



Au service du  
**GOUVERNEMENT,**  
au service des  
**CANADIENS.**

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

**RAPPORT ANNUEL 2011-2012**



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

## Rapport annuel 2011-2012

Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC)  
Hiver 2013

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Veuillez au préalable obtenir une permission écrite de TPSGC si vous désirez faire usage de ce document à toute autre fin. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec la Direction de la recherche en opinion publique au 613-995-9837.

*La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada – Rapport annuel 2011-2012* se trouve en ligne à :  
<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/rapports-reports/2011-2012/tdm-toc-fra.html>.

Numéro de catalogue : P100-1/2012F-PDF  
ISSN : 1715-9067

## Introduction

Ce rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique faisant l'objet d'un marché dans toute l'administration fédérale<sup>1</sup>, lesquelles furent coordonnées par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada au nom des ministères durant l'exercice financier 2011-2012. Notre travail sous-tend l'engagement du gouvernement afin que les activités de recherche sur l'opinion publique soient bien coordonnées, transparentes et représentent le meilleur rapport qualité-prix pour les contribuables.

### ***Définition de la recherche sur l'opinion publique***

Au gouvernement du Canada, la recherche sur l'opinion publique est la collecte planifiée, par une institution du gouvernement ou en son nom, des opinions, attitudes, perceptions, jugements, sentiments, idées et réactions ou avis destinés à répondre aux besoins du gouvernement, que cette information soit réunie auprès de personnes (y compris les employés d'institutions du gouvernement), de représentants d'entreprises, d'institutions ou d'autres entités, grâce à des méthodes quantitatives ou qualitatives sans tenir compte de la taille ou du coût<sup>2</sup>.

La recherche sur l'opinion publique (ROP) est une précieuse source d'information employée par le gouvernement du Canada pour intégrer l'opinion du citoyen à la conception, à la mise en œuvre et à l'évaluation des politiques, des programmes et des services. Ces documents procurent un aperçu utile des connaissances, des avis et des besoins actuels des Canadiens quand elles s'appliquent à d'importants enjeux comme la santé et la sécurité des enfants, la création d'emplois, la croissance économique, la salubrité des aliments, le soutien aux anciens combattants et les mauvais traitements à l'égard des aînés. La ROP se fonde sur des méthodes fiables, impartiales et systématiques pour recueillir les opinions de l'ensemble des Canadiens ou de ceux qui pourraient être le plus affectés par des programmes, des politiques et des activités du gouvernement du Canada en particulier. Elle donne aussi la possibilité d'obtenir de la rétroaction en temps réel qui s'avère utile pour la population en période d'urgence ou de crises évoluant rapidement. Les renseignements recueillis sont utilisés pour mieux comprendre les besoins et les attentes des Canadiens, et leur fournissent un moyen de participer à la discussion permanente entre eux et leur gouvernement.

Les résultats recueillis grâce à la ROP sont employés pour développer et évaluer des politiques, des programmes, des services et des initiatives. Grâce à eux, le gouvernement peut mesurer ses progrès en matière d'amélioration de la qualité du service, et planifier et évaluer les communications, la publicité et d'autres activités. Cela contribue à faire en sorte que les activités gouvernementales atteignent les résultats escomptés, soient bien gérées et satisfassent aux besoins des Canadiens et des Canadiennes.

<sup>1</sup> La recherche sur l'opinion publique est obligatoire pour les ministères désignés aux annexes I, I.1 et II de la [Loi sur la gestion des finances publiques](#) sauf si des lois, des règlements ou des décrets les en excluent. Les agents du Parlement sont exemptés en vertu des dispositions couvrant la ROP.

<sup>2</sup> Voir la *Politique de communication du gouvernement du Canada*, 2012, qui se trouve en ligne à : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12316&section=text#sec5.8>.

## Rétrospective de l'année

La recherche sur l'opinion publique entreprise par le gouvernement du Canada se divise selon les trois domaines d'application suivants :

- Mieux servir les Canadiens et les Canadiennes;
- Tenir compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes;
- Informer les Canadiens et les Canadiennes.

En 2011-2012, 100 projets furent réalisés au total. De ce nombre, 34 visaient à comprendre comment la population canadienne perçoit les services du gouvernement et à évaluer sa satisfaction à l'égard des services fournis; 27 étaient achevés pour renforcer les politiques et développer des initiatives en matière de communications qui tiennent compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes; et 39 fournissaient au gouvernement du Canada de l'information sur ses efforts pour aider à tenir les Canadiens et Canadiennes informés de ses programmes, de ses politiques et de ses services (voir le tableau 1).

**Tableau 1 : Domaines d'application de la recherche sur l'opinion publique faisant l'objet d'un marché**

	Valeur du marché <sup>3</sup>	En pourcentage de la valeur du marché	Nombre de projets <sup>3</sup>
Mieux servir les Canadiens et les Canadiennes	2 683 961 \$	41 %	34
Tenir compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes	2 061 329 \$	32 %	27
Informer les Canadiens et les Canadiennes	1 768 534 \$	27 %	39
<b>Total :</b>	<b>6 513 824 \$</b>	<b>100 %</b>	<b>100</b>

### Mieux servir les Canadiens et les Canadiennes

La ROP est employée pour saisir comment la population perçoit les politiques, les programmes et les services du gouvernement et mesurer son taux de satisfaction à l'égard des services fournis. Elle aide également à comprendre comment les Canadiens se situent par rapport à ces politiques, ces programmes et ces services. Le gouvernement utilise cette information pour concevoir et adapter ses

<sup>3</sup> Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1<sup>er</sup> avril 2011 et le 31 mars 2012 (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés conclus durant des années financières antérieures).

services afin d'atteindre des résultats et, par conséquent, mieux servir les Canadiens et les Canadiennes. Cela comporte les activités suivantes :

- **Qualité du service et satisfaction de la clientèle** : Ce type de recherche aide le gouvernement à comprendre les expériences faites par les utilisateurs, leurs champs d'intérêt et leurs priorités en matière de services, les domaines clés nécessitant une amélioration ou du changement, les facteurs responsables de la satisfaction de la clientèle et les sources optimales d'information pour les clients, de même que les tendances actuelles et futures. Ce type d'étude comprend également des recherches qui appuient un environnement de travail plus productif.
- **Évaluation en matière de politique et de programme** : Le gouvernement a recours aux méthodes de recherche comme les sondages et les groupes de discussion pour évaluer l'efficacité et les avantages des programmes et des services ainsi que les facteurs liés à leur utilité.

Comme l'indique le tableau 1, les études réalisées afin de mieux servir les Canadiens et les Canadiennes représentaient 34 projets et 41 % de la valeur totale du marché de la ROP durant l'exercice 2011-2012. Les études de cette catégorie ont été utilisées pour aider le gouvernement à fournir des services à une population diversifiée.

## Tenir compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes

Le gouvernement se sert de la ROP pour déterminer le besoin en matière de politiques et de programmes nouveaux ou modifiés. Cela lui permet de mieux comprendre la perspective du public sur un sujet donné, d'acquérir des connaissances sur les avis des Canadiens pour l'aider à concevoir et à réaliser des programmes, et de dégager les meilleures approches pour les joindre. Cela comprend les activités suivantes :

- **Élaboration de politiques** : Le gouvernement recueille de l'information sur les attitudes et les opinions afin d'élaborer des politiques publiques qui reflètent les besoins et les désirs des Canadiens et des Canadiennes ou de groupes particuliers d'intervenants touchés par ces politiques.
- **Étude de marché** : Ce type de recherche comprend la collecte d'information sur les attitudes, les opinions et les attributs d'un produit qui facilitera la conception et la prestation de programmes et de services et, dans certains cas, la prise de décisions concernant les frais d'utilisation.
- **Développement de plans de communication** : Ce type de recherche mesure la sensibilisation, les attitudes et les intentions comportementales en vue du développement de plans de communication. Il contribue à déterminer les meilleures approches pour joindre le public et aide à concevoir et à perfectionner les modes de diffusion de l'information comme les guides et les brochures.

Comme l'indique le tableau 1, les études réalisées afin de « Tenir compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes » représentaient 27 projets et 32 % de la valeur totale du marché de ROP durant l'exercice 2011-2012. Les études de cette catégorie ont été utilisées pour aider le gouvernement à exécuter des politiques et des programmes pour les Canadiens et les Canadiennes.

## Informer les Canadiens et les Canadiennes

Le gouvernement a le devoir d'expliquer ses politiques et ses décisions, et d'informer les Canadiens et les Canadiennes de ses programmes et de ses services. La ROP aide à faire en sorte que l'information relative aux politiques, aux programmes et aux services soit claire, concise et cherche à atteindre les publics appropriés. Cela comprend ce qui suit :

- **Mise à l'essai de produit de communication** : Ce type de recherche comprend l'évaluation des concepts, des messages, du contenu et des éléments de conception graphique.
- **Prétests de la publicité** : Le gouvernement du Canada fait des prétests de la publicité associée aux principales campagnes pour s'assurer que les fonds sont judicieusement investis et que les Canadiens et les Canadiennes comprennent les messages du gouvernement. Les prétests sont obligatoires pour les campagnes dont l'achat média s'élève à 400 000 \$ ou plus<sup>4</sup>.
- **Post évaluation de la publicité** : Les post évaluations visant la publicité sont utilisées pour mesurer le rappel et la reconnaissance de celle-ci, de même que les changements d'attitude et de comportement résultant des principales campagnes. Les post évaluations de la publicité sont obligatoires pour les campagnes dont l'achat média atteint un million de dollars ou plus<sup>5</sup>. L'information provenant de ces études sert à améliorer la planification et le développement d'autres campagnes d'information.
- **Essais de convivialité de sites Web** : La recherche portant sur les sites Web comprend la mise à l'essai de pages Web nouvelles ou révisées, y compris leur fonctionnalité, leur perspective globale et leur utilité. Les ministères du gouvernement vérifient le contenu, le format, les caractéristiques et la facilité de naviguer sur les sites Web pour s'assurer qu'ils satisfont aux besoins des utilisateurs visés, plus particulièrement le public canadien.

Comme l'indique le tableau 1, les études réalisées pour « Informer les Canadiens et les Canadiennes » représentaient 39 projets et 27 % de la valeur totale du marché de ROP durant l'exercice 2011-2012. Les études de cette catégorie ont été utilisées pour aider le gouvernement à tenir les Canadiens et les Canadiennes informés des politiques, des programmes et des services de leur gouvernement.

<sup>4</sup> Voir la section intitulée « Procédure de planification, d'évaluation et d'attribution de marchés de services et d'évaluation en ce qui a trait à la publicité » dans la *Procédures de la Politique de communication du gouvernement du Canada*, 2008, qui se trouve en ligne à : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12321&section=text#cha6>.

<sup>5</sup> Voir la section intitulée « Procédure de planification, d'évaluation et d'attribution de marchés de services et d'évaluation en ce qui a trait à la publicité » dans la *Procédures de la Politique de communication du gouvernement du Canada*, 2008, qui se trouve en ligne à : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12321&section=text#cha6>.

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

La [Politique de communication du gouvernement du Canada](#), émanant du Conseil du Trésor, constitue un cadre pour faire de la recherche sur l'opinion publique (ROP) afin de s'assurer que les activités de ROP soient bien coordonnées, transparentes et optimisent les ressources. La politique est obligatoire pour les ministères désignés aux annexes I, I.1 et II de la [Loi sur la gestion des finances publiques](#) sauf si des lois, des règlements ou des décrets les en excluent. Les institutions suivantes sont exemptées en vertu des dispositions couvrant la ROP :

- Bureau du vérificateur général du Canada;
- Bureau du directeur général des élections;
- Commissariat au lobbying du Canada;
- Commissariat aux langues officielles;
- Commissariats à l'information et à la protection de la vie privée du Canada;
- Commissariat à l'intégrité du secteur public du Canada.

## Organismes ayant une responsabilité en recherche sur l'opinion publique

La [Politique de communication du gouvernement du Canada](#) attribue les responsabilités suivantes à des organismes clés en ROP :

Les **ministères** se trouvent au centre du processus global. Ils sont responsables de la gestion de leurs activités de ROP ainsi que du contenu de la recherche et de la qualité globale de celle-ci. Les ministères ont aussi la responsabilité d'accepter tous les produits livrables et de payer les fournisseurs.

Le **Bureau du Conseil privé** assure un rôle de leadership, ainsi que la remise en question, l'orientation stratégique et la coordination des activités ministérielles et horizontales de la ROP.

Le **Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada** offre conseils et soutien aux ministres du Conseil du Trésor et son président dans la conception, la gestion et l'évaluation de la politique administrative. En vertu de la [Politique de communication du gouvernement du Canada](#), le Secrétariat est responsable d'élaborer, d'évaluer et d'examiner la politique de communication à l'échelle de l'administration fédérale, ce qui comprend la ROP. Le Secrétariat conseille les institutions sur l'interprétation et la mise en application des politiques, en effectue le suivi et en assure le respect.

**Bibliothèque et Archives Canada** veille à une transparence accrue en facilitant l'accès aux rapports de ROP. La BAC reçoit des exemplaires des rapports finaux des ministères dans les six mois suivant la fin de la recherche sur le terrain en ROP. Le [site Web de la BAC](#) donne accès à des sommaires bilingues et des rapports finaux de recherche sous contrat postérieurs au 1<sup>er</sup> août 2006. La **Bibliothèque du Parlement** met les rapports à la disposition des députés et des médias.

**Travaux publics et Services gouvernementaux Canada** œuvre de concert avec d'autres organismes fédéraux pour servir les Canadiens de façon efficace et économique. Le Ministère agit à titre d'autorité de coordination, d'autorité technique et d'autorité contractante pour ce qui est de la ROP au gouvernement. TPSGC exerce cette autorité par l'entremise de deux de ses directions, la Direction de la recherche en opinion publique et la Direction de l'approvisionnement en communications qui collaborent pour offrir des services homogènes aux organismes fédéraux.

- La **Direction de l'approvisionnement en communications** fournit un service commun obligatoire à titre d'autorité contractante du gouvernement en recherche sur l'opinion publique. La Direction gère le processus d'approvisionnement pour satisfaire à tous les besoins ministériels en recherche sur l'opinion publique conformément aux politiques du gouvernement du Canada; attribue et gère les marchés; et, lorsqu'il y a lieu, préside à des processus d'évaluation des soumissions qui sont ouverts, justes et transparents et les dirige.
- La **Direction de la recherche en opinion publique** fournit un service commun obligatoire à titre d'autorité technique et de coordination dans le cadre des activités de ROP. La Direction facilite la réalisation d'études en guidant les ministères clients tout au long du processus. La DRDP conseille les institutions sur les méthodologies, les normes, les exigences en matière de politiques et les instruments de recherche (p. ex. questionnaires et guides de discussion) et assigne des numéros d'enregistrement de projet. Ceci veille à ce que les objectifs de la recherche soient atteints et que la recherche entreprise soit menée conformément aux exigences en matière de lois et de politiques, ainsi qu'aux normes du gouvernement du Canada et aux normes généralement acceptées de l'industrie. La Direction contribue également au développement des compétences à l'échelle du gouvernement en offrant aux ministères des séances d'information, en élaborant des pratiques exemplaires, en concevant des outils de travail et en faisant la promotion d'activités d'apprentissage reliées à la réalisation d'une recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada.



## Annexes

### Annexe I

#### La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada : tendances dans la valeur du marché et le nombre de projets

Exercice financier	Valeur du marché <sup>1</sup>	Nombre de projets <sup>1</sup>
2011-2012	6 513 824 \$	100
2010-2011	7 902 871 \$	136
2009-2010	8 305 795 \$	148
2008-2009	8 103 886 \$	131

<sup>1</sup> Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1<sup>er</sup> avril et le 31 mars de chaque exercice (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés conclus durant des années financières antérieures).

## Annexe II

### Liste des ministères pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2011-2012

Institution gouvernementale	Valeur du marché <sup>1</sup>	Nombre de projets <sup>1</sup>
Santé Canada <sup>2</sup>	772 463,64 \$	14
Agence du revenu du Canada	674 181,82 \$	10
Défense nationale	669 405,22 \$	7
Ressources humaines et Développement des compétences Canada	567 668,69 \$	7
Ressources naturelles Canada	490 992,69 \$	4
Agriculture et Agroalimentaire Canada	417 281,04 \$	5
Anciens Combattants Canada	411 171,15 \$	6
Ministère des Finances Canada	348 242,67 \$	5
Citoyenneté et Immigration Canada <sup>3</sup>	310 358,80 \$	6
Bureau du Conseil privé	249 743,00 \$	2
Affaires étrangères et Commerce international Canada	241 118,26 \$	3
Patrimoine canadien	227 825,30 \$	6
Parcs Canada	185 912,69 \$	1
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	150 363,45 \$	2
Agence canadienne d'inspection des aliments	147 949,77 \$	4
Gendarmerie royale du Canada	122 487,31 \$	2
Bureau du surintendant des institutions financières	108 478,88 \$	3
Environnement Canada	76 348,45 \$	1
Agence de la consommation en matière financière du Canada	73 194,62 \$	2
Office des transports du Canada	60 115,44 \$	2
Bibliothèque et Archives Canada	34 965,59 \$	1
Tribunal canadien du commerce extérieur	31 866,57 \$	1
Bureau de la sécurité des transports du Canada	30 990,25 \$	1
Office national du film du Canada	27 447,70 \$	1
Statistique Canada	26 512,00 \$	1
Sécurité publique Canada <sup>4</sup>	21 953,08 \$	1
Commission des relations de travail dans la fonction publique	17 876,60 \$	1
Conseil national de recherches du Canada	16 909,32 \$	1
<b>Total :</b>	<b>6 513 824,00 \$</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1<sup>er</sup> avril 2011 et le 31 mars 2012 (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés conclus durant des années financières antérieures).

<sup>2</sup> Cela comprend les marchés conclus avec l'Agence de la santé publique du Canada. La valeur du marché comprend les projets entrepris en vertu des marchés d'autorisation de travail au cours de l'exercice 2011-2012.

<sup>3</sup> Un contrat au montant de 39 144,33 \$ a été annulé sans avoir encouru des dépenses supplémentaires. Étant donné que l'annulation du contrat a été effectuée au cours de l'exercice financier 2012-2013, cette annulation sera signalée au rapport 2012-2013.

<sup>4</sup> Cela comprend un marché conclu avec Sécurité publique et Protection civile Canada.

## Annexe III

### Liste des entrepreneurs pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2011-2012

Au total, 21 entrepreneurs ont exécuté de la ROP en 2011-2012.

Fournisseur	Valeur du marché <sup>1</sup>	Nombre de projets <sup>1</sup>
Ipsos-Reid Corporation	1 466 704,21 \$	16
Harris/Decima Inc.	1 071 657,33 \$	14
Phoenix SPI	520 485,58 \$	8
Environics Research Group	490 706,00 \$	8
Les Associés de recherche Ekos Inc.	477 986,62 \$	12
TNS Canadian Facts Inc.	407 143,43 \$	8
NRG Research Group	308 604,24 \$	3
Walker Consulting Group	282 536,15 \$	2
Gregg, Kelly, Sullivan & Woolstencroft: The Strategic Counsel	272 585,18 \$	4
Corporate Research Associates Inc.	257 432,08 \$	5
La Légion royale canadienne	220 000,01 \$	1
Phase 5	210 715,00 \$	4
Léger Marketing	162 444,28 \$	4
Nanos Research Corporation	150 256,11 \$	3
Sage Research Corporation	122 207,24 \$	2
Le Groupe Conseil Quorus Inc.	61 618,90 \$	1
Opinion Search Inc.	21 424,80 \$	1
Vision Critical Communications Inc.	16 909,32 \$	1
University of Waterloo	14 999,62 \$	1
Holinshed Research Group Inc.	-2 644,20 \$ <sup>2</sup>	1
Angus Reid Strategies	-19 947,90 \$ <sup>2</sup>	1
<b>Total :</b>	<b>6 513 824,00 \$</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1<sup>er</sup> avril 2011 et le 31 mars 2012 (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés conclus durant des exercices financiers précédents).

<sup>2</sup> En 2011-2012, un contrat a été modifié afin de réduire la valeur du marché d'un projet existant durant un exercice financier précédent. Il en est résulté une diminution nette. Il n'y a pas eu de marché de ROP conclu en 2011-2012 avec ce fournisseur.

## Annexe IV

### Segments de population joints grâce à la recherche sur l'opinion publique en 2011-2012

La ROP entreprise par le gouvernement du Canada joint de nombreux Canadiens et Canadiennes, y compris la population en général, les utilisateurs de services gouvernementaux et des segments particuliers de la population présentés dans ce tableau. Le tableau présente 36 groupes cibles précis joints par les études de ROP réalisées en 2011-2012.

Aînés
Anciens combattants
Canadiens à revenu faible et moyen
Canadiens d'autres ethnies
Chefs de ferme
Clients du gouvernement du Canada
Conseillers en éducation
Conseillers fiscaux
Conseillers juridiques et témoins
Consommateurs et acheteurs
Demandeurs de citoyenneté
Employés
Employeurs
Entrepreneurs
Entreprises
Étudiants de niveau postsecondaire
Femmes
Femmes enceintes
Fumeurs

Gardiens et fournisseurs de soins
Immigrants
Intervenants communautaires
Intervenants dans l'industrie du bois
Inuits
Jeunes
Minorités visibles
Nouveaux arrivants
Organismes d'application de la loi
Parents
Personnes ayant un handicap
Personnes ayant un faible niveau d'instruction
Personnes ayant un système immunitaire affaibli
Peuples autochtones
Peuples des Premières Nations vivant dans une réserve
Producteurs agricoles
Professionnels de première ligne

## Annexe V

### Lieux où se sont tenus les groupes de discussion en recherche sur l'opinion publique en 2011-2012

La figure 1 présente les endroits où se sont tenus les groupes de discussion pour le gouvernement du Canada en 2011-2012.



## Annexe VI

### Offres à commandes pour la recherche sur l'opinion publique

Les offres à commandes<sup>1</sup> pour la recherche sur l'opinion publique ont été émises le 1<sup>er</sup> avril 2010 et mises à la disposition des ministères pour réaliser des projets de recherche dont la valeur du marché ne dépasse pas 200 000 \$ (y compris la TVH). Ces offres à commandes ont été établies de façon concurrentielle. Les offres à commandes sont en vigueur pour la période qui s'étend du 1<sup>er</sup> avril 2010 au 31 mars 2013 avec la possibilité de deux périodes de prolongation d'une année chacune.

Les offres à commandes ont été conçues pour :

- encourager la participation des tous les genres de fournisseurs de ROP, y compris les petites, les moyennes et les grandes entreprises, les coentreprises et les entreprises se spécialisant dans les populations cibles (dont les peuples autochtones et les populations ethnoculturelles) provenant de divers emplacements géographiques;
- faire en sorte que le gouvernement du Canada ait accès à une vaste gamme de compétences spécialisées et de spécialisations en recherche sur de nombreux sujets pour ce qui est de divers groupes cibles au Canada (de cette manière, il n'y a pas eu de limites quant au nombre de firmes qui pouvaient présenter une réponse à la Demande d'offre à commandes [DOC]);
- réagir à un environnement technologique changeant rapidement, permettant l'usage de plusieurs méthodologies de recherche (y compris les techniques en ligne);
- faire place à la recherche qualitative personnalisée, à la recherche quantitative et à un mélange des deux.

Les offres à commandes sont utilisées dans la sélection directe de fournisseurs pour réaliser des projets ne dépassant pas 200 000 \$ (TVH comprise) en valeur du marché. Ces outils de passation de marchés permettent aux ministères d'obtenir des services de ROP de façon efficiente et efficace auprès de firmes de recherche qualifiées, et ce, à des prix et des conditions prédéterminés.

---

<sup>1</sup> Une offre à commandes n'est pas un contrat. Une offre à commandes est une entente conclue avec un fournisseur qui offre des biens et des services à des prix prédéterminés, selon des modalités établies. Cette entente est ouverte à l'acceptation d'un ou de plusieurs utilisateurs autorisés, au nom du gouvernement du Canada, durant une période de temps précise. Un contrat distinct est conclu chaque fois qu'on passe une commande subséquente pour la fourniture de biens et/ou la prestation de services dans le cadre d'une offre à commandes.

## Fournisseurs titulaires des offres à commandes du gouvernement du Canada pour la recherche sur l'opinion publique

DÉTENTEURS DES OFFRES À COMMANDES*	TRAVAIL SUR LE TERRAIN ET TABULATION DES DONNÉES		MISE À L'ESSAI EN LIGNE DES PUBLICITÉS	POPULATIONS CIBLES								
	TÉLÉPHONE	EN LIGNE	EN LIGNE	SÉRIE A: RECHERCHE QUALITATIVE			SÉRIE B: RECHERCHE QUANTITATIVE			SÉRIE C: RECHERCHE QUALITATIVE OU QUANTITATIVE		
				GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE	GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE	GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE
Ascentum		•		•			•			•		
Bristol Group Inc.	•			•			•			•		
Campaign Research	•											
COMPAS Inc.				•		•						
Corbin Partners Inc.				•								
Corporate Research Associates Inc.	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•
CROP INC.	•											
DataPath Systems							•					
Ekos Research Associates Inc.	•	•		•	•	•	•	•		•	•	
Environics Research Group	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•
Gadd Research Inc.			•									
Genesis Public Opinion Research Inc.				•			•			•		
Gregg, Kelly, Sullivan & Woolstencroft: The Strategic Counsel				•		•	•	•	•	•		•
Harris/Decima Inc.	•	•	•	•	•		•	•		•	•	
Holinshed Research Group Inc.	•	•					•					
HRSG				•								
Innovative Research Group Inc.	•								•			
Insightrix Research Inc.	•	•					•					
IPSOS-REID CORPORATION	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Jolicoeur & Associés	•											
Léger Marketing		•	•	•		•	•		•	•		•
MacPhie & Company Inc.				•								

\* Les noms des entreprises constituant cette annexe sont leurs noms commerciaux tels qu'ils apparaissent dans les offres à commandes du gouvernement du Canada.

## Fournisseurs titulaires des offres à commandes du gouvernement du Canada pour la recherche sur l'opinion publique (suite)

DÉTENTEURS DES OFFRES À COMMANDES*	TRAVAIL SUR LE TERRAIN ET TABULATION DES DONNÉES		MISE À L'ESSAI EN LIGNE DES PUBLICITÉS	POPULATIONS CIBLES								
	TÉLÉPHONE	EN LIGNE	EN LIGNE	SÉRIE A: RECHERCHE QUALITATIVE			SÉRIE B: RECHERCHE QUANTITATIVE			SÉRIE C: RECHERCHE QUALITATIVE OU QUANTITATIVE		
				GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE	GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE	GÉNÉRALE	AUTOCHTONE	ETHNO-CULTURELLE
Nanos Research Corporation	•	•		•			•			•		
NRG Research Group	•			•	•	•						
OpinionSearch Inc.	•	•										
Patterson, Langlois Consultants				•								
Phase 5			•	•			•			•		
Phoenix SPI	•	•		•	•	•	•	•		•	•	
Pollara		•		•			•			•		
Praxicus Public Strategies Inc.				•			•			•		
Probe Research Inc.				•	•							
Quorus Consulting Group Inc.				•			•			•		
Research Strategy Group Inc.				•	•	•	•			•		
Sage Research Corporation				•		•	•			•		
Saine Marketing Inc.		•					•					
SOM Inc.	•	•					•					
Sylvain Laroche, consultant, Inc.				•			•			•		
Synovate Ltd.			•				•					
The Logit Group Incorporated	•	•										
TNS CANADIAN FACTS INC.	•	•	•	•		•	•		•	•		•
torontoinsights.com	•	•										
Veraxis Research & Communications Inc.				•			•			•		
Vision Critical Communications		•	•	•		•	•		•	•		•
Walker Consulting Group				•			•	•		•		

\* Les noms des entreprises constituant cette annexe sont leurs noms commerciaux tels qu'ils apparaissent dans les offres à commandes du gouvernement du Canada.



## Annexe VII

### Lois, règlements, politiques et procédures se rapportant à la recherche sur l'opinion publique

#### Lois

- La [Loi sur la Bibliothèque et les Archives du Canada](#) exige que les ministères remettent des rapports écrits à Bibliothèque et Archives Canada (BAC) dans les six mois suivant la fin de la cueillette des données.
- La [Loi sur la gestion des finances publiques](#) interdit l'établissement de rapports de recherche sur l'opinion publique (ROP) uniquement verbaux.

#### Règlements

- Le [Règlement sur les marchés de recherche sur l'opinion publique](#) normalise la forme et le contenu de rapports de ROP faisant l'objet d'un marché.

#### Politiques

- La [Politique de communication du gouvernement du Canada](#) énonce les exigences obligatoires afin d'assurer une gestion économique et cohérente de la recherche sur l'opinion publique à l'échelle du gouvernement.
- La [Politique sur les marchés](#) stipule que les ministères doivent aviser TPSGC lorsqu'un projet de ROP peut nécessiter la passation d'un marché.
- La [Politique sur les services communs](#) désigne TPSGC comme un organisme de services communs obligatoires en matière de coordination et de passation de marchés de ROP.

#### Procédures

- La [Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique](#) sous-tend et facilite l'application de la [Politique de communication du gouvernement du Canada](#).
  - [Avis de politique : Modifications à la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique \(17 juin 2009\)](#).

## Pour de plus amples renseignements

Ce rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada durant l'exercice 2011-2012.

Si vous avez des commentaires ou des questions, veuillez communiquer auprès de la Direction de la recherche en opinion publique à l'adresse suivante :

### **Direction de la recherche en opinion publique**

Direction générale des services intégrés  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
350, rue Albert, 5<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0S5

Téléphone : 613-995-9837

Télécopieur : 613-947-6696

Courrier électronique :

[DGSIOpinionPublique.ISBPublicOpinion@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:DGSIOpinionPublique.ISBPublicOpinion@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

Version en ligne :

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/rapports-reports/2011-2012/tdm-toc-fra.html>