a attiré plus de 200 personnes durant deux séances données à la Conférence annuelle des communicateurs.

Au cours de l'année, on a de nouveau offert *Des « pop-ups » aux panels : Comment mener efficacement des sondages en ligne* et, une fois de plus, plus de 100 participants ont assisté à la rencontre.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique a élaboré une séance de 90 minutes sur la ROP. Elle est comprise dans le matériel didactique remis aux nouveaux cadres supérieurs de la fonction publique. Les premières réactions des participants ont été extrêmement positives et les ressources de la Direction sont distribuées dans le cadre du cours destiné aux nouveaux cadres supérieurs qui a lieu six fois par an.

### *Communauté de pratique*

La Direction a continué à coordonner les rencontres bimensuelles des groupes de travail interministériels informels sur la recherche sur l'opinion publique et à y participer. Ce groupe, qui s'élargit sans cesse, compte maintenant des représentants de près de 30 ministères et organismes. Ils se rencontrent régulièrement pour discuter de questions d'intérêt mutuel comme les approvisionnements, les techniques de recherche émergentes, les initiatives interministérielles et le partenariat sur la recherche. On remarquait particulièrement cette année les démonstrations relatives à la création de sites Internet au sein de plusieurs ministères pour partager des résultats de recherche détaillés.

La Direction a également fourni des conseils stratégiques et des connaissances spécialisées en recherche en tant que membre du comité interministériel de recherche nouvellement formé pour coordonner toute la ROP se rapportant au Gouvernement en direct. Elle a collaboré à la préparation d'un guide des pratiques exemplaires et a participé à des ateliers pour présenter les avantages et les inconvénients de la recherche en ligne.

## Enjeux et activités pour 2004-2005

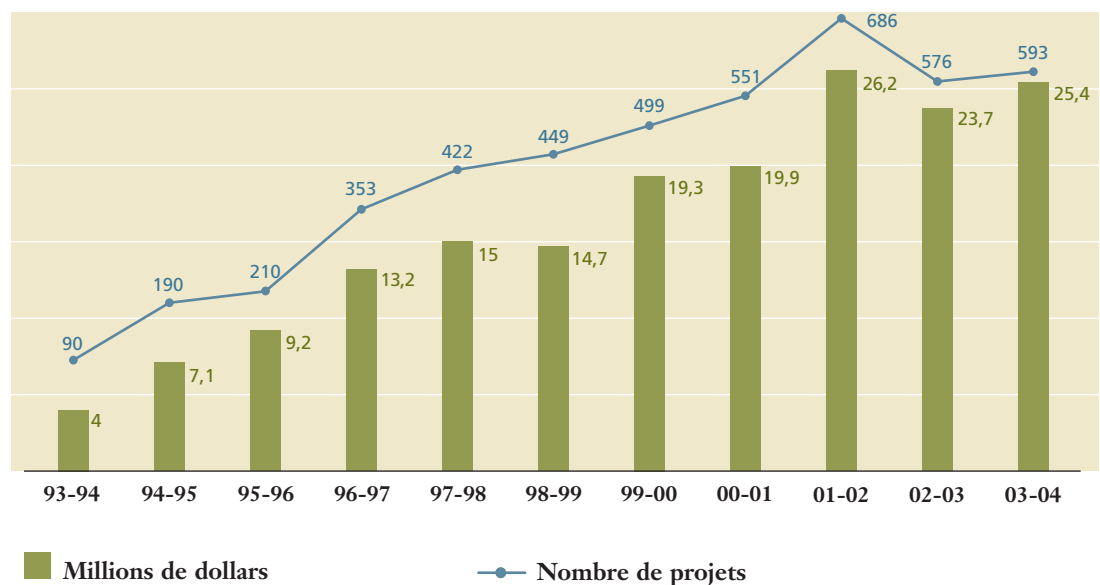
Dans l'exécution de son mandat, la Direction de la recherche sur l'opinion publique continuera à se pencher sur des enjeux d'importance comme ceux qui suivent :

- travailler avec les ministères et les organismes du gouvernement pour uniformiser la gestion de la ROP dans tout le gouvernement et pour encourager l'usage général des meilleures pratiques;
- aider les ministères et les organismes à améliorer la qualité de la recherche qu'ils entreprennent;
- faire en sorte que les connaissances acquises grâce à l'investissement en recherche soient partagées le plus possible;
- offrir davantage de formation sur les techniques de recherche émergentes.

Le gouvernement du Canada dépense environ trois millions de dollars par année pour réaliser des études multiclients, mais l'usage de ces études est réservé aux abonnés. La Direction a commencé à évaluer les besoins pour trouver une approche appropriée et plus rentable de répondre aux besoins en recherche multiclients dans les ministères et les organismes.

## Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004

### Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique



L'importance de la recherche sur l'opinion publique dans les opérations gouvernementales transparaît dans les investissements que font le gouvernement du Canada, ses ministères et ses organismes.

La valeur monétaire de la ROP, donnée à contrat en 2003-2004, s'établissait à 25,4 millions de dollars, ce qui représentait une augmentation par rapport aux 23,7 millions de dollars dépensés l'année précédente. Pour la cinquième année consécutive, cette dépense approchait ou dépassait les 20 millions de dollars.

L'activité de 2003-2004, qui comprenait 593 projets, était légèrement plus importante que celle de l'année précédente où 576 projets avaient été entrepris. Santé Canada et Développement des ressources humaines Canada (maintenant Ressources humaines et Développement des compétences Canada et Développement social Canada) cumulaient 168 de ces projets, soit un peu plus du tiers du total.



## Volume global d'activités – Avis conseils

### Nature des demandes en 2003-2004



Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est l'autorité qui coordonne toute la recherche sur l'opinion publique. Les ministères et les organismes présentent les sommaires de leurs projets et les conseillers en ROP déterminent si ceux-ci correspondent à la définition de la ROP\*. Si c'est le cas, le projet est agréé et les conseillers offrent leurs services durant tout le projet de recherche. S'il ne l'est pas, les ministères entreprennent leur projet de façon indépendante.

En 2003-2004, 593 projets correspondaient à la définition de la ROP et on a compté 72 modifications entraînant des changements qui allaient des dates de livraison à la portée du projet. Il y a eu 87 autres demandes, y compris 70 projets qui n'avaient rien à voir avec la ROP et 17 qui ont été mis en attente, annulés ou en attente de renseignements plus détaillés. Cette catégorie comportait aussi des demandes d'offres à commandes.

*\* Les principales activités qui correspondent à la définition de la recherche sur l'opinion publique du Secrétariat du Conseil du Trésor se rapportent à la recherche sur l'opinion publique touchant les politiques, les projets de marketing et de communication, la qualité des études portant sur les services, les sondages multiclients et les sondages omnibus ainsi que l'évaluation des programmes. Les activités qui ne sont pas considérées comme de la recherche sur l'opinion publique comprennent l'examen de documents ou de sources secondaires et la vérification du rendement d'un service ou de la prestation de biens tels que décrits dans le contrat.*

## Principaux ministères et organismes pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA*	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA*	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA*	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13

\* Les responsabilités et les noms de certains ministères et organismes mentionnés dans le présent rapport ont changé dans le cadre de la réorganisation du gouvernement du Canada.

Les préoccupations des Canadiens ayant trait aux questions de santé ressortent dans la recherche de Santé Canada qui a tenté de connaître les réactions du public à la Stratégie de contrôle du tabac et à des enjeux comme les attitudes des jeunes face aux drogues, les menaces pour la santé et les modes de vie sains. Le Ministère a également sondé les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves sur un grand nombre de questions de santé. C'est ainsi que Santé Canada a de nouveau devancé les ministères au chapitre de

l'utilisation de la recherche sur l'opinion publique, représentant 17,7 % du nombre total de projets et 19 % de l'investissement. Développement des ressources humaines Canada s'est classé au second rang. Cinq ministères et organismes disposaient de budgets de recherche variant de un à deux millions de dollars.

Les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique se trouvent au chapitre 5, page 21.

## Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004

(en milliers de dollars)

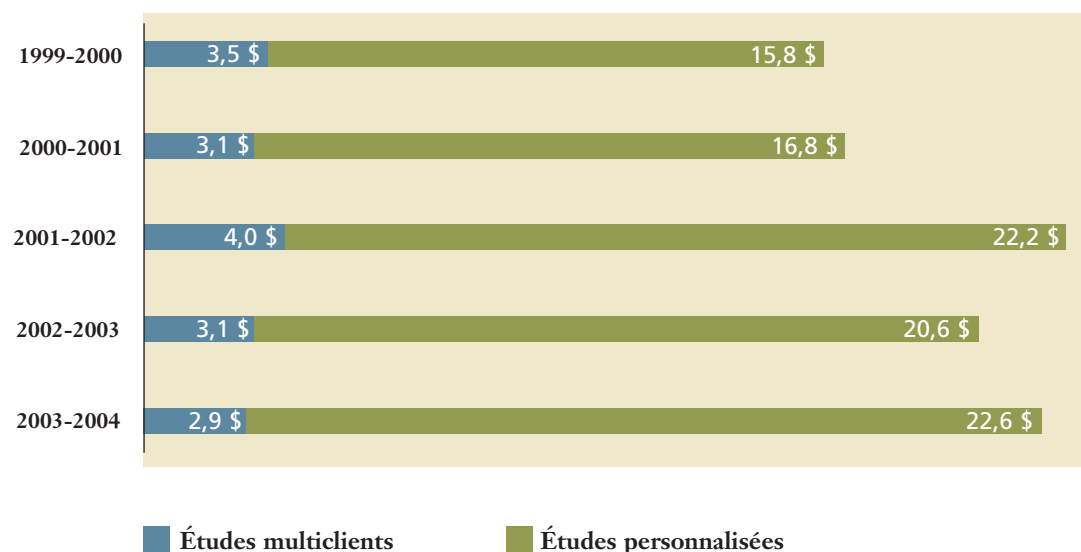
Ministère ou organisme	2001-2002		2002-2003		2003-2004	
	Valeur en \$	Nombre de projets	Valeur en \$	Nombre de projets	Valeur en \$	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 036	88	4 270	81	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	2 614	62	2 120	60	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 288	36	1 124	30	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	2 117	70	3 176	75	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	867	18	870	16	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	687	23	868	17	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 834	54	1 584	42	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	430	9	624	15	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	847	32	1 586	28	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	1 343	36	710	20	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	1 228	16	704	15	615	13

Au nombre des ministères et des organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique, huit ont entrepris plus de projets en 2003-2004 qu'ils ne l'avaient fait l'année précédente. Patrimoine canadien affichait l'augmentation la plus marquée du nombre de projets qui passait de 30 à 42, soit une augmentation de 40 % se traduisant aussi par leur valeur en dollars (une augmentation de 56 % en comparaison à 2002-2003). Agriculture et Agroalimentaire Canada passe maintenant dans la catégorie la plus active, en partie à cause des préoccupations entourant la maladie de la vache folle.

Le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Environnement Canada et Communication Canada comptaient moins de projets. Communication Canada, qui a été dissout le 1<sup>er</sup> avril 2004, présentait le déclin le plus marqué, réalisant 22 projets en comparaison à 75 l'année précédente.

## Comparaison des études personnalisées et des études multiclients

(en millions de dollars)



Une recherche personnalisée sur l'opinion publique est un travail commandé à une entreprise privée pour combler les besoins précis de recherche d'un ministère ou d'un organisme. L'organisme qui commande l'étude assume la propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet qui seront accessibles au public. Les résultats des rapports personnalisés commandés par le gouvernement du Canada relèvent du domaine public et sont mis à la disposition de tous.

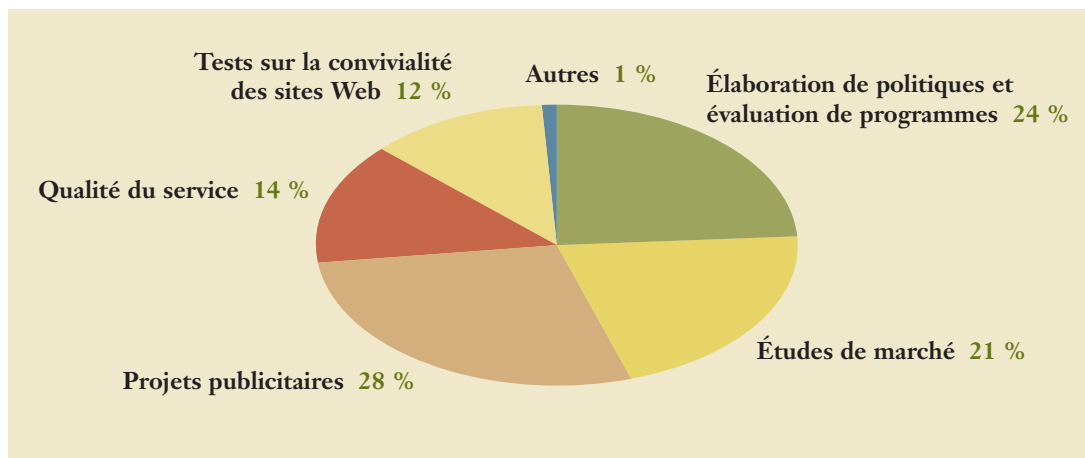
La recherche personnalisée compose la plus grande partie du travail entrepris par le gouvernement du Canada.

La recherche multiclients demeure la propriété de la société de recherche et les données rassemblées sur une vaste gamme de sujets sont offertes aux abonnés. Ces données contiennent souvent de l'information sur les tendances. La recherche multiclients est parfois efficace parce que tous les abonnés partagent les frais généraux, mais ils n'ont

pas le droit de diffuser l'information à d'autres parties, y compris les ministères du gouvernement. Les ministères et les organismes qui investissent dans des questions omnibus additionnelles peuvent partager les réponses à ces questions avec d'autres ministères et organismes.

En 2003-2004, le gouvernement du Canada réduisait ses investissements en recherche multiclients. Il achetait des études d'une valeur de 2,9 millions de dollars comparativement à 3,1 millions de dollars l'année précédente et 4 millions de dollars en 2001-2002. Cependant, la recherche personnalisée est passée de 20,6 millions de dollars à 22,6 millions, ce qui représente une augmentation de 10 %.

## Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée

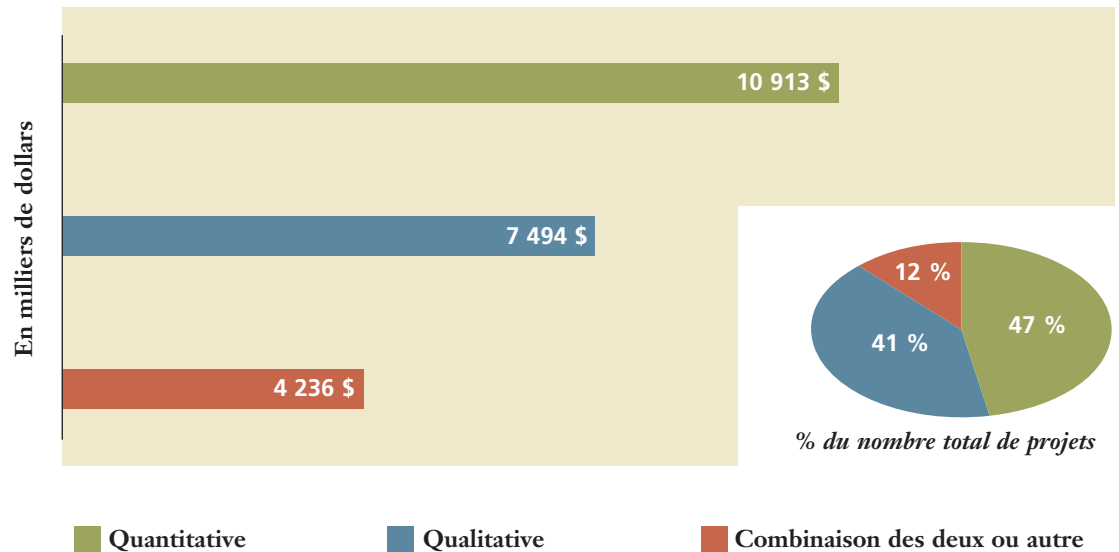


La recherche publicitaire, qui englobe le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai de produits de communication, continue d'accaparer une part croissante des dépenses totales de recherche sur l'opinion publique. Elle représentait 28 % de tous les investissements en ROP en 2003-2004, ce qui constitue une hausse par rapport aux deux années précédentes où elle s'établissait à 23 % et 17 % respectivement. Les secteurs de l'élaboration de politiques et de l'évaluation de programmes (24 %) et des études de marché (21 %) étaient les autres utilisateurs principaux.

La qualité du service de recherche a doublé cette année, représentant 14 % de la valeur totale des projets, en comparaison à 7 % l'année précédente. Les ministères et les organismes du gouvernement se posent encore des questions quant à l'efficacité d'utiliser le Web auquel ils ont affecté 12 % de leurs dépenses de recherche en 2003-2004, comparativement à 11 % l'année précédente.

## Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées

### *Méthodologies de recherche utilisées*



La recherche quantitative se rapporte à l'information obtenue au sujet de certains membres d'une population cible ou de tous ses membres, grâce à des méthodes structurées comme un sondage permettant de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population. Près de la moitié du travail entrepris se classait dans cette catégorie.

La recherche qualitative concerne l'information obtenue de certains membres appartenant à une population cible grâce à des méthodes non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion et des entretiens. Il est impossible

de projeter des résultats applicables à la population cible à partir de ce type de recherche. Quarante et un pour cent (41 %) de la recherche appartenait à cette catégorie, ce qui représente une augmentation par rapport aux 38 % observés l'année précédente.

Une partie de la recherche consistait en une combinaison de recherche quantitative et qualitative qui, avec la catégorie « autre », représentait 12 %. Le mot « autre » comprend les projets apparentés à la conception de la ROP (p. ex., la conception de questionnaires) et à l'analyse.

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

La recherche sur l'opinion publique joue un rôle essentiel dans l'élaboration de politiques, de programmes et de services ayant des répercussions directes sur la vie quotidienne des Canadiens. Pour produire le présent rapport, nous avons demandé aux 10 ministères qui investissent le plus en recherche sur l'opinion publique de fournir un bref aperçu du travail qu'ils ont réalisé durant la période d'évaluation. Le lecteur trouvera leur contribution ci-dessous.

## Santé Canada

Les soins de santé sont la priorité numéro un de la population canadienne. En conséquence, Santé Canada a abondamment recours à la recherche sur l'opinion publique afin de remplir sa mission, soit maintenir et améliorer l'état de santé des Canadiens et des Canadiennes, de surveiller les tendances et d'étudier les valeurs, les perceptions, la prise de conscience, les connaissances et les comportements reliés à un grand éventail de questions de santé.

Points saillants pour 2003-2004 :

- Le Ministère a fait de la recherche qualitative et quantitative pour soutenir le développement et la mise en œuvre de la Stratégie de contrôle du tabac. C'est une initiative de 480 millions de dollars en vue de réduire le tabagisme au Canada.
- Le Ministère a examiné la perception du risque et les attitudes des Canadiens quant aux nouvelles menaces et aux menaces émergentes pour la santé

publique, par exemple le virus du Nil occidental, le SRAS et la maladie de la vache folle.

- La recherche effectuée dans le cadre de la Stratégie canadienne antidrogue ciblait précisément les attitudes des jeunes envers la marijuana, en tenant compte de certains des facteurs psychosociaux plus vastes qui entrent en ligne de compte lorsque ceux-ci ont à faire des choix personnels face à la consommation de drogues.
- Une recherche de grande envergure explorait les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves face aux questions de santé comme le tabagisme, le diabète et la prévention des blessures.
- Diverses études portant sur les questions topiques du régime alimentaire et de l'exercice physique examinaient aussi les obstacles et les facteurs de motivation chez les adolescents et les familles dont l'horaire est chargé.

En 2004-2005, les soins de santé et la réforme du système de soins de santé demeureront très prioritaires, et la recherche suivra les perceptions et les préoccupations de la population canadienne à ces égards.

Le Ministère fera aussi appel à la recherche sur l'opinion publique pour appuyer la Stratégie en matière de modes de vie sains, explorer les attitudes à l'égard d'une saine alimentation, de l'activité physique et des maladies chroniques comme le cancer et la santé cardiovasculaire. Il suivra également les perceptions du risque reliées aux menaces pour la santé publique, notamment les épidémies de grippe et le virus du Nil occidental.

## Développement des ressources humaines Canada

*(maintenant Ressources humaines et Développement des compétences Canada et Développement social Canada)*

La recherche sur l'opinion publique est essentielle à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques et des programmes se rapportant aux ressources humaines canadiennes, car elle fournit des connaissances approfondies qui sous-tendent la stratégie socioéconomique fédérale visant une grande qualité de vie pour tous les Canadiens.

Pour la première fois, une étude exhaustive de l'opinion publique nationale sur les questions touchant les personnes handicapées a été entreprise pour comprendre les attitudes des Canadiens à cet égard. Le Bureau de la condition des personnes handicapées a commandé cette étude, parce que mieux connaître les attitudes du public à l'endroit des personnes handicapées et les questions les concernant représente un élément fondamental pour ouvrir un plus grand nombre de possibilités aux personnes ayant un handicap et leur donner la chance de participer pleinement à tous les aspects de la vie canadienne.

La recherche s'est faite en deux phases : d'abord, un sondage téléphonique auprès d'un groupe représentatif de 1 843 Canadiens, puis une recherche qualitative explorant plus en détail les résultats spécifiques de la recherche et les thèmes révélés lors de la première phase de l'étude.

L'accès aux études postsecondaires est un élément essentiel du plan d'action du gouvernement sur les compétences et l'apprentissage et Ressources humaines et Développement des compétences Canada met de l'avant un certain nombre d'initiatives en vue d'alléger le fardeau financier des Canadiens et des Canadiennes qui poursuivent des études postsecondaires. Le Ministère a entrepris une étude en deux phases de l'opinion du public sur le système d'appui aux Canadiens qui veulent accéder aux études postsecondaires. On y traite des questions se rapportant à la qualité, à l'accessibilité et au financement du système d'éducation. La recherche qualitative s'est faite dans divers endroits au Canada dont des régions où l'on affrontait des obstacles aux études postsecondaires, comme Glace Bay en Nouvelle-Écosse et Vernon en Colombie-Britannique. Une phase quantitative de suivi s'est fondée sur l'information recueillie durant la phase qualitative.

D'autres travaux de recherche sur l'opinion publique comprenaient le sondage annuel de suivi sur les attitudes envers l'assurance-emploi ainsi que la recherche s'appliquant au Gouvernement en direct et à la modernisation du service destiné aux Canadiens. Le Ministère a procédé à une évaluation de deux grandes campagnes de publicité, l'une informant les Canadiens des services du gouvernement offerts aux enfants et à leurs familles et l'autre touchant les nouvelles prestations pour soins prodigués avec compassion.

La recherche prévue portera sur des questions de modernisation du service, de services pour les enfants et leurs familles, sur le plan d'action sur les compétences et l'apprentissage, sur des problèmes liés au milieu de travail ainsi que sur les prestations d'emploi et les mesures de soutien. Le suivi de l'information sur les programmes établis fera également partie du programme.



## Patrimoine canadien

Au cours de l'exercice 2003-2004, le Ministère a mené huit projets de mesure du taux de satisfaction de la clientèle envers ses programmes et ses services dont celle du service de la correspondance ministérielle et de la participation au concours vidéo de la campagne du « 21 mars » contre le racisme. Pour trois des huit projets, nous avons utilisé l'Outil de mesures communes (OMC). Par ailleurs, six projets ont permis de tester le site Culture.ca, de plus en plus populaire, ainsi que le matériel servant à en faire la promotion.

*Les arts au Canada : Étude sur l'accessibilité et la disponibilité* est un des projets d'importance réalisés en 2003-2004. Patrimoine canadien a pour mandat de rendre les arts accessibles aux Canadiens et d'appuyer les organisations artistiques et culturelles qui contribuent à définir l'identité canadienne. Dans ce contexte, il est essentiel de pleinement comprendre les opinions, les expériences et les attentes des Canadiens quant à leurs rapports avec les arts et la culture. Les résultats obtenus serviront à dresser un bilan de la situation qui nous aidera à bien orienter nos politiques et nos programmes liés aux arts et à la culture et à veiller à ce qu'ils soient réalistes.

Patrimoine canadien a donc mené une étude en deux volets : un sondage quantitatif auprès de 2 662 Canadiens de 15 ans et plus, y compris 772 entrevues auprès de Canadiens vivant en situation linguistique minoritaire (francophones hors Québec et anglophones du Québec). Ce sondage a été suivi d'une série de 12 groupes de discussion dans des localités représentatives des rapports de la population avec les arts. Dans le plan d'échantillonnage (quantitatif et qualitatif), nous avons porté une attention particulière aux jeunes et aux résidents des communautés rurales.

En 2004-2005, nous croyons que la tendance croissante à sonder la satisfaction des diverses clientèles dans le but d'améliorer les programmes et services de Patrimoine canadien se maintiendra. La recherche permettra également de dresser un juste portrait de l'utilisation d'Internet en tant que véhicule de communication pour diffuser et promouvoir la culture, les arts et la diversité canadienne.

## Affaires étrangères et Commerce international Canada (maintenant *Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada*)

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a employé divers sondages de recherche sur l'opinion publique et diverses études pour suivre l'évolution des attitudes des Canadiens en ce qui concerne les grandes activités internationales. Parmi les ouvrages de recherche consultés figuraient les rapports *Focus Canada* de Environics, le *Sondage sur les communications* du MAECI, *À l'écoute des Canadiens* de Communication Canada, le *Public Security Monitor* et le *International Trade Survey* des Associés de recherche EKOS ainsi que le *PEW International Survey*.

Points saillants des constats :

- Les Canadiens disent qu'au plan international, leurs principales préoccupations sont la guerre et l'environnement, suivis de la faim dans le monde et du terrorisme. Le public est engagé envers le multilatéralisme, la négociation de nouveaux accords commerciaux, particulièrement en Europe et en Asie, la création d'une frontière plus sécuritaire entre le Canada et les États-Unis et une coopération plus étroite avec les États-Unis en matière de sécurité.

- Chez les Canadiens, l'antipathie à l'égard de la présente administration américaine sur les différends sur le bois d'œuvre et le bœuf, de même que la perception de l'unilatéralisme des États-Unis sont plus forts qu'en 2002. (Vingt-sept pour cent [27 %] des Canadiens disent que les États-Unis sont le pays le plus important pour le Canada.)
- L'appui accordé à la contribution du Canada à la guerre contre le terrorisme en Afghanistan demeure fort, tout comme le soutien au maintien de la paix. Bien que seulement 28 % des répondants disent que les Nations Unies sont une organisation efficace, 73 % des Canadiens préfèrent travailler avec les Nations Unies plutôt qu'avec les États-Unis lorsqu'il s'agit des problèmes mondiaux.
- Bien que les Canadiens perçoivent les avantages du commerce pour leur économie, 88 % d'entre eux croient que le Canada dépend trop lourdement du commerce avec les États-Unis et désirent une plus grande diversification.

Les Canadiens accordent de fortes cotes de confiance au gouvernement du Canada pour la façon dont il a traité les affaires internationales au cours de la dernière année, par exemple la crise en Irak, les relations canado-américaines, la promotion de la paix et de la sécurité, la promotion des droits de la personne à l'étranger et l'aide aux entreprises canadiennes dans les autres pays.

## Agence des douanes et du revenu du Canada (maintenant Agence du revenu du Canada)

L'un des points centraux de la recherche sur l'opinion publique effectuée par l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) visait les services fournis au public et comprenait son quatrième sondage annuel à grande échelle comportant des indicateurs d'opinion de haut niveau. L'Agence a aussi mené des études pour connaître les réactions du public à ses services électroniques, notamment aux méthodes de production des déclarations de revenus par téléphone et par Internet et à l'utilisation de son site Web.

Le premier sondage à l'intention des utilisateurs du site Web de l'ADRC, entrepris en 2003, consistait en un sondage téléphonique national par échantillons aléatoires s'adressant aux visiteurs de son site Web. Ce sondage fournissait des profils démographiques et comportementaux, évaluait le niveau de satisfaction envers divers aspects du site Web et explorait les rapports entre les voies de service par téléphone et Internet. On prévoit répéter en 2004 l'enquête de base à laquelle on aura ajouté des questions supplémentaires sur l'usage des voies de communication à services multiples.

## Industrie Canada

En 2003-2004, la recherche sur l'opinion publique à Industrie Canada comprenait des projets personnalisés et multiclients relatifs à l'élaboration des politiques et des programmes, à la planification et à l'évaluation des communications, à l'essai du site Web et à la satisfaction des clients.

La principale recherche portait sur l'environnement public des entreprises et le grand public en rapport avec le programme économique et d'affaires du gouvernement du Canada. La première étude annuelle d'Industrie Canada mettait l'accent sur la recherche et le développement, la commercialisation, le commerce et l'investissement. Industrie Canada a continué à étudier l'incidence d'Internet sur les Canadiens et à faire progresser les initiatives liées au Gouvernement en direct grâce au développement et aux évaluations du site Web. Le Ministère s'est penché sur la satisfaction de sa clientèle et les études sur les voies de service dont la recherche sur les voies de communication préférées des entreprises. Il a également effectué une recherche de fond sur la protection des consommateurs et une campagne de sensibilisation du public à cet effet. Industrie Canada a aussi participé à certaines initiatives de recherche horizontale portant sur des sujets comme la biotechnologie et le commerce nord-américain.

## Agriculture et Agroalimentaire Canada

La recherche sur l'opinion publique (ROP) est un outil important qui a fait progresser les principales priorités d'Agriculture et Agroalimentaire Canada en 2003-2004. La ROP menée par le Ministère au cours de l'année appuyait le Cadre stratégique pour l'agriculture (CSA), une initiative fédérale-provinciale majeure qui visait à positionner le Canada en tant que chef de file mondial dans la production d'aliments répondant aux normes de qualité et de salubrité les plus élevées, tout en étant novateurs et produits de manière à respecter l'environnement. Le Ministère a pris un certain nombre d'initiatives en recherche sur l'opinion publique pour mesurer les perceptions et les attitudes des producteurs canadiens et du grand public dans certains domaines essentiels au succès du CSA, notamment :

- le marquage du Canada dans l'industrie agricole et agroalimentaire;
- les politiques, les programmes et les initiatives se rapportant à la salubrité des aliments;
- la stabilisation du revenu et les programmes de protection du revenu;
- la formation axée sur les compétences et l'utilisation de pratiques de gestion bénéficiant aux agriculteurs;
- les sources d'information, la sensibilisation aux initiatives de communication et l'évaluation des produits de communication.

Un domaine d'enquête particulièrement nouveau concernait les vues du public sur les aliments fonctionnels. Près de 3 000 Canadiens, dont 800 professionnels de la santé, ont été sondés quant à leur sensibilisation, leurs connaissances et leurs opinions relatives aux aliments fonctionnels et nutraceutiques de même que l'usage qu'ils en font. Les sondages avaient pour but d'appuyer les activités de développement des marchés.

## Ressources naturelles Canada

La recherche sur l'opinion publique à Ressources naturelles Canada (RNCan) desservait l'élaboration des politiques et des programmes (p. ex., le suivi de la sensibilisation au changement climatique et au Protocole de Kyoto et la compréhension de ces questions, ÉnerGuide, Energy Star et l'essence-éthanol); la planification et l'évaluation des communications (p. ex., les pré-tests des publicités se rapportant au Défi d'une tonne, les post-tests des principales campagnes de publicité Energy Star dans la presse écrite et à la télévision); la satisfaction des clients ainsi que les communications internes. Le Ministère continue à faire un usage grandissant des produits de recherche auxquels il s'abonne et des produits multiclients pour sous-tendre l'analyse du contexte public. La recherche constitue par ailleurs un moyen économique d'explorer les lacunes qui se manifestent dans sa compréhension de l'opinion publique sur certains sujets (p. ex., la responsabilité sociale des entreprises) et dans certaines populations.

L'élaboration du site Web et son évaluation représentaient un tiers des projets de l'année dont la recherche s'appliquant à L'Atlas du Canada en ligne, au site Web de l'Office de l'efficacité énergétique (OEE) et à l'ensemble des sites du gouvernement du Canada consacrés aux sciences et à la technologie pour lesquels RNCan est le ministère principal. La recherche liée à ce projet exigeait des groupes de discussion avec divers publics, un sondage en ligne auprès des intervenants fédéraux et des essais de convivialité en profondeur avec les étudiants. Les résultats de ce programme de recherche en plusieurs étapes sont essentiels au développement d'un site en grappe qui donne aux Canadiens un accès efficace à des renseignements et à d'autres services en ligne de grande qualité en matière de sciences et de technologies, site auquel participent le gouvernement du Canada et ses partenaires.

## Environnement Canada

Environnement Canada a conçu des initiatives afin d'appuyer les secteurs d'activité concernant la conservation, la protection et la météorologie ainsi que pour soutenir les enjeux de la gestion et des ressources humaines internes au Ministère. La recherche effectuée au cours des années 2003 et 2004 comprend plusieurs initiatives d'évaluation en ligne de produits et de services gérés à l'interne, des études régionales explorant des questions hydriques dans le bassin des Grands Lacs et des ressources en ligne au Québec, des sondages auprès des clients pour appuyer des programmes de protection de l'environnement et des services météorologiques, de même qu'un sondage pour jauger la connaissance d'un article classant le rendement social et environnemental d'entreprises et ses répercussions sur le comportement des consommateurs.

Le Ministère a également poursuivi son programme de recherche à l'appui du Défi d'une tonne en procédant à un examen de la documentation et en effectuant un sondage par panel pour étudier différentes questions d'engagement social chez les jeunes Canadiens. Les résultats de cette étude guideront les efforts de marketing social visant la jeunesse et fourniront un plan de base pour évaluer l'efficacité de ces efforts.

En 2004-2005, le Ministère prévoit continuer à explorer les attitudes du public sur l'eau, les toxines, la nature et le changement climatique. Les initiatives auxquelles nous pourrions donner suite comprennent les sondages d'opinion auprès des Canadiens et des Canadiennes quant à leurs points de vue sur l'infrastructure aquatique, la quantité et la gestion de l'eau, et des approches au changement climatique. D'autres recherches pourraient explorer les opinions des Canadiens concernant la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement*, les sites contaminés, la *Loi sur les espèces en péril*, la gestion des sites naturels et le rôle du Canada dans la gestion de l'environnement à l'échelle

internationale. Le Service météorologique du Canada s'était aussi engagé à mener des sondages annuels sur la satisfaction à l'égard des prévisions sur les précipitations en vertu de l'Initiative d'amélioration des services.

## Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

La Direction du dirigeant principal de l'information (DDPI) du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a terminé, avec le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct, une deuxième année complète de travaux sur Internet. Les consultants de la société Accenture ont qualifié ce groupe de « novateur » et il joue effectivement un rôle clé dans ce qu'ils appellent la « recherche inlassable » des commentaires des utilisateurs menée par le gouvernement du Canada. Un groupe d'utilisateurs canadiens d'Internet est recruté pour participer à des sondages en ligne et à des groupes de discussion en ligne tout au long de l'année. Au total, 6 727 personnes ont répondu au premier sondage en ligne et 4 141 ont répondu au deuxième. Il y avait aussi cinq groupes de discussion en ligne.

Au nombre des sujets couverts au cours de l'année par le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct par le biais d'Internet se trouvaient les suivants :

- fonctionnalité, navigation et normalisation de l'aspect et de la convivialité des sites Internet du gouvernement du Canada;
- confidentialité, sécurité, authentification et partage de l'information dans un contexte en ligne;
- élaboration de la vision du gouvernement du Canada en ce qui a trait aux services à l'intention des Canadiens;

- marketing et communication de l'information et des services du Gouvernement en direct;
- obligation de rendre compte et transparence.

En plus du groupe de recherche, la DDPI continue à participer à des études par abonnement comme *Rethinking the Information Highway* des Associés de recherche EKOS et *Taking Care of Business* de l'Institut des services axés sur les citoyens.

La DDPI a en outre dirigé des groupes de discussion nationaux pour soutenir le développement continu de la voie de communication protégée du gouvernement du Canada. En plus de recourir à la recherche pour perfectionner l'outil d'authentification en ligne du gouvernement du Canada à l'intention des particuliers, la DDPI a appuyé l'élaboration d'un outil d'authentification destiné aux entreprises qui cherchent à conclure des transactions sécuritaires en ligne avec le gouvernement du Canada.

## Points saillants des investissements dans les études multiclients

Études multiclients (Société)	Nombre de ministères abonnés	Coût total pour l'ensemble des abonnements ministériels (en milliers de dollars)
<i>FOCUS CANADA</i> (ENVIRONICS RESEARCH GROUP)	13	305
<i>THE IPSOS TREND REPORT CANADA</i> (IPSOS-REID)	12	124
<i>RETHINKING GOVERNMENT</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	7	216
<i>RETHINKING NORTH AMERICAN INTEGRATION</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	6	134
<i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)	5*	27
<i>RETHINKING THE INFORMATION HIGHWAY</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	4	257
<i>PUBLIC SECURITY MONITOR</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	4	129
<i>PERSPECTIVES CANADA</i> (PERSPECTIVES CANADA)	4*	111
<i>INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN)	4*	41
3SC (CROP)	3	155
<i>DUAL DIGITAL DIVIDE</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	3*	48

Les ministères et les organismes du gouvernement font un usage régulier des études multiclients pour suivre l'évolution des opinions et des attitudes. Le présent tableau indique les noms des sociétés les plus actives et la valeur des abonnements. Certains ministères achètent des abonnements à la même étude pour un autre exercice, mais comme ils ont fait la dépense en 2003-2004, elle apparaît dans le tableau ci-dessus (\*).

De même, certains ministères et organismes ont investi dans des questions omnibus en plus de leur abonnement à des études multiclients.

Un aperçu thématique des études multiclients se trouve à l'annexe 3, page 39.



## Classement des sociétés de recherche

Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15

Au cours du présent exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 87 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique en comparaison à 74 sociétés en 2002-2003. Le gouvernement du Canada considérait Les Associés de recherche EKOS comme son fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du nombre de projets et de leur valeur monétaire.

Ils ont mené 80 projets pour une valeur approximative de 4,5 millions de dollars. Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 55 projets et une valeur approximative de 3,2 millions de dollars. Dix-sept (17) sociétés ont réalisé 10 projets ou plus chacune.

Une liste complète de toutes ces entreprises se trouve à l'annexe 2, page 35.



## Dix premières sociétés de recherche pour les études multiclients selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	861
IPSOS-REID	515
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	423
CROP	161
PERSPECTIVES CANADA	111
COMPAS	109
ENVIRONICS INTERNATIONAL*	105
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86
GLOBESCAN*	67
MILLWARD BROWN GOLDFARB	66

Les études multiclients des Associés de recherche EKOS représentaient tout juste plus de 30 % de l'investissement du gouvernement du Canada en recherche multiclients, soit une baisse d'environ 40 % par rapport à l'année précédente.

Ipsos-Reid et Environics Research Group se classaient respectivement au deuxième et au troisième rang.

*\* En novembre 2003, Environics International a adopté le nom de GlobeScan.*

## Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	3 678	51
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	2 808	38
IPSOS-REID	2 124	51
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 350	27
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 297	36
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	869	14

Les Associés de recherche EKOS et Ipsos-Reid ont tous deux mené 51 projets de recherche personnalisée, mais la valeur monétaire du travail d'EKOS était plus

élevée. En termes de valeur monétaire, Environics Research Group se classait au second rang.

# Annexe 1

## Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	561	19
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	511	17
JUSTICE CANADA	510	16
FINANCES CANADA	510	9
PLACEMENTS ÉPARGNE CANADA	479	5
PARCS CANADA	425	13
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	413	6
DÉFENSE NATIONALE	398	13
TRANSPORTS CANADA	324	6
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	297	8
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	254	10

Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités (suite)

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	243	8
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	195	6
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	194	4
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	143	5
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	128	7
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANADA POUR LES RÉGIONS DU QUÉBEC	126	1
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	117	3
STATISTIQUE CANADA	93	6
INSTITUTS DE RECHERCHE EN SANTÉ DU CANADA	84	4
OFFICE NATIONAL DE L'ÉNERGIE	82	1
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	75	2
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES CANADA	66	3
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	65	2
INFRASTRUCTURES CANADA	51	2
ÉLECTIONS CANADA	41	2
SOLLICITEUR GÉNÉRAL DU CANADA	32	1
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT	28	1
BUREAU DE LA PROTECTION DES INFRASTRUCTURES ESSENTIELLES ET DE LA PROTECTION CIVILE	25	1
ARCHIVES NATIONALES DU CANADA	25	1
COMMISSION DE LA FONCTION PUBLIQUE	24	1
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	24	1
CENTRE DE LA SÉCURITÉ DES TÉLÉCOMMUNICATIONS	24	1
COMMISSION DU DROIT DU CANADA	16	1
AFFAIRES INTERGOUVERNEMENTALES	6	1
CONDITION FÉMININE CANADA	5	1
COMMISSION CANADIENNE DE SÛRETÉ NUCLÉAIRE	5	1
RÉSOLUTION DES QUESTIONS DES PENSIONNATS INDIENS DU CANADA	4	1

## Annexe 2

### Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15
PATTERSON LANGLOIS CONSULTANTS	492	16
BINARIUS RESEARCH GROUP	440	12
RÉSEAU CIRCUM INC.	440	11
CROP	383	10
LÉGION ROYALE CANADIENNE	314	1
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	304	10
LÉGER MARKETING	274	3
COMPAS	227	10
D-CODE	199	8
ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN	196	18
DELTA MEDIA	171	6
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	156	4

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
PERSPECTIVES CANADA	111	4
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	101	5
THE STRATEGIC COUNSEL	96	4
VIEWSTATS RESEARCH	96	1
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86	2
LE SONDAGE BERGER	85	3
AD HOC MARKETING	74	4
PRICEWATERHOUSECOOPERS	68	1
THE EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	67	3
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	67	3
WESTERN OPINION RESEARCH	50	2
FIRST NATIONS CENTRE	50	1
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
BRISTOL GROUP	48	3
CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS	43	2
ACNIELSEN	41	3
VISION RESEARCH	40	2
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	36	3
SQM GROUP	32	2
CARLETON UNIVERSITY SURVEY CENTRE	25	1
GUILBAULT ET ASSOCIÉS	25	1
LA COMMISSION DES ÉTUDIANTS/ LE CENTRE D'EXCELLENCE POUR L'ENGAGEMENT DES JEUNES	25	1
YOUTHOGRAPHY	25	1
MEMORIAL UNIVERSITY	25	1
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	25	1
BEARING POINT	25	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

<b>Société</b>	<b>En milliers de dollars</b>	<b>Nombre de projets</b>
VALSAR, CONSULTING SERVICE AND OPERATIONS	25	1
CHANGEMAKERS	25	1
GLOBAL CHANGE STRATEGIES INTERNATIONAL	25	1
THE BRAINSTORM GROUP	25	1
ONE WORLD	25	1
SOLUGIK AFFAIRES PUBLIQUES	25	1
ROWANWOOD CONSULTING	24	1
DENNERY RESSOURCES	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	24	1
STRATEGIC NAVIGATOR	24	1
IN-TOUCH SURVEY SYSTEMS	24	1
NP53 MARKETING GROUP	24	1
McCLURE & Co.	21	1
CREATIVE RESEARCH INTERNATIONAL	21	1
ALTITUDE GROUPE CONSEIL	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
CANWEST OPINION RESEARCH	18	1
BUREAU CANADIEN DE L'ÉDUCATION INTERNATIONALE	16	1
MASKERY	16	1
GENESIS PUBLIC OPINION RESEARCH	16	1
M.H. & L.T. DICKENSON CONSULTANT	16	1
SATISFACTS RESEARCH GROUP	14	1
PEOPLEWATCH CANADA	12	1
HARLEY HOUSE CONSULTANTS	11	1
INSIGHTRIX	11	1
LEVERUS	11	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

<b>Société</b>	<b>En milliers de dollars</b>	<b>Nombre de projets</b>
GARY BREEN AND ASSOCIATES	10	1
ENIGMA RESEARCH CORPORATION	10	1
TARGET CALL CENTRE	7	1
FAST CONSULTING	7	1
MALKALM CONSULTANTS	5	1
BATH & ASSOCIATES	5	1
AURORA RESEARCH INSTITUTE (CANADIAN CLIMATE IMPACTS ET ADAPTATION RESEARCH NETWORK – NORTH (NWT))	5	1
JOHN HOWARD SOCIETY OF MANITOBA	5	1
SHARPE DECISIONS	4	1
CONTINUUM RESEARCH	4	1
ALLIUM CONSULTING GROUP	4	1
GALLUP CANADA	0,136	1



## Annexe 3

### Aperçu thématique des études multiclients en 2003-2004

Le gouvernement du Canada s'est abonné à plusieurs études multiclients portant sur une vaste gamme de questions. Un aperçu thématique de ces études se trouve ci-dessous.

#### *Aperçu de l'opinion publique nationale*

*3SC* (CROP)

*Les citoyens d'abord* (Institut d'administration publique du Canada)

*Environmental Monitor*

(Environics International/GlobeScan)

*Focus Canada* (Environics Research Group)

*Perspectives Canada* (Perspectives Canada)

*Rethinking Government*

(Les Associés de recherche EKOS)

*Survey of Border Towns*

(Les Associés de recherche EKOS)

*The Ipsos Trend Report Canada* (Ipsos-Reid)

#### *Rapports régionaux*

*Atlantic Omnibus Report*

(Corporate Research Associates)

*Looking West* (Canada West Foundation)

*North of 60 and Remote Community Monitor*

(Environics Research Group)

*Ontario Trend Report* (Ipsos-Reid)

*Options for Western Canada* (Ipsos-Reid)

*CROP-Express* (CROP)

#### *Enjeux internationaux*

*Corporate Social Responsibility Monitor*

(Environics International/GlobeScan)

*Food Issues Monitor*

(Environics International/GlobeScan)

*Gallup Poll Tuesday Briefing, publication électronique* (The Gallup Organization)

*Global Issues Monitor*

(Environics International/GlobeScan)

*International Environmental Monitor*

(Environics International/GlobeScan)

*Rethinking North American Integration*

(Les Associés de recherche EKOS)

*Rethinking Work: Understanding the New*

*North American Workforce and Workplace*

(Les Associés de recherche EKOS)

*Survey of International Students in Canada*

(Bureau canadien de l'éducation internationale)

*Survey of Sustainability Experts*

(Environics International/GlobeScan)

*World Monitor* (Ipsos-Reid)

### ***Enjeux relatifs à la santé***

*Berger Population Health Monitor*  
(Earl Berger)

*Canadians and Obesity – Measuring Awareness: Weighing Options* (Ipsos-Reid)

*Food for Thought* (Compas)

*HealthInsider*  
(IBM Business Consulting Services)

*Health Vision* (ACNielsen)

*Kids, Food and Obesity* (Ipsos-Reid)

*On Call: Compas on Emerging Diseases, Study 2, West Nile Disease* (Compas)

*The Compas SARS Project* (Compas)

*The West Nile Virus in Canada*  
(Centre de recherche Décima)

### ***Haute technologie, innovation et Internet***

*The Canadian Inter@ctive Reid Report*  
(Ipsos-Reid)

*Canadian Internet Project* (Consortium canadien de recherche sur les médias)

*Internet Planner* (ACNielsen)

*The Face of the Web* (Ipsos-Reid)

*Rethinking the Information Highway*  
(Les Associés de recherche EKOS)

*The Dual Digital Divide: Inclusion and Understanding Barriers*  
(Les Associés de recherche EKOS)

### ***Sécurité***

*Policing Perspectives – Public Perceptions of Law Enforcement in Canada* (Pollara)

*Public Safety and Security in the New Millennium* (Ipsos-Reid)

*Public Security Monitor*  
(Les Associés de recherche EKOS)

### ***Affaires et questions d'ordre économique***

*The Business Agenda* (Compas)

*Consumer TrendZ Report – autrefois le Rapport Goldfarb* (Millward Brown Goldfarb)

*Investment & Trade Promotion – Communications Product Testing*  
(The Earncliffe Strategy Group)

### ***Marketing et communications***

*Agricultural Event Marketing Survey*  
(Enigma Research Corporation)

*Canadian Media Relations Review*  
(Ipsos-Reid)

### ***Autres sujets***

*Building Civic Engagement Among the Information Age Generations* (D-Code)

*Public Views Regarding Aboriginal People*  
(Ipsos-Reid)

*Reconnecting Government with Youth*  
(Ipsos-Reid)

*SheWatch* (PeopleWatch Canada)

# Annexe 4

## Offres à commandes

### *Série A – Recherche qualitative*

- The Strategic Counsel Inc.
- Environics Research Group
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Sage Research Corporation
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.

### *Série B – Recherche quantitative*

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Corporate Research Associates Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Centre de recherche Décima Inc.

- Pollara Inc.
- GPC International
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.

### *Série C – Recherche qualitative ou quantitative*

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara Inc.

## Arrangements en matière d'approvisionnement

### *Série A – Recherche qualitative*

- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research Corporation
- TNS Canadian Facts Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing Corporation
- Pollara Inc.

### *Série B – Recherche quantitative*

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- The Strategic Counsel Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

### *Série C – Recherche qualitative ou quantitative*

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International