

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada



La recherche
sur l'opinion
publique
au gouvernement
du Canada



RAPPORT ANNUEL 2005-2006

Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Septembre 2006

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche en opinion publique au 613-943-5130.
Version électronique : www.tpsgc.gc.ca/rop/text/rpt-f.html
Numéro de catalogue : P100-1/2006F-PDF
ISBN : 0-662-72387-2

Message du Ministre



J'ai le plaisir de vous présenter le rapport annuel de 2005-2006 intitulé *La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada*.

Au cours de l'année qui vient de s'écouler, le gouvernement du Canada a accordé une nouvelle priorité à la transparence et à la responsabilité grâce au projet de loi C-2, la *Loi fédérale sur la responsabilité*. Les dispositions de ce projet de loi obligeront les ministères et les organismes à fournir des rapports écrits de recherche sur l'opinion publique à Bibliothèque et Archives Canada dans les six mois suivant la fin du travail sur le terrain pour en faciliter l'accès au public. Une initiative tout aussi importante est la décision du gouvernement du Canada d'entreprendre un examen indépendant des pratiques d'approvisionnement portant sur la recherche sur l'opinion publique. Un conseiller indépendant sera nommé pour une période de six mois tout au plus pour procéder à cet examen et déterminer si de nouvelles mesures ou initiatives sont nécessaires.

Le gouvernement du Canada a mis en place ces deux initiatives clés dans le but d'assurer l'équité, l'accessibilité et l'optimisation des ressources en recherche sur l'opinion publique gouvernementale.

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada aide les autres ministères et organismes fédéraux à servir les Canadiens et les Canadiennes. C'est pourquoi il a l'obligation spéciale de faire preuve de transparence et d'excellence tout en ayant le souci de la responsabilité et de la rentabilité. Le présent rapport met en lumière les efforts déployés à ce jour pour assurer le renouvellement continu de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement du Canada.

Le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux,

Michael M Fortier

Table des matières

- 1 Message du Ministre
- 5 Introduction
- 8 Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada
 - 8 Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP
 - 9 Direction de la recherche en opinion publique
 - 11 Maintien de bonnes relations avec le secteur de la recherche
 - 11 Communauté de pratique en ROP
 - 12 Mesure du rendement
- 13 Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2005-2006
 - 13 Nombre total de projets coordonnés par la Direction de la recherche en opinion publique
 - 14 Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique
 - 15 Recherche personnalisée et recherche multiclients
 - 16 Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2003 à 2006
 - 17 Pourcentage et valeur totale du marché pour les projets basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée en 2005-2006
- 18 Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique
 - 18 Santé Canada
 - 19 Ressources humaines et Développement social Canada
 - 20 Ressources naturelles Canada
 - 21 Agence du revenu du Canada
 - 22 Défense nationale
 - 23 Affaires étrangères et Commerce international Canada
 - 24 Affaires indiennes et du Nord Canada
 - 25 Sécurité publique et Protection civile Canada
 - 26 Patrimoine canadien
 - 27 Transports Canada
- 28 Sociétés de recherche
 - 28 Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique
 - 29 Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée
 - 30 Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiclients
- 31 Pour de plus amples renseignements
- 32 Annexes
 - 33 I Liste complète des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006
 - 35 II Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006
 - 38 III Aperçu thématique des études multiclients en 2005-2006
 - 40 IV Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Introduction

« Les recherches sur l'opinion publique aident le gouvernement à mieux comprendre la société canadienne; cerner les besoins et les attentes des citoyens; évaluer les réactions aux propositions ou aux modifications ou initiatives éventuelles; évaluer l'efficacité de leurs politiques, programmes et services; mesurer les progrès réalisés en ce qui a trait à l'amélioration du service; évaluer l'efficacité des activités de communication, notamment la publicité; ou planifier et évaluer des initiatives de marketing, entre autres applications. »

Politique de communication du gouvernement du Canada, Conseil du Trésor du Canada, 1 août 2006

Avec ses partenaires des autres organismes fédéraux et des autres ordres de gouvernement, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) cherche à dispenser des services plus intelligents, plus rapides et à moindre coût, et à améliorer la façon dont le gouvernement fédéral fait des affaires. Le Ministère détient l'autorité nécessaire pour ce qui est de la coordination de la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement et de la passation de marchés dans ce domaine. Il exerce cette autorité par l'entremise de deux de ses directions qui travaillent ensemble :

- **La Direction de la recherche en opinion publique.** Les organisations fédérales qui prévoient entreprendre de la recherche sur l'opinion publique doivent consulter la Direction dès les étapes initiales de leurs projets. La Direction offre des conseils durant tout le processus pour veiller à ce que la recherche soit faite selon les normes en vigueur dans le secteur et en vertu des politiques gouvernementales, et que l'organisation atteigne ses objectifs de façon rentable.
- **La Direction de l'approvisionnement en communication.** Cette unité fournit un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement en recherche sur l'opinion publique.

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique représente la cueillette planifiée d'information par ou pour une institution fédérale sur les opinions, les attitudes, les impressions, les jugements, les idées, les réactions ou les points de vue (dont ceux des employés et des employées du gouvernement). L'information pourrait porter sur une vaste gamme d'activités. Citons en exemple l'élaboration des politiques, le marketing, les communications et la publicité, l'évaluation de programmes, les études sur la qualité du service, les études de satisfaction de la clientèle et le développement de produits.

L'information recueillie facilite diverses tâches :

- élaborer des programmes, des services et des produits de communication;
- évaluer des initiatives et des plans en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation pour les programmes et les services du gouvernement;
- jauger les demandes et les attentes de la population canadienne et des intervenants (p. ex. les entreprises);

- évaluer les programmes et les services afin d'optimiser la valeur des fonds publics dépensés.

La *Politique de communication du gouvernement du Canada* établit un cadre pour effectuer de la recherche sur l'opinion publique. Cela est obligatoire pour les ministères et les organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. La Politique ne s'applique pas aux autres institutions comme les sociétés d'État et celles qui ont l'autorisation d'entreprendre leur propre passation de marchés en vertu des articles 41(1) et 41(2) de la Loi. Ainsi, le présent rapport met-il l'accent sur les activités de ROP des institutions touchées par la Politique.

Le cas échéant, les ministères et organismes peuvent recourir à la recherche sur l'opinion publique pour appuyer leurs opérations, de la conception des programmes et des services à l'assurance que les objectifs sont atteints et les attentes satisfaites. Un ministère ou un organisme qui fait de la recherche nomme un coordonnateur de la ROP chargé de surveiller les projets de recherche de l'organisation et de procéder à la liaison avec TPSGC.

Pour assurer une gestion cohérente et rentable de la recherche sur l'opinion publique dans l'ensemble du gouvernement, les institutions doivent :

- coordonner la planification et la mise en œuvre des initiatives de ROP avec la Direction de la recherche en opinion publique de TPSGC;
- établir un contact avec TPSGC au tout début de la recherche pour obtenir l'avis de ses conseillers en ROP;
- passer des marchés de services en recherche sur l'opinion publique par l'intermédiaire de la Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC;
- veiller à ce que les principes de pratique équitable du traitement de l'information, compris dans les articles 4 à 8 de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* ainsi que dans la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* soient respectés;
- s'assurer que les rapports finaux de recherche soient déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement;
- partager les résultats de la recherche avec les autres institutions fédérales;
- communiquer les résultats finaux au public sur demande.

À propos du présent rapport

Il s'agit du cinquième rapport annuel de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada.

- Dans le chapitre 1, on explique les projets coordonnés par TPSGC pour contribuer à maintenir la qualité de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et pour aider les ministères et les organismes à combler leurs besoins en recherche.
- Dans le chapitre 2, on présente les tendances pangouvernementales en recherche sur l'opinion publique. En 2005-2006, 516 projets de ROP ont été entrepris et coordonnés par l'entremise de TPSGC; ces projets représentaient une valeur du marché se chiffrant à 26,8 millions de dollars, et ce, en utilisant les services de 61 sociétés de recherche.
- Dans le chapitre 3, on résume les activités de ROP lancées par les ministères et organismes, en particulier ceux qui ont été les plus actifs en recherche sur l'opinion publique.
- Dans le chapitre 4, le lecteur trouvera des détails sur les sociétés de recherche auxquelles le gouvernement a eu recours pour faire de la recherche personnalisée et de la recherche multicients.
- Dans le chapitre 5, on indique comment obtenir de plus amples renseignements.
- L'annexe I contient la liste de tous les ministères et organismes qui ont fait de la ROP au cours de la dernière année.
- L'annexe II regroupe les noms de toutes les sociétés qui ont obtenu des contrats pour faire de la ROP durant l'année.
- L'annexe III comprend les études multicients selon les thèmes abordés.
- L'annexe IV contient la liste de toutes les offres à commandes et des arrangements en matière d'approvisionnement en ROP pour les années 2004 à 2007.

Le rapport traite des projets de recherche sur l'opinion publique et des contrats coordonnés par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

Renouveau de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

En février 2004, la vérificatrice générale du Canada a noté que, dans l'ensemble, la recherche sur l'opinion publique (ROP) au gouvernement du Canada était bien gérée. Parallèlement, son rapport au Parlement sur la ROP contenait des suggestions d'améliorations. À la lumière de ses observations et en accord avec l'effort continu de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) pour améliorer la gestion de la recherche sur l'opinion publique, plusieurs changements importants ont été mis en œuvre en 2004-2005. Ils sont consignés dans le rapport annuel de l'année dernière traitant de la recherche sur l'opinion publique. Les mesures suivantes se poursuivent :

- amélioration du processus de passation des marchés, conformément à l'approche du Ministère énoncée dans *Les prochaines étapes*;
- renouvellement des efforts du Ministère pour aider au dépôt des rapports finaux afin qu'ils relèvent du domaine public;
- amélioration plus poussée de la base de données du Système de gestion de l'information sur la recherche (SGIR) et sa promotion auprès des organismes gouvernementaux (voir p. 10).

Dans le rapport de la vérificatrice générale déposé au Parlement en novembre 2005, le chapitre 2 portait sur l'examen de la qualité et de la présentation des rapports de sondages et relevait certaines préoccupations. Pour corriger la situation, d'autres mesures importantes ont été prises en 2005-2006 :

- travailler à la création du Panel consultatif sur la qualité des sondages téléphoniques de l'opinion publique;
- lancer une initiative pour cibler les pratiques exemplaires, afin de maximiser les taux de réponses à la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada faite par téléphone.

En outre, dans le cadre des efforts continus déployés pour répondre aux besoins du Ministère, les préparatifs ont débuté en vue de réaliser une deuxième étude sur la satisfaction de la clientèle, qui se terminera en 2006-2007 (voir p. 12).

Renouveau des mécanismes d'approvisionnement en ROP

En mai 2004, à la suite des consultations de TPSGC avec les associations du secteur de la recherche et les ministères, la Direction de l'approvisionnement en communication (DAC) a instauré une nouvelle série d'offres à commandes et d'arrangements en matière d'approvisionnement concernant la ROP. Ces mécanismes présentent certains avantages :

- concurrence accrue parmi les fournisseurs de projets;
- transparence améliorée du processus de sélection des fournisseurs;

- accès plus rapide et plus efficace aux services de fournisseurs de recherche expérimentés à des prix concurrentiels pour les ministères et organismes du gouvernement.

La Direction de l'approvisionnement en communication travaille de concert avec la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) pour assurer un service unifié et intégré aux ministères et aux organismes. La DAC est la seule autorité contractante pour ce qui est de la recherche en opinion publique à l'intention des institutions désignées aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Avant que la Direction ne passe un marché de recherche sur l'opinion publique, il doit d'abord être examiné par la DROP.

Direction de la recherche en opinion publique

La Direction de la recherche en opinion publique fournit un centre de services communs obligatoires qui coordonne la recherche sur l'opinion publique pour les institutions fédérales.

La DROP donne aussi de l'orientation, offre des conseils et organise des séances d'information, ce qui aide les organisations fédérales à atteindre leurs objectifs de recherche et à assurer la valeur et la qualité de la recherche qu'elles entreprennent.

En raison du besoin croissant de recherche sur l'opinion publique, le gouvernement du Canada vise à :

- *optimiser ses ressources financières*, en évitant le chevauchement des efforts et en assurant un processus d'approvisionnement concurrentiel;
- faire preuve de *transparence*, en mettant la recherche terminée à la disposition du public grâce à Bibliothèque et Archives Canada.

Deux unités de la DROP aident les ministères et les organismes à répondre à leurs besoins en recherche. Elles facilitent également l'approvisionnement en ce qui concerne les services, leur communiquent des pratiques exemplaires et des résultats de recherche, et coordonnent le travail dans les organisations fédérales.

- Les représentants des **Services d'avis conseils** travaillent en étroite collaboration avec les coordonnateurs et les coordonnatrices de la recherche des ministères et des organismes, les guidant pour qu'ils franchissent les étapes du processus d'acquisition de services de ROP. L'unité propose de l'aide taillée sur mesure selon les besoins et les objectifs spécifiques de chaque organisation, sur des sujets tels que la méthodologie, les exigences législatives et politiques, les normes propres au secteur de la ROP, les méthodes d'approvisionnement et la façon d'optimiser les ressources financières. Après avoir examiné un projet, le conseiller ou la conseillère affecté à celui-ci émet un numéro d'inscription et soumet le projet à la Direction de l'approvisionnement en communication qui prépare un contrat. En 2005-2006, les conseillers ont examiné, coordonné et inscrit 516 projets de ROP.

- Grâce à la **gestion des connaissances**, on encourage les partenariats et le partage de la recherche sur l'opinion publique au sein du gouvernement fédéral. L'unité qui en est responsable développe et gère la base de données en ligne du SGIR, produit le rapport annuel, des guides de recherche et des ressources en ligne; elle organise des réunions et des séances de partage d'information à l'intention de la communauté interministérielle de pratique en ROP. Elle encourage également la diffusion de rapports de recherche. En 2005-2006, la DROP a reçu 435 rapports finaux de recherche personnalisée des ministères et des organismes et les a déposés à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

En 2005-2006, la Direction de la recherche en opinion publique a offert à la communauté de la ROP du gouvernement plusieurs nouveaux outils et nouvelles ressources pour l'aider à concevoir et à mener des projets de recherche sur l'opinion publique.

Base de données électronique pour la gestion des projets

Le SGIR est une base de données rationalisée sur le Web qui sert à gérer des soumissions de projets de recherche. Cela permet aux utilisateurs et aux utilisatrices de partager de l'information sur des projets de recherche, de déceler des occasions de partenariats sur les questions horizontales et de réduire le chevauchement des efforts. La base de données a été lancée sur CommNET, un site intranet du gouvernement, en mars 2005, la mettant ainsi à la disposition de toutes les organisations fédérales. Les coordonnateurs et les coordonnatrices de recherche des ministères sont en mesure de soumettre des détails de recherche dans le cadre de nouveaux projets, de suivre les progrès accomplis et de générer électroniquement des rapports sur les activités de leur ministère.

En 2005-2006, on a assisté à la promotion du SGIR et à son développement subséquent. Par exemple :

- on a donné des séances de formation durant toute l'année;
- le système a créé un certain nombre de nouveaux rapports pour répondre aux besoins des ministères;
- le nouveau babillard des partenariats a été créé afin de permettre aux ministères de trouver des partenaires pour d'importants projets. Par exemple, le ministère des Affaires indiennes et du Nord Canada a trouvé des partenaires pour réaliser son sondage *Étude dans le Nord* et un sondage sur les Autochtones vivant à l'extérieur des réserves.

Gestion des rapports de recherche

Une partie du mandat de la DROIP consiste à faciliter le dépôt des rapports finaux de recherche à la Bibliothèque du Parlement et à Bibliothèque et Archives Canada. En 2005-2006, on a pris des dispositions pour déposer des documents électroniquement dans les deux institutions.

- Depuis novembre 2005, en plus du catalogage des rapports imprimés, Bibliothèque et Archives Canada a commencé à recevoir des rapports de la DROIP par voie électronique. Les rapports sont catalogués et affichés sur Internet dans sa Collection électronique.
- Au début de 2006, la Bibliothèque du Parlement a adopté un arrangement semblable pour mettre des rapports à la disposition des parlementaires et des journalistes par voie électronique.

Ressources et publications

- L'édition revue de *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* a paru en avril 2005. Dans cette publication, on explique aux employés fédéraux qui font de la recherche sur l'opinion publique les approches mises à leur disposition. On y expose les avantages et les inconvénients des méthodes actuelles de collecte des données et on donne de l'information sur la recherche conventionnelle et les techniques émergentes ayant recours à Internet. La publication a pour but de fournir de l'aide dans le choix d'une approche qui répondra aux objectifs de la recherche avec efficacité. Les annexes contiennent une liste des étapes à suivre dans l'acquisition de la recherche.
- CommNET, un site intranet de ressources électroniques à l'intention des communicateurs et des communicatrices du gouvernement du Canada, offre une section consacrée à la recherche sur l'opinion publique. Cette section a été mise à jour et contient des renseignements et des outils plus nombreux réservés aux ministères et aux organismes tels que :
 - l'accès à la base de données du SGIR;
 - l'aperçu des sommaires des projets de recherche que les ministères et les organismes fournissent à TPSGC;
 - la liste bilingue de plus de 3 700 rapports fédéraux de recherche sur l'opinion publique

produits depuis 1994 et que Bibliothèque et Archives Canada et la Bibliothèque du Parlement mettent à la disposition du public;

- l'accès aux rapports de ROP disponibles en ligne dans la Collection électronique de Bibliothèque et Archives Canada;
- plusieurs autres ressources et publications.
- Le bulletin intitulé *Le Coin de la recherche*, lancé en 2004, s'adresse aux coordonnateurs et aux coordonnatrices de recherche des ministères. Il met l'accent sur les nouvelles pratiques, les initiatives conjointes du gouvernement et du secteur de la ROP, et les projets récents réalisés dans les organismes fédéraux ainsi que sur d'autres questions intéressant les intervenants en ROP au gouvernement du Canada. En 2005-2006, on a produit deux éditions bilingues en format imprimé et en ligne.
- Consultations sur la qualité des sondages.
- Désignation des pratiques exemplaires en recherche.
- Besoins en matière de formation des employés fédéraux dans le domaine de l'opinion publique et de la recherche en marketing.
- Faire prendre davantage conscience de l'importance de participer à des études portant sur la recherche en opinion publique et laisser le public s'exprimer sur diverses questions qui le préoccupent.
- Participation de deux représentants nommés par l'ARIM au Panel consultatif sur la qualité des sondages téléphoniques de l'opinion publique.
- Élaboration de nouveaux cours en recherche sur l'opinion publique se rapportant directement aux employés du gouvernement fédéral.

Maintien de bonnes relations avec le secteur de la recherche

En 2003, le gouvernement du Canada, représenté par TPSGC, a débuté ses rencontres avec le secteur de la ROP que représentait L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (ARIM) et l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale. Il en résulte une relation de travail croissante et productive grâce à laquelle les délégués abordent des questions d'intérêt mutuel. En voici quelques exemples :

- Faire en sorte que tous les sondages effectués par le gouvernement du Canada et donnés à contrat par l'entremise des nouvelles offres à commande et des nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement en ROP soient inscrits au Système d'enregistrement des sondages de L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing (voir l'encadré).

Communauté de pratique en ROP

Au cours de l'année, la Direction de la recherche en opinion publique a continué à coordonner les rencontres de la communauté fédérale de pratique et d'autres groupes de travail interministériels, et d'y participer. La communauté regroupe des spécialistes de la ROP représentant environ 30 ministères et organismes. Ils se rencontrent régulièrement pour partager de l'information et se pencher sur des questions d'intérêt mutuel comme la qualité des sondages et les taux de réponses, les questions d'approvisionnement, les techniques de recherche émergentes, les nouveaux logiciels de sondages, les initiatives et les partenariats conjoints ainsi que la nouvelle législation et les exigences de la politique.

Mesure du rendement

En 2005-2006, la Direction de la recherche en opinion publique a débuté la préparation de son deuxième sondage sur la satisfaction de la clientèle, prévu pour 2006-2007. Le premier sondage avait eu lieu en 2004-2005; 89 % des répondants étaient satisfaits de la mesure dans laquelle les membres du personnel leur étaient utiles, 86 % se disaient satisfaits de l'ensemble des services de la DROIP et 84 % se trouvaient satisfaits de l'utilité des conseils fournis.

En 2006-2007, le sondage portera sur les aspects suivants :

- l'usage des services de la Direction;
- la satisfaction à l'égard des services fournis par la Direction;
- les exigences futures concernant les services fournis par la Direction;
- l'intérêt pour la participation à divers types d'activités de perfectionnement des compétences.

Le sondage quantitatif portera sur des questions liées à la qualité et à l'utilité des conseils, à l'échange d'information et au transfert de connaissances. Il comprendra des mesures de la satisfaction relatives à l'actualité et à l'accessibilité des données, de même que des mesures du rendement visant l'utilité des offres de programmes et de services, la qualité de l'information et l'efficacité du service. On évaluera aussi l'utilité des publications consacrées à la ROP, les rencontres des membres du réseau, les séances et les produits d'information ainsi que la base de données sur la gestion de projets.

Les résultats aideront la Direction à améliorer ses services aux ministères et organismes, particulièrement en mettant sur pied plus d'initiatives éducatives comme des événements favorisant l'échange d'information.

Secteur de la recherche en marketing au Canada

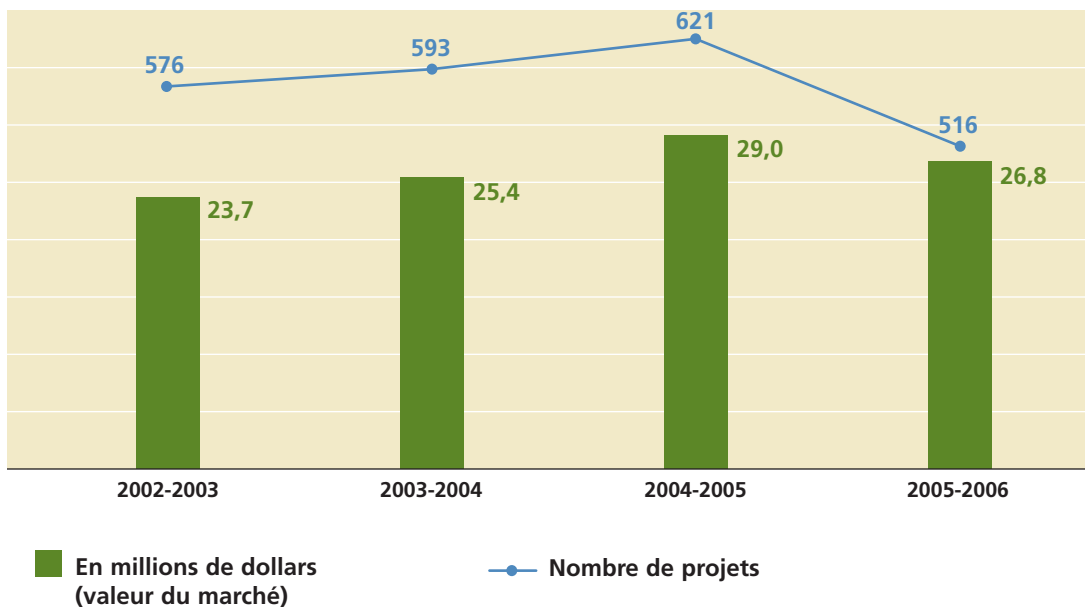
Le secteur de la recherche en marketing au Canada représente près de 750 millions de dollars par année en activités de recherche en marketing, ce qui comprend 27 millions de dollars pour le gouvernement du Canada durant l'exercice 2005-2006.

L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing, un organisme pancanadien, compte parmi ses membres plus de 1 500 spécialistes, des maisons de recherche de toutes les tailles et des acheteurs de services de recherche du secteur privé. Sa mission consiste à promouvoir un environnement favorable dans lequel le secteur prospérera et le public trouvera son compte. Parmi les produits et les services de l'ARIM se trouvent les suivants :

- les règles de conduite professionnelle et les pratiques conformes à la déontologie pour ses membres;
- la désignation professionnelle pour les chercheurs et les chercheuses en marketing;
- la School of Marketing Research, qui propose un programme complet de cours sur tous les aspects de la recherche;
- le Système d'enregistrement des sondages, qui permet au public de vérifier le bien-fondé d'un sondage, contient de l'information sur le secteur de la ROP et enregistre les plaintes déposées contre un membre de l'Association.

Recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2005-2006

Nombre total de projets coordonnés par
la Direction de la recherche en opinion publique



La valeur en dollars de la recherche sur l'opinion publique (ROP) coordonnée par l'entremise de la Direction de la recherche en opinion publique en 2005-2006 totalisait 26,8 millions de dollars, ce qui représente une diminution par rapport aux 29 millions de dollars de l'année précédente. L'activité de 2005-2006, qui correspondait à 516 projets,

était également inférieure à celle de l'année précédente durant laquelle 621 projets avaient été entrepris. Les activités de ROP au gouvernement fédéral étaient moins nombreuses en 2005-2006, en raison de la suspension des activités de recherche durant la période électorale fédérale.

Note : Les projets donnés à contrat durant un exercice financier s'étendent parfois sur plus d'un exercice.

Principaux ministères et organismes pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)	6 575	89
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA*	3 029	49
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 586	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 577	25
DÉFENSE NATIONALE	1 094	17
AFFAIRES ÉTRANGÈRES CANADA ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA†	1 018	13
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	1 001	18
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	905	14
PATRIMOINE CANADIEN	815	21
TRANSPORTS CANADA	803	17

Avec les soins de santé qui demeurent une priorité publique de premier rang, Santé Canada a poursuivi ses investissements et s'est classé en tête de tous les ministères qui ont fait usage de recherche sur l'opinion publique l'année dernière. Les activités de recherche de Santé Canada comprennent celles de l'Agence de santé publique du Canada dont les études représentent 17 des 89 projets, et une valeur totale du marché de 1 686 091 \$. La valeur des marchés attribués au nom de Santé Canada équivalait à 25 % de la valeur totale du marché et à 17 % du total des projets du gouvernement du Canada en 2005-2006. Ressources humaines et Développement

des compétences Canada* se classait au deuxième rang pour ce qui est de la valeur des marchés, comme il l'avait fait l'année précédente : la valeur de ses 49 projets de ROP égalait presque la moitié de celle des projets de Santé Canada. Cinq ministères et organismes avaient mené des projets de recherche de l'ordre de un à deux millions de dollars en 2005-2006, comparativement à huit l'année précédente.

Pour les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique, veuillez consulter le chapitre 4 (p. 18).

Notes

* Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ce ministère fusionnerait avec Développement social Canada pour créer le nouveau Ressources humaines et Développement social Canada.

† Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ces deux ministères fusionneraient.

Recherche personnalisée et recherche multiclients

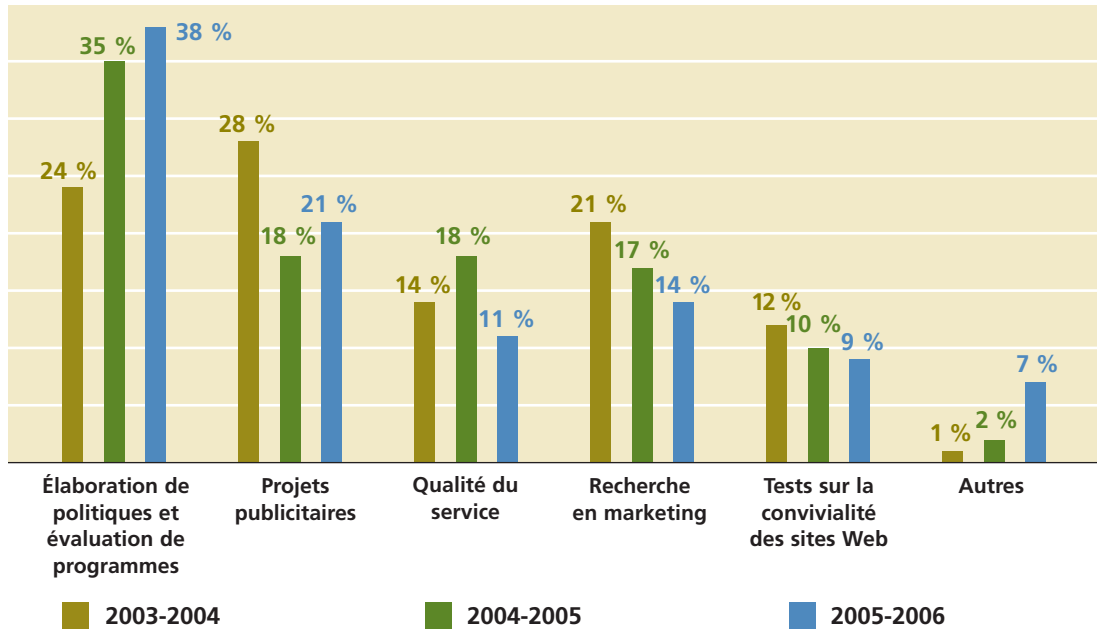
Une recherche personnalisée sur l'opinion publique consiste en du travail effectué pour un ministère ou un organisme spécifique. L'organisme qui commande une étude détient les droits de propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet; il met ces produits à la disposition des autres ministères et du public par le biais de Bibliothèque et Archives Canada et de la Bibliothèque du Parlement. Les résultats de la recherche personnalisée que demande le gouvernement du Canada sont du domaine public et accessibles à tous les Canadiens et les Canadiennes. La recherche personnalisée représente la plus grande partie du travail de ROP entrepris par le gouvernement.

Les études de recherche multiclients sont élaborées par des sociétés de recherche en marketing qui les mettent à la disposition d'abonnés payants des secteurs privé et public. Ces produits d'emploi courant contiennent souvent de l'information sur les tendances relatives à divers sujets. Les

sociétés demeurent propriétaires du droit d'auteur et conservent la responsabilité exclusive de la gestion du contenu des études. Les abonnés n'ont normalement pas le droit de distribuer l'information à des parties qui ne s'y abonnent pas. La recherche multiclients peut être le choix le plus économique pour répondre aux besoins de recherche des ministères parce que les abonnés se partagent les coûts de la recherche.

En 2005-2006, le gouvernement a passé des marchés évalués à 23,9 millions de dollars pour réaliser 395 projets de recherche personnalisée; ils représentaient environ 89 % de la valeur totale du marché de toute la recherche sur l'opinion publique pour la durée de l'exercice. Les marchés de recherche multiclients totalisaient 2,9 millions de dollars et comprenaient 121 projets.

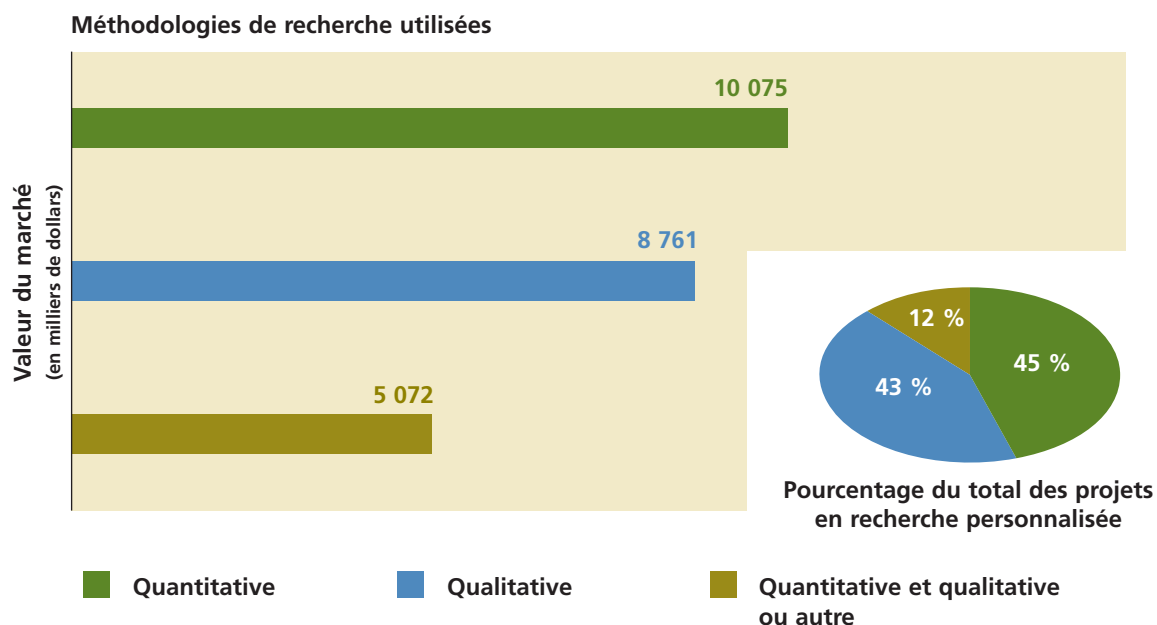
Type de recherche exprimé en pourcentage de la valeur totale du marché pour la coordination de la recherche personnalisée de 2003 à 2006



L'élaboration de politiques et l'évaluation de programmes composaient à nouveau le plus grand segment de toute la recherche personnalisée au gouvernement du Canada en 2005-2006, avec 38 % de la valeur totale du marché consacré à ce type de recherche. En 2004-2005, la recherche effectuée à ce titre représentait 35 % de toute la recherche personnalisée. Les projets publicitaires (englobant le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai des produits de communication)

représentaient 21 % du marché, alors que la recherche en marketing se maintenait à 14 % en 2005-2006, par comparaison à 17 % l'année précédente. La recherche donnée à contrat pour évaluer l'efficacité des sites Web a chuté légèrement à 9 %. La recherche sur la qualité du service a également diminué, passant de 18 % en 2004-2005 à 11 % cette année. Les parts des différents types de recherche varient d'année en année selon les besoins changeants des institutions.

Pourcentage et valeur totale du marché pour les projets basés sur la méthodologie de la recherche personnalisée et coordonnée en 2005-2006



La recherche quantitative se rattache à la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population, grâce à des techniques structurées, en vue de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population cible. En général, les sondages sont basés sur un échantillonnage au hasard. Quarante-cinq pour cent (45 %) des projets de recherche personnalisée entrepris au cours de l'exercice appartenaient à la catégorie de la recherche quantitative.

La recherche qualitative concerne la cueillette d'information auprès de certains membres d'une population à l'aide de techniques non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion ou des interviews. On emploie normalement une approche qualitative en cas de recherche exploratoire, de recherche en profondeur ou portant sur des questions très complexes. Cette approche favorise

des discussions plus libres; dans de tels cas, cela peut être plus efficace pour atteindre les objectifs de la recherche que ne le serait un questionnaire inflexible comportant des catégories de réponses rigides à chacune des questions. Comme la recherche est exploratoire, les résultats ne s'appliquent pas à la population en général. Quarante-trois pour cent (43 %) des projets de recherche personnalisée étaient basés sur cette méthodologie.

Les projets consistant en une combinaison de recherche quantitative et qualitative, et ceux qui appartenaient à la catégorie « Autre » (comme la conception de recherche sur l'opinion publique, y compris l'élaboration et l'analyse de questionnaires), représentaient les 12 % qui restaient des projets de recherche personnalisée entrepris durant l'exercice financier.

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

En guise de contribution au présent rapport, les 10 ministères et organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique ont tous été invités à présenter un bref aperçu du travail effectué durant l'exercice. Le lecteur trouvera ci-dessous la description de leurs activités.

Santé Canada

Avec les soins de santé qui continuent d'être une priorité publique de premier rang, Santé Canada et l'Agence de santé publique du Canada ont beaucoup employé la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 pour recueillir des renseignements et donner forme à de nombreuses activités en vue de maintenir et d'améliorer la santé des Canadiens et des Canadiennes.

Une large part de cette recherche soutenait des activités de promotion de la santé et de prévention des maladies. Cela comprenait des sondages sur le diabète, le VIH/sida, les perceptions liées à la fumée secondaire et la consommation d'alcool chez les jeunes. Les questions émergentes, comme la réaction à la grippe aviaire et la connaissance de la grippe pandémique ont fait l'objet d'un suivi pour voir si la population canadienne était bien informée et préparée à une éclosion possible. La recherche a également inspiré les politiques et la prise de décisions réglementaires, par exemple en facilitant le suivi des changements découlant des interdictions provinciales de fumer, l'essai des messages

relatifs à la santé sur les paquets de cigarettes et le recours à un dialogue délibératif visant l'établissement d'objectifs de santé publique.

La santé des populations des Premières nations et des populations inuites demeure une priorité clé du Ministère qui a utilisé des sondages pour mieux comprendre des questions comme l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation fœtale, la santé des mères et des enfants et le VIH/sida chez les populations autochtones.

Durant l'année, Santé Canada a eu recours aux capacités uniques de la recherche en ligne pour faciliter la révision du *Guide alimentaire canadien pour manger sainement*. Le personnel chargé de ce dossier s'intéressait à ce que les intervenants et le public pensaient de la proposition de contenu du nouveau guide. Il a employé les bases de données internes afin de produire des listes d'adresses électroniques pour environ 500 intervenants de l'industrie et du commerce, des groupes de professionnels de la santé, des organisations non gouvernementales, des universités et du gouvernement. En outre, le Ministère a obtenu des adresses de courriels grâce à un sondage téléphonique par échantillons aléatoires mené auprès de 1 500 Canadiens et Canadiennes. Des courriels sont parvenus aux deux groupes, les invitant à participer au sondage également accessible sur le site Web de Santé Canada. Pour ce qui est de la composante en ligne de l'étude, des modèles réalistes du guide alimentaire étaient affichés à l'écran à l'intention de plus de 6 000 personnes de divers groupes et régions cibles. Les commentaires détaillés reçus sur le contenu

et les éléments graphiques ont servi à mettre au point un nouveau guide conçu pour répondre aux besoins de toute la population canadienne.

En plus de ces projets de recherche, le groupe de l'analyse au sein de la Division de la recherche sur l'opinion publique et de l'évaluation de Santé Canada a produit une série de documents sur les pratiques exemplaires en 2005-2006. On y examinait et résumait les grands thèmes tirés principalement de différentes études de recherche menées par Santé Canada. On présentait dans ces documents les leçons apprises en rédaction de messages, et en élaboration de sites Web et d'annonces imprimées efficaces. Ces leçons ont été diffusées à d'autres ministères.

Le Ministère continuera à mettre l'accent sur la capacité d'intervention en cas de pandémie, l'appui à la campagne antitabac et à la campagne portant sur les modes de vie sains ainsi que le suivi des perceptions touchant le système de soins de santé.

Ressources humaines et Développement social Canada

Le 6 février 2006, le ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences fusionnait avec Développement social Canada pour créer Ressources humaines et Développement social Canada (RHDSC). Le nouveau Ministère est chargé de fournir aux Canadiens et aux Canadiennes les outils dont ils ont besoin pour se développer et prospérer au travail, les aidant ainsi à maintenir la qualité de vie qu'ils souhaitent.

En septembre 2005, le Ministère menait une enquête initiale sur les attitudes du public face aux enjeux politiques propres à RHDSC. La recherche fournit ce qui suit aux directions générales des politiques et des programmes :

- une notion des priorités publiques qui serviront à la conception de politiques;

- le contexte de l'environnement public dans lequel situer les options relatives à la conception de politiques et de programmes;
- un outil d'évaluation des domaines qui remportent du succès en communication et en intéressement du public, et des secteurs qui nécessitent plus d'attention.

RHDSC a aussi commencé à faire de la recherche pour obtenir des suggestions concernant la conception et le traitement des messages de communication ainsi que la documentation nécessaire pour l'Initiative sur les compétences essentielles et l'alphabétisation en milieu de travail (ICEAMT). Le but de l'initiative est d'améliorer les niveaux de compétences des Canadiens et des Canadiennes qui se lancent sur le marché du travail ou qui s'y trouvent déjà. Durant la première phase de la recherche, on a trouvé qu'il y avait un nombre croissant d'intervenants en milieu de travail qui reconnaissaient l'importance d'investir dans l'alphabétisation et les compétences essentielles, mais qui ne faisaient pas les investissements nécessaires à cet égard. La deuxième phase de la recherche permettra d'évaluer de nouvelles approches et de nouveaux messages sur le plan de la créativité. Les résultats de la recherche serviront de documentation en vue de développer une stratégie nationale de communication pour l'ICEAMT.

À l'automne 2005, le Ministère a mené une recherche qualitative pour connaître les réactions des Canadiens et des Canadiennes aux concepts publicitaires élaborés en vue de promouvoir les guides du gouvernement du Canada sur les services à l'intention des aînés et des personnes handicapées. La recherche comprenait des groupes de discussion réunissant des participants ayant plusieurs types de handicaps dont des déficiences auditives et visuelles.

D'autres études comportaient de la recherche exploratoire sur les aînés et leur expérience de la vie, un sondage sur les emprunteurs défailants du prêt d'études canadien et un autre sondage sur les travailleurs canadiens autonomes.

En 2006-2007, le Ministère prévoit faire de la recherche sur des questions se rapportant à la garde d'enfants, au développement des compétences, à l'apprentissage, à l'accès aux études postsecondaires, aux prestations d'emploi et aux mesures de soutien.

Ressources naturelles Canada

En 2005-2006, Ressources naturelles Canada (RNCAN) a employé la recherche sur l'opinion publique sous de multiples formes pour recueillir des renseignements sur les activités entreprises par le Ministère à titre de promoteur du développement responsable des ressources naturelles, de l'énergie, des minéraux, des métaux, des forêts et des sciences de la terre, et également dans son rôle de fournisseur de renseignements en ligne offerts aux Canadiens et aux Canadiennes.

La recherche a soutenu l'élaboration des politiques et des programmes, l'évaluation de produits de communication et l'amélioration du site Web du Ministère. Elle comprenait de la recherche quantitative et qualitative, toutes deux personnalisées, effectuée par RNCAN seule ou en partenariat avec d'autres ministères (p. ex. Environnement Canada) et ciblait divers publics de toutes les régions du pays. Entre autres, le Ministère a employé la recherche sur l'opinion publique pour :

- éclairer les principaux enjeux politiques (p. ex. l'approvisionnement et la demande énergétiques);
- faire le suivi des attitudes du public envers l'environnement et le changement climatique, l'efficacité énergétique et la conservation de l'énergie;
- mieux comprendre des publics cibles particuliers (p. ex. les chauffeurs de voitures sur le rendement du carburant; les Canadiens et les Canadiennes du Nord sur la mise en valeur des ressources);

- favoriser le développement et l'amélioration des sites Web (p. ex. l'information scientifique pour les enseignants; l'information sur les prix de l'énergie pour les consommateurs; l'information sur le développement durable des forêts et les politiques qui s'y rapportent);
- obtenir de la rétroaction sur les besoins et les attentes des utilisateurs actuels et des utilisateurs potentiels d'information spécialisée (p. ex. le logiciel de sélection des moteurs efficaces sur le plan énergétique OSMCAN et les données géospatiales du programme GéoConnexions);
- mesurer la satisfaction des clients (p. ex. les utilisateurs internes de services partagés).

Le Ministère a employé la recherche par groupes de discussion pour faire les essais préliminaires de publicités sur l'énergie. Il a utilisé l'outil normalisé d'évaluation des campagnes publicitaires du gouvernement du Canada pour mesurer les effets d'une campagne de publicité menée dans la presse écrite et à la radio au printemps 2005.

RNCAN a consacré des fonds à la recherche par abonnement et à la recherche multiclients pour améliorer l'analyse du contexte public et permettre un sondage efficace :

- de l'opinion de publics particuliers (p. ex. les dirigeants d'entreprises dans tout le Canada);
- de questions horizontales (p. ex. les questions de sciences et de technologie);
- de recherche comparative à grande échelle (p. ex. d'opinion sur une vaste gamme de questions portant sur l'environnement, la sécurité et le développement parmi des populations canadienne, américaine et mexicaine).

Le Ministère prévoit consacrer davantage de ressources financières à la recherche sur l'opinion publique dans les domaines de la mesure de la satisfaction de la clientèle et de l'amélioration du service. La recherche représentera également un outil de premier plan dans le cadre de la gestion du rendement des communications.

Agence du revenu du Canada

En 2005-2006, la majeure partie des efforts de recherche sur l'opinion publique de l'Agence du revenu du Canada (ARC) portaient sur les programmes et services qu'elle offre au public. Au cours de l'année, l'ARC a lancé son nouveau sondage annuel, restructuré pour faire mieux comprendre ce que les Canadiens et les Canadiennes pensent de l'ensemble de l'Agence. Le sondage contient des mesures de l'humeur du public afin de saisir le contexte plus vaste dans lequel les attitudes et les opinions de haut niveau se forment au sujet de l'ARC. Le sondage de 2005 fournit à l'ARC une nouvelle information de base à partir de laquelle il lui est possible de déterminer et de suivre les tendances de l'opinion dans le temps.

L'ARC a en plus continué à évaluer les services électroniques qu'elle met à la disposition des personnes et des entreprises. Pour mieux comprendre les préférences individuelles, elle a fait un essai de convivialité des pages courantes de la section « Mon dossier » sur son site Web. L'ARC a aussi examiné pourquoi un certain nombre de contribuables s'inscrivent à « Mon dossier » sans terminer le processus d'inscription. Pour la troisième année consécutive, elle a fait un sondage auprès des utilisateurs et des utilisatrices de son site Web. L'étude permettait d'évaluer le niveau de satisfaction sur divers aspects du site et explorait les rapports entre les voies de service de l'Agence par téléphone et par Internet (p. ex. si les contribuables utilisent les deux voies, quand ils le font et pourquoi). En 2006-2007, on prévoit faire une recherche plus poussée sur les besoins des entreprises canadiennes pour ce qui est du site Web de l'ARC.

Durant l'année, l'ARC a également entrepris de la recherche pour mettre à jour sa compréhension des préférences des entreprises canadiennes. Les activités de recherche portaient sur les connaissances, la sensibilisation et les préférences de ces entreprises face aux services électroniques mis à leur disposition. D'autres recherches visaient les modes de communication favorisés et l'interaction entre l'ARC et les entreprises. Les données émanant de cette recherche ont servi à mettre sur pied des initiatives liées aux programmes de même que la campagne de publicité de l'ARC.

Enfin, l'ARC a lancé plusieurs projets de recherche qui se termineront en 2006-2007. Ces projets comprennent de la recherche en vue de mieux comprendre les connaissances, les motifs et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes qui participent aux activités de l'économie souterraine. Une autre série de projets se rapporte à l'image de marque de l'ARC, fournissant de l'information sur les perceptions courantes de la « marque ARC ». L'information recueillie orientera la recherche qu'entreprendra l'Agence en 2006-2007 pour mettre à jour son matériel et ses activités de communication.

Défense nationale

La quantité de recherche sur l'opinion publique entreprise par le ministère de la Défense nationale (MDN) a augmenté pour la troisième année consécutive en raison d'un intérêt grandissant pour l'environnement de sécurité et du rôle des Forces canadiennes en Afghanistan.

En 2005-2006, le gouvernement émettait l'Énoncé de la politique de défense, le contexte international demeurait complexe et le besoin d'accélérer la transformation des Forces continuait à se faire sentir. Étant donné ces facteurs, il importait de recueillir les points de vue, les impressions et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes à l'égard des Forces, et de les examiner. Le Ministère a effectué un travail d'envergure pour surveiller le contexte de la sécurité.

Le MDN a travaillé de concert avec d'autres organismes gouvernementaux comme Sécurité publique et Protection civile Canada, la Gendarmerie royale du Canada, le Service canadien du renseignement de sécurité, Citoyenneté et Immigration Canada, le ministère de la Justice Canada, Transports Canada, l'Agence des services frontaliers du Canada et Santé Canada. Dans le cadre de ces partenariats, le Ministère a utilisé son leadership et ses compétences pour évaluer l'incidence des événements mondiaux sur les préoccupations des Canadiens et des Canadiennes. Pendant l'année, le MDN s'est abonné à l'étude multiclients à frais partagés des Associés de recherche EKOS, intitulée *The Security Monitor*, où il a trouvé plusieurs des réponses qui ont façonné sa compréhension des questions de sécurité.

Le Ministère s'est efforcé de comprendre les impressions des jeunes Canadiens et Canadiennes au sujet du marché du travail, particulièrement en ce qui concerne leurs attentes quant à une carrière dans les Forces canadiennes. Plusieurs études de marché ont aidé le MDN à mettre au point une nouvelle campagne publicitaire de recrutement. On a affecté des ressources considérables à des enquêtes portant sur le concept publicitaire et les annonces visant le recrutement. L'emploi d'analyseurs de perceptions dans les études permet au Ministère de beaucoup mieux comprendre les enjeux en cause et l'aide à aborder le problème que posent certains des points délicats à traiter, lorsqu'il s'agit d'illustrer le rôle de combat des Forces.

Au cours du présent exercice financier, plusieurs vagues de recherche quantitative auront lieu pour surveiller les répercussions de la nouvelle campagne publicitaire de recrutement. Le MDN continuera d'examiner les opinions des Canadiens et des Canadiennes sur les questions de sécurité en général et le rôle des Forces canadiennes en particulier. Les conclusions des recherches faciliteront une prise de décisions éclairées en matière de politique et de communication.

Affaires étrangères et Commerce international Canada

Affaires étrangères et Commerce international Canada emploie la recherche sur l'opinion publique pour faire le suivi des points de vue, des attitudes, des opinions et des valeurs des Canadiens et des Canadiennes en ce qui a trait aux affaires internationales, y compris les questions multilatérales, la défense, la diplomatie et le développement. Les points de vue du public sur les relations entre le Canada et les États-Unis font l'objet d'un suivi étroit, en particulier ceux sur les questions bilatérales comme la sécurité à la frontière et le commerce. Le Ministère fait de la recherche sur l'opinion publique pour évaluer ses services en ligne et il entreprend une étude annuelle sur les jeunes et les éducateurs pour examiner leurs attitudes envers les programmes d'échanges internationaux pour la jeunesse. En 2005-2006, le Ministère a également mené une étude d'évaluation de la satisfaction du public en ce qui concerne l'appui consulaire qu'il fournit aux voyageurs canadiens à l'étranger.

Cette année, la quatrième vague du sondage sur les communications du Ministère constituait un important projet de recherche dans lequel on examinait les attitudes des Canadiens et des Canadiennes face au monde et la place du Canada au sein de celui-ci. Les objectifs du sondage étaient les suivants :

- mieux comprendre l'environnement public pour faire la planification du Ministère dans le domaine des communications;
- comprendre les niveaux de connaissances applicables au Ministère;
- mesurer le rendement du Ministère par rapport à divers indices clés;
- mieux comprendre comment les Canadiens et les Canadiennes perçoivent le monde.

L'environnement était de loin l'enjeu mondial le plus important pour les Canadiens et les Canadiennes, suivi à une certaine distance par la pauvreté mondiale, le terrorisme et la guerre. L'environnement mondial correspondait à la principale préoccupation dans chaque région du Canada.

Les Amériques se sont classées au premier rang des régions les plus importantes aux yeux du Canada, après avoir partagé cette position avec l'Afrique depuis 2002. L'Afrique était la deuxième en importance, suivie par l'Europe et l'Asie. Le Canada considérait les États-Unis comme le pays le plus important. La Chine a progressé au classement et a nettement comblé l'écart qui la séparait des États-Unis à l'évaluation du plus important pays pour le Canada, suivie par l'Iraq, la Grande-Bretagne et Haïti.

Les Canadiens et les Canadiennes ont fortement approuvé le Ministère pour la façon dont il a représenté le Canada et le peuple canadien sur la scène internationale. Il a décroché d'excellentes notes pour les efforts diplomatiques qu'il a déployés outremer; pour avoir fait la promotion de la paix et de la sécurité; pour avoir aidé les voyageurs canadiens en difficulté durant leur séjour à l'étranger; et pour avoir défendu les droits de la personne à l'échelle internationale. Bien qu'une petite majorité pense que le Ministère fait du bon travail pour aborder le problème de la pauvreté mondiale, son rendement était nettement plus bas pour cet indicateur que pour les autres.

Le public appuyait très fortement les liens diplomatiques et commerciaux plus étroits du Canada avec les pays émergents comme le Brésil, l'Inde et la Chine. L'appui à la réforme des Nations Unies en vue de faciliter l'envoi de forces de maintien de la paix pour protéger les femmes et les enfants dans les régions déchirées par la guerre était également fort. Le public approuvait aussi un engagement diplomatique plus marqué envers les pays musulmans modérés et l'annulation de la dette des pays en développement.

Affaires indiennes et du Nord Canada

La Direction générale des communications du ministère des Affaires indiennes et du Nord Canada (MAINC) abrite l'Unité de recherche sur l'opinion publique.

Au cours des deux derniers exercices financiers, l'Unité a accru la capacité et le champ d'application du programme de recherche du Ministère, tout en faisant diminuer les coûts globaux. L'Unité fait de la recherche parmi :

- les membres des Premières nations vivant dans des réserves;
- les membres des Premières nations, les Inuits et les Métis vivant à l'extérieur des réserves;
- les habitants du Nord.

La recherche est entreprise de concert avec les responsables des programmes et des secteurs du MAINC pour combler les besoins inhérents à leurs programmes et à leurs services. De plus, des consultations accrues avec les représentants des bureaux régionaux et les cadres supérieurs assurent l'efficacité et l'utilité de la recherche.

Il importe de plus en plus d'inclure des groupes traditionnellement ignorés ou sous-représentés en recherche sur l'opinion publique, par exemple les habitants des communautés éloignées du Nord, de même que les Premières nations, les Inuits et les Métis vivant à l'extérieur des réserves. Faire de la recherche efficace dans ces communautés est un défi pour plusieurs raisons. Plusieurs des communautés que le Ministère tente de joindre sont éloignées ou très difficiles à contacter par des moyens traditionnels. Un niveau de complexité supplémentaire est le besoin d'exprimer une forme d'empathie et d'utiliser des méthodes respectueuses des communautés et de leurs dirigeants.

Les données de la recherche quantitative faite dans ces communautés clés sont habituellement rassemblées grâce à des sondages téléphoniques. Cependant, cette méthode de recherche représente un défi lorsqu'il faut rejoindre des Autochtones vivant hors-réserves, étant donné la forte proportion d'entre eux qui n'ont pas d'adresse fixe ni de téléphone conventionnel. Pour combler cette lacune, le MAINC a employé avec succès des interviews en personne, coordonnées à des rencontres dans des Centres d'amitié pour ce qui est de la recherche hors-réserves, et avec des dirigeants communautaires pour la recherche effectuée dans le Nord.

Le coût de la recherche exécutée à l'aide de cette approche plus inclusive est inévitablement plus élevé. L'Unité de recherche sur l'opinion publique du MAINC a résolu ce problème en menant des projets de recherche à grande échelle basés sur le modèle de partage des frais. Cela signifie ouvrir les projets du Ministère à d'autres organisations en leur permettant de participer au contenu et de partager les coûts globaux. Les partenaires du MAINC comprennent Ressources humaines et Développement social Canada, Patrimoine canadien, Environnement Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments au gouvernement fédéral ainsi que des partenaires provinciaux comme le gouvernement du Québec. Pour les motifs cités ci-dessus, le coût de la recherche sur l'opinion publique semble globalement plus élevé durant la dernière année, mais le MAINC dépense en réalité beaucoup moins.

À l'aide du modèle de partage des frais, le MAINC a été en mesure d'entreprendre deux projets à grande échelle en 2005-2006 : un sondage auprès des Premières nations, des Inuits et des Métis vivant à l'extérieur des réserves; et un sondage sans précédent sur les Autochtones et les non-Autochtones du Nord. Récemment, le MAINC a aussi dirigé, pour la première fois, des projets

portant sur des domaines clés. Par exemple, un projet traitait des opinions et des impressions des membres des Premières nations envers la qualité de l'eau et le logement dans les réserves. Le MAINC se penche aussi sur les perceptions des femmes des Premières nations et des travailleurs et des travailleuses à l'intervention d'urgence en matière de violence familiale dans les réserves.

Toute la recherche sur l'opinion publique exécutée par le MAINC est déposée à Bibliothèque et Archives Canada et à la Bibliothèque du Parlement par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. Le public, les députés et les journalistes y ont pleinement accès. Le MAINC achète également diverses études multiclients; les sociétés de recherche privées en demeurent propriétaires, ce qui explique qu'elles ne sont pas déposées ni mises à la disposition du public. Avec la collaboration des fournisseurs, le Ministère a préparé un compendium annuel de recherche intitulé *Portrait*. Cette publication remporte beaucoup de succès et le Ministère diffuse les résultats de sa recherche aux principaux intervenants et aux groupes de clients répartis sur tout le territoire canadien. *Portrait* est offert dans les deux langues officielles sur le site Web du MAINC à l'adresse suivante : www.ainc-inac.gc.ca/pr/pub/lnd/lscp/index_f.html.

Sécurité publique et Protection civile Canada

En raison des efforts de recherche sur l'opinion publique qu'il a faits en 2005-2006, Sécurité publique et Protection civile Canada (SPPCC) a transmis des renseignements aux décideurs et aux décideuses ainsi qu'aux gestionnaires de programmes dans des domaines comme les communications, le marketing et le rayonnement sur des sujets tels que la gestion des urgences, la sécurité nationale, le crime organisé et les services de police autochtones.

Le Ministère met l'accent sur la création d'une culture de la « protection civile » pour faire face aux urgences susceptibles de survenir chez les Canadiens et les Canadiennes. Pour soutenir ses efforts au chapitre de la politique et du marketing, un sondage téléphonique réalisé auprès de 2 500 personnes en novembre 2005 a permis d'analyser leur degré de préparation et leur attitude en cas d'urgence ainsi que leurs connaissances de la protection civile. Pour compléter l'enquête initiale, une étude qualitative auprès de groupes de consultation menée dans cinq villes canadiennes a permis d'explorer des questions de protection civile. Parmi ces questions figurait une ébauche de guide de protection civile; le guide a été rendu public durant la Semaine de la protection civile, du 7 au 13 mai 2006.

L'abonnement permanent de SPPCC à l'étude intitulée *The Security Monitor* a orienté sa recherche quantitative vers l'approfondissement et le suivi des attitudes des Canadiens et des Canadiennes dans les domaines de la protection civile, de la sécurité nationale et des services de police autochtones.

Au cours de l'exercice 2006-2007, SPPCC prévoit effectuer de la recherche sur l'opinion publique et des consultations de son propre chef et en collaboration avec d'autres gouvernements, ministères et organismes du secteur privé.

La recherche de suivi sur la protection civile aidera à évaluer l'incidence de la campagne de marketing social du Ministère. En outre, chercher à connaître les impressions du public, ses attitudes et ses intentions comportementales sur des questions spécifiques de gestion des urgences, comme une pandémie, permettront de guider et d'aider les planificateurs et les planificatrices d'urgence dans l'élaboration de politiques et de programmes qui sauront répondre aux attentes et seront plus faciles à appliquer.

Le Ministère fera aussi de la recherche sur l'opinion publique visant à contribuer à la gestion efficace de la sécurité nationale canadienne. Les domaines possibles d'étude comprennent les initiatives ou les processus en vue de réduire les menaces connues à la sécurité; le travail se rapportant au renseignement de sécurité au niveau national et international; les mesures de sécurité à la frontière; et la collaboration avec les gouvernements étrangers, en particulier les États-Unis, sur les questions communes de sécurité.

Alors que le gouvernement poursuit ses efforts pour réduire la criminalité et réformer le système de justice pénale, il sera utile de découvrir quelles attitudes adoptent les Canadiens et les Canadiennes envers divers types de crimes, les efforts de maintien de l'ordre, les services d'aide aux victimes, les sanctions pénales, les programmes de réinsertion sociale des délinquants et les questions d'intégrité des frontières.

Et enfin, comprendre les vues du public sur ce qui constituerait des correctifs efficaces sera utile pour jauger tout changement d'attitude et tout niveau d'appui depuis l'étude préliminaire datant de deux ans.

Patrimoine canadien

En 2005-2006, le ministère du Patrimoine canadien commandait de la recherche sur l'opinion publique qui comprenait deux sondages à grande échelle sur les attitudes et les impressions des Canadiens et des Canadiennes. Une étude avait pour objet les langues officielles du Canada et l'autre les industries canadiennes de la musique et du cinéma. Les deux études étaient conçues pour fournir des comparaisons avec des conclusions antérieures et pour aider à cibler toute nouvelle tendance de l'opinion publique sur ces sujets.

Au cours de l'année, Patrimoine canadien s'est abonné à *Diversity in Canada*, une étude multiclients fournie par Solutions Research Group (SRG). C'était la première fois qu'une société canadienne de recherche sur l'opinion publique lançait une étude multiclients en plusieurs langues, autres que le français et l'anglais, et ciblait les communautés ethnoculturelles. SRG a tenu de longues consultations avec le Ministère, tirant parti de son expertise et de ses connaissances des questions reliées à la diversité culturelle au Canada. Après pratiquement deux ans de travail de conception de la part de SRG, Patrimoine canadien a accès à une base de données riche et unique à faible coût, qui résulte des partenariats établis au sein du Ministère, avec d'autres ministères du gouvernement et par SRG elle-même.

Le sondage était basé sur 3 000 interviews téléphoniques, faites entre juin et août 2005, avec des personnes âgées de 15 ans et plus à Toronto, Montréal et Vancouver. Les groupes cibles et les langues dans lesquelles les interviews ont eu lieu comprennent :

- les Chinois (cantonais, mandarin, anglais);
- les Asiatiques du Sud (punjabi, hindi, urdu, anglais);
- les Canadiens noirs (français, anglais);
- les Hispaniques (espagnol, français, anglais);
- les Italiens (français, anglais, italien);
- les Canadiens originaires d'Asie occidentale/les Canadiens d'origine arabe (français, anglais).

Les groupes cibles combinés représentaient environ 4 millions de Canadiens et de Canadiennes vivant dans les trois métropoles en 2005.

En 2006-2007, la recherche sur l'opinion publique demeurera une importante source d'information pour le Ministère, appuyant la recherche stratégique et l'élaboration de programmes, la mesure du rendement de ses sites Web.

Transports Canada

Le programme de recherche sur l'opinion publique de Transports Canada a pris de l'ampleur ces dernières années, alors que le Ministère reconnaît de plus en plus l'importance et la valeur d'être à l'écoute des Canadiens et des Canadiennes.

En 2005-2006, le Ministère a poursuivi son travail dans le domaine de la sécurité et de la sûreté des transports en terminant la Vague V du *Sondage sur les perceptions et les attitudes des Canadiens touchant la sécurité et la sûreté du transport aérien en général au Canada*. Ce sondage annuel fournit d'importants indicateurs de perceptions sur la sécurité aérienne et la sûreté des voyages aériens au Canada. L'année dernière, le Ministère a également mené une étude nationale d'envergure auprès d'un groupe cible sur plusieurs questions de transport se rapportant à la sécurité nationale.

Le Ministère a également fait, au cours de l'année, des études personnalisées sur la manière dont le public percevait la gestion de la vitesse et les appareils de commande électronique.

En 2005-2006, Transports Canada s'est abonné à plusieurs études multiclients conçues pour faire le suivi des points de vue et des valeurs des Canadiens et des Canadiennes au sujet du rendement du gouvernement, des grands enjeux politiques, des tendances économiques et sociales, de la sécurité routière et de la sécurité publique.

À titre de contribution au développement du plan de communications stratégiques du Ministère, plusieurs interviews et études menées auprès de groupes cibles portaient sur les points de vue des gestionnaires et du personnel sur les questions de communications.

Les essais relatifs aux communications dans le cadre des campagnes de sensibilisation, de publicité et de rayonnement faisaient aussi partie du programme de recherche en opinion publique de l'année.

Enfin, on a réalisé un certain nombre d'études d'évaluation et de convivialité en préparation aux révisions qui seraient apportées aux sites Internet et intranet de Transports Canada et au lancement du portail sur les transports.

Sociétés de recherche

Principales sociétés de recherche pour la coordination de l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 501	62
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 457	44
IPSOS REID	1 810	57
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

En 2005-2006, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 61 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique, que ce soit en recherche personnalisée ou en études multiclients. Le gouvernement fédéral considérait Les Associés de recherche EKOS comme le fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du

nombre de projets (96) et de la valeur du marché (5,3 millions de dollars). Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 62 projets et une valeur approximative du marché de 3,5 millions de dollars. Onze sociétés avaient mené dix projets ou plus chacune.

Pour une liste complète des sociétés, veuillez consulter l'annexe II (p. 35).

Principales sociétés de recherche pour la coordination de la recherche personnalisée

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 118	58
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 135	53
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 000	40
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 289	36
IPSOS REID	1 458	35
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	990	23
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15

Les Associés de recherche EKOS comptaient le plus grand nombre de projets de recherche personnalisée (58) en 2005-2006, la valeur des marchés attribués à cette entreprise totalisant 4,1 millions de dollars. Le Centre de recherche Décima se classait au deuxième rang, ayant entrepris

53 projets de recherche personnalisée dont la valeur atteignait 3,1 millions de dollars. Environics Research Group occupait le troisième rang avec 40 projets de recherche personnalisée évalués à 3 millions de dollars.

Principales sociétés de recherche pour la coordination des études multiclients

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	1 183
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	500
IPSOS REID	352
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	203
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	167
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	105
D-CODE	54
MCALLISTER OPINION RESEARCH	50
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	45
GLOBESCAN	42

En 2005-2006, les ministères et les organismes du gouvernement se sont abonnés à des études multiclients entreprises par 19 sociétés de recherche différentes. Les études multiclients des Associés de recherche EKOS représentaient 41 % de la valeur totale du marché des abonnements de l'administration fédérale. Les principales études multiclients d'EKOS comprenaient *The Security Monitor*, *Rethinking Government* et *Rethinking the Information Highway*.

Environics Research Group se classait à nouveau au deuxième rang durant l'exercice financier, ses principales études étant les suivantes : *Focus Canada* et *North of 60 and Remote Community Monitor*. Les études ayant pour titre *Trend Report* et *Rebrancher le gouvernement avec les jeunes* plaçaient Ipsos Reid au troisième rang des sociétés les plus actives ayant produit des études multiclients en 2005-2006.

Pour un aperçu thématique des études multiclients, veuillez consulter l'annexe III (p. 38).

Pour de plus amples renseignements

Le présent rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada durant l'exercice financier 2005-2006.

Si vous avez des commentaires ou des questions, veuillez communiquer avec nous à l'adresse suivante :

Direction de la recherche en opinion publique

Direction générale des services d'information du gouvernement
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
155, rue Queen, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1A 0S5

Téléphone : 613-943-5130

Télécopieur : 613-947-1818

Courrier électronique : por-rop@tpsgc.gc.ca

Annexes



Annexe un

Liste complète des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
SANTÉ CANADA (Y COMPRIS L'AGENCE DE SANTÉ PUBLIQUE DU CANADA)	6 575	89
RESSOURCES HUMAINES ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES CANADA*	3 029	49
RESSOURCES NATURELLES CANADA	1 586	37
AGENCE DU REVENU DU CANADA	1 577	25
DÉFENSE NATIONALE	1 094	17
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA†	1 018	13
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	1 001	18
SÉCURITÉ PUBLIQUE ET PROTECTION CIVILE CANADA	905	14
PATRIMOINE CANADIEN	815	21
TRANSPORTS CANADA	803	17
FINANCES CANADA	798	12
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	791	21
INDUSTRIE CANADA	771	21
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	709	10
ENVIRONNEMENT CANADA	673	14
DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA*	578	11
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	435	16
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	364	7
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	338	7
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	299	5
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	292	6
AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA	237	6

Liste complète des ministères et organismes pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 (suite)

Ministère ou organisme	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
PARCS CANADA	226	9
JUSTICE CANADA, MINISTÈRE DE LA	187	7
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	175	6
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA	155	2
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	145	5
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	138	7
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	130	3
PASSEPORT CANADA	120	1
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	117	10
BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES CANADA	114	3
STATISTIQUE CANADA	107	5
SERVICE CORRECTIONNEL DU CANADA	94	2
AGENCE DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES DE LA FONCTION PUBLIQUE DU CANADA	83	2
AGENCE SPATIALE CANADIENNE	78	2
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	49	3
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	44	3
SERVICE CANADIEN DU RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	43	3
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	40	2
COMMISSARIAT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA	38	1
COMITÉ DE SURVEILLANCE DES ACTIVITÉS DE RENSEIGNEMENT DE SÉCURITÉ	30	1
COMMISSION CANADIENNE DE SÛRETÉ NUCLÉAIRE	25	1
COMMISSION DES RELATIONS DE TRAVAIL DANS LA FONCTION PUBLIQUE	13	1
COMMISSION CANADIENNE DES DROITS DE LA PERSONNE	8	1

Notes

* Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que Ressources humaines et Développement des compétences Canada fusionnerait avec Développement social Canada pour créer le nouveau Ressources humaines et Développement social Canada.

† Le 6 février 2006, le premier ministre a annoncé que ces deux ministères fusionneraient.

Annexe deux

Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	5 302	96
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 501	62
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	3 140	54
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	2 457	44
IPSOS REID	1 810	57
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 413	14
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 199	20
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	1 034	27
THE STRATEGIC COUNSEL	955	15
SAGE RESEARCH	909	15
MILLWARD BROWN GOLDFARB	871	9
TNS CANADIAN FACTS	623	12
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	561	8
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	373	3
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	313	2
DATA PATH SYSTEMS	251	1
WESTERN OPINION RESEARCH	248	4
GPC INTERNATIONAL	207	8
L'INSTITUT DES SERVICES AXÉS SUR LES CITOYENS	203	5
POLLARA	183	3

Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
ALDERSON-GILL AND ASSOCIATES CONSULTING	117	1
CROP (CENTRE DE RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE)	112	4
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	79	4
D-CODE	78	2
DECISION PARTNERS	78	1
MCALLISTER OPINION RESEARCH	50	3
LÉGER MARKETING	46	3
RÉSEAU CIRCUM	46	2
GLOBESCAN	42	4
INTERVISTAS CONSULTING	37	1
FONDATION DE RECHERCHES SUR LES BLESSURES DE LA ROUTE AU CANADA	32	1
LE GROUPE ANTIMA	27	1
FLEISHMAN-HILLARD CANADA	26	3
CONSULTANT PRAXIS	25	1
DELTA MEDIA	25	1
MARITZ RESEARCH	25	1
CAL (CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET LOGISTIQUE CANADA)	25	1
THE PRAXIS GROUP	25	1
BRENDAN BUCHANAN	24	1
SOLUTIONS RESEARCH GROUP	23	1
YOUTHOGRAPHY	22	1

Liste complète des sociétés de recherche pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2005-2006 (suite)

Société	Valeur du marché (en milliers de dollars)	Nombre de projets
DUXBURY, DR. LINDA	21	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	21	1
CRIC (CENTRE DE RECHERCHE ET D'INFORMATION SUR LE CANADA)	19	1
CATA (CANADIAN ADVANCED TECHNOLOGY ALLIANCE)	19	1
DESROSIERS AUTOMOTIVE CONSULTANTS	18	1
CENTRALE RENCON CENTRAL	17	1
LBC CONSULTING SERVICES	16	1
BRISTOL GROUP	16	1
OUTCROP NUNAVUT	16	1
SQM GROUP	16	1
CLAROS RESEARCH CORPORATION	16	1
VISION RESEARCH	16	1
LE CONFERENCE BOARD DU CANADA	15	1
SOM INC.	13	1
REDFERN RESEARCH	11	1
RÉJEAN PELLETIER	11	1
GMI	11	1
SINTERRA	10	1
DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE	6	1
CLEAR PICTURE CORPORATION	1	1

Annexe trois

Aperçu thématique des études multiclients en 2005-2006

Le gouvernement du Canada s'est abonné à diverses études multiclients portant sur une gamme de questions. Une liste de ces études se trouve ci-dessous. Elles sont regroupées par thème.

Aperçus de l'opinion publique nationale

3SC (CROP)

Engage Canada: Citizen Regeneration Phase II
(D-Code)

Focus Canada, 2005
(Environics Research Group)

Focus 50+ Monitor
(Environics Research Group)

Government Service and Satisfaction
(Ipsos Reid)

Canadian Environmental Monitor
(GlobeScan)

Rethinking Citizen Engagement
(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Government
(Les Associés de recherche EKOS)

The Ipsos Trend Report Canada
(Ipsos Reid)

The Environmental Monitor
(McAllister Opinion Research)

Canadian SME Report
(Corporate Research Associates)

Rapports régionaux

Options for Western Canada
(Ipsos Reid)

Atlantic Omnibus Report
(Corporate Research Associates)

North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)

Saskatchewan First Nations High School Student Survey
(Western Opinion Research)

CROP-Express
(CROP)

Focus Ontario
(Environics Research Group)

Trend Report: British Columbia
(Ipsos Reid)

Enjeux internationaux

Corporate Social Responsibility Monitor
(GlobeScan)

Rethinking North America: The Road Ahead
(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace
(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Energy and Sustainable Development
(Les Associés de recherche EKOS)

Anholt-GMI Nation Brands Index
(GMI)

Security, Canada and a Changing World: The New Public Outlook
(Les Associés de recherche EKOS)

Enjeux relatifs à la santé

Canadians' Reaction to Avian Flu

(Ipsos Reid)

Health Insider

(IBM Business Consulting Services)

Canadians and Drinking Water

(Ipsos Reid)

Haute technologie, innovation et Internet

The Canadian Inter@active Reid Report

(Ipsos Reid)

Rethinking the Information Highway

(Les Associés de recherche EKOS)

Answering the Call: Improving the

Telephone Channel for Canadians

(L'Institut des services axés sur les citoyens)

Société

Premières nations vivant dans les réserves

(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Science and Society

(Les Associés de recherche EKOS)

Reconnecting Government With Youth

(Ipsos Reid)

2005 Portrait of Canadian Leisure Travellers

(InterVISTAS Consulting)

GPC Young Canada Survey

(GPC International)

Sécurité

The Security Monitor

(Les Associés de recherche EKOS)

The Road Safety Monitor

(Fondation de recherches sur les

blessures de la route au Canada)

Security, Canada and a Changing World:

The New Public Outlook

(Les Associés de recherche EKOS)

Affaires et questions d'ordre économique

Business in the North

(Fleishman-Hillard)

Corporate Connection

(Phoenix Strategic Perspectives)

2005 Small Business Trends:

Financial Services

(Ipsos Reid)

Taking Care of Business 2

(L'Institut des services axés sur les citoyens)

Marketing et communications

Diversity in Canada

(Solutions Research Group)

Public Opinion and Ottawa: Canadians

Appraise Federal Government One Year Later

(Centre de recherche Décima)

Annexe quatre

Offres à commandes et arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

La Direction de l'approvisionnement en communication de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, en collaboration avec la Direction de la recherche en opinion publique, a établi une série d'outils de passation des marchés pour répondre aux besoins en recherche nationale sur l'opinion publique, lesquels seront valides jusqu'au 12 mai 2007. Ces outils ont été établis à l'aide d'un processus concurrentiel.

Offres à commandes de 2004 à 2007

Série A – Recherche qualitative

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

Série B – Recherche quantitative

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

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

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

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Série A – Recherche qualitative

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

Série B – Recherche quantitative

- Centre de recherche Décima
- Cogem Recherche
- Compas
- Corporate Research Associates
- Corum Recherche
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid
- Jolicœur & Associés
- Léger Marketing
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- SES Canada Research
- Stratégie Organisation et Méthode (SOM)
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Centre de recherche Décima
- Corporate Research Associates
- Environics Research Group
- GPC Canada
- Ipsos Reid
- Les Associés de recherche EKOS
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils
- Phoenix Strategic Perspectives
- Pollara
- R.A. Malatest & Associates
- The Earncliffe Strategy Group
- The Strategic Counsel
- TNS Canadian Facts

Offres à commandes de 2004 à 2007

On peut employer les offres à commandes pour des projets ne dépassant pas 200 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils de passation des marchés permettent aux ministères et aux organismes d'obtenir des services de ROP de façon efficace et efficiente auprès de sociétés de recherche qualifiées, et ce, à des prix et des conditions générales prédéterminés. On s'en sert principalement pour réaliser des projets simples ou des projets dont le délai de livraison est critique.

Arrangements en matière d'approvisionnement de 2004 à 2007

Les arrangements en matière d'approvisionnement favorisent la concurrence entre tous les fournisseurs quand il s'agit de projets de dépassant pas 400 000 \$ (TPS et TVH comprises). Ces outils servent principalement en cas de projets complexes exigeant des approches de recherche personnalisée.

Pour consulter des documents sur les offres à commandes ou les arrangements en matière d'approvisionnement, rendez-vous sur le site Web d'Accès entreprises Canada à l'adresse suivante : <http://contratscanada.gc.ca>.