

NUMÉRO D'ENREGISTREMENT POR: POR 101-16  
NUMÉRO DE CONTRAT DE PWGSC: 35035-165059/001/CY  
DATE D'ATTRIBUTION DU CONTRAT: 26 JANVIER 2017  
DATE DE LIVRAISON: 2 JANVIER 2019

180 Bloor Street West | Suite 1400 | Toronto ON | M5S 2V6

**BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ**  
**SUIVI CONTINU DES OPINIONS DES CANADIENS**  
**SOMMAIRE EXÉCUTIF TRIMESTRIEL (Q4 2018)**

**PRÉPARÉ PAR:** FORUM RESEARCH INC.  
**PRÉPARÉ POUR:** BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ

# CONTENU

1.	SOMMAIRE EXÉCUTIF .....	2
1.1.	INTRODUCTION .....	2
1.2.	BUT DE L'ÉTUDE .....	2
1.3.	OBJECTIFS DE L'ÉTUDE .....	2
1.4.	APPROCHE GLOBALE .....	2
1.5.	CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE .....	2
1.6.	CONCEPTION DE L'ÉCHANTILLON .....	3
1.7.	PONDÉRATION .....	3
1.8.	GÉNÉRALISATION DES DONNÉES .....	3
1.9.	RÉSULTATS DE L'ÉTUDE .....	3
1.10.	VALEUR TOTALE DU CONTRAT .....	3
1.11.	DÉCLARATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE .....	3

# 1. SOMMAIRE EXÉCUTIF

## 1.1. INTRODUCTION

La firme Forum Research a été chargée de réaliser un sondage auprès des Canadiens couvrant des sujets importants pour le Bureau du conseil privé et le gouvernement du Canada. Le sondage touchait les perceptions et les opinions des Canadiens concernant des sujets pertinents pour la population canadienne. Le présent rapport concerne les détails méthodologiques de l'étude portant sur la période du 1 octobre 2018 au 15 décembre 2018. Ceci est la troisième des quatre rapports qui seront soumis dans le cadre de ce contrat pour 2018.

## 1.2. BUT DE L'ÉTUDE

L'objectif de cette étude est de fournir au Bureau du conseil privé des renseignements touchant les perceptions et les opinions des Canadiens sur une variété de sujets. Le Bureau du conseil privé assume trois rôles principaux dans son mandat au service du pays et des Canadiens et Canadiennes :

- Fournir des conseils non partisans au premier ministre, aux ministres des différents portefeuilles, au cabinet et aux comités du cabinet sur des sujets d'importance nationale et internationale.
- Soutenir le fonctionnement harmonieux du processus de prise de décision du cabinet et faciliter la mise en œuvre du programme du gouvernement.
- Favoriser une fonction publique responsable et performante.

## 1.3. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Les objectifs de recherche principaux de cette étude sont les suivants :

- Prendre le pouls de l'opinion publique concernant les questions les plus cruciales partout au Canada.
- Évaluer l'avis des Canadiens concernant la manière la plus avisée d'approcher certains enjeux actuels.
- Déterminer les enjeux les plus pressants de l'avis du public.
- Mesurer la perception du public concernant la meilleure façon pour le gouvernement de présenter son engagement continu à relever les défis actuels et les plus pressants.
- Fournir des renseignements sur les tendances historiques des résultats hebdomadaires afin de faire ressortir toute fluctuation de l'opinion publique

## 1.4. APPROCHE GLOBALE

Dans sa demande de proposition, le Bureau du conseil privé stipulait des exigences précises régissant la réalisation du sondage. Le sondage a été effectué au moyen de la méthode de l'interview téléphonique assisté par ordinateur (ITAO), dans les deux langues officielles, auprès de la population canadienne.

## 1.5. CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE

Le Bureau du conseil privé a fourni à Forum Research une version préliminaire du questionnaire. Le questionnaire a été modifié sur une base hebdomadaire (à la demande du Bureau du conseil privé) en raison de la nature dynamique des enjeux importants affectant les Canadiens. Forum Research a collaboré avec l'équipe de projet du Bureau du conseil privé afin d'examiner le questionnaire, en portant

une attention particulière à la formulation des questions, à leur ordre, ainsi qu'au déroulement général du sondage. Le sondage a fait l'objet d'un prétest hebdomadaire (les samedis et dimanches) avant la collecte des données (du lundi au vendredi), à la demande du Bureau du conseil privé. Les prétests hebdomadaires visaient à obtenir 20 réponses complètes, 10 en français et 10 en anglais. Les prétests pouvaient être observés en direct par le Bureau du conseil privé, et les enregistrements des interviews étaient partagés avec le Bureau du conseil privé, sur demande. Un examen approfondi du déroulement et de la logique du sondage, ainsi que de la conception du questionnaire, a été effectué à la fois par Forum Research et par le Bureau du conseil privé.

## 1.6. CONCEPTION DE L'ÉCHANTILLON

À l'aide de l'interview téléphonique assisté par ordinateur (ITAO) et de la composition aléatoire (CA), Forum Research a échantillonné des téléphones fixes (48 %) et des téléphones cellulaires (52 %), et a obtenu un échantillon hebdomadaire moyen de  $n = 500$ .

## 1.7. PONDÉRATION

Forum a appliqué une stratégie de pondération (fondée sur les données du recensement de Statistique Canada de 2016), laquelle est équilibrée selon :

- l'âge;
- le sexe;
- la région.

La pondération a été effectuée à la fin de chaque période de collecte de données hebdomadaire avec les données recueillies durant la semaine. Comme les fichiers de données étaient cumulatifs, les données pondérées précédemment n'étaient pas repondérées.

## 1.8. GÉNÉRALISATION DES DONNÉES

L'échantillon hebdomadaire peut être extrapolé pour la population canadienne avec une marge d'erreur de  $\pm 4,38\%$ , 19 fois sur 20. Les données ont été recueillies à l'aide d'une méthode d'échantillonnage aléatoire, et pondérées en fonction des données de Statistique Canada (2016). Ainsi, ces données sont de la plus haute qualité possible, et elles reflètent précisément (à l'intérieur de la marge d'erreur) les opinions des Canadiens.

## 1.9. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Il est prévu que les conclusions de l'étude seront utilisées pour informer le gouvernement du Canada sur les opinions des Canadiens concernant d'importantes questions nationales et internationales.

## 1.10. VALEUR TOTALE DU CONTRAT

La valeur totale du contrat s'élève à 360 198,80 \$.

## 1.11. DÉCLARATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE

J'atteste, par les présentes, à titre d'agent principal de Forum Research Inc., que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Directive sur la

gestion des communications - Annexe C (Annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique).

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature : 