

Respect • Intégrité • Excellence • Leadership

Au service du
GOUVERNEMENT,
au service des
CANADIENS.

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

RAPPORT ANNUEL 2010-2011

www.tpsgc-pwgsc.gc.ca



Travaux publics et
Services gouvernementaux
Canada

Public Works and
Government Services
Canada

Canada



La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada

Rapport annuel 2010-2011

Publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC)
Printemps 2012

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.

Version Internet :

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/rapports-reports/2010-2011/tm-toc-fra.html>

Numéro de catalogue : P100-1/2011F-PDF

ISSN : 1715-9067

Introduction

Ce rapport donne un aperçu des activités de recherche sur l'opinion publique réalisées dans toute l'administration fédérale¹, lesquelles sont coordonnées et mises sous contrat par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada au nom des ministères durant l'exercice financier 2010-2011. 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.

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 études 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 salubrité des aliments 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 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.

¹ 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 agents du Parlement sont exemptés en vertu des dispositions couvrant la ROP.

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 :

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

En 2010-2011, 136 projets étaient réalisés au total. De ce nombre, 53 ont été achevés pour renforcer les politiques et développer des initiatives en matière de communications qui tiennent compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes; 34 projets étaient menés pour comprendre comment la population canadienne perçoit les services du gouvernement et pour évaluer sa satisfaction à l'égard des services fournis; et 49 fournissaient au gouvernement du Canada de l'information sur ses efforts pour aider à tenir les Canadiens 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

	Valeur du marché ²	En pourcentage de la valeur du marché	Nombre de projets ²	En pourcentage du nombre de projets
Tenir compte des besoins des Canadiens et des Canadiennes	3 358 502 \$	43 %	53	39 %
Mieux servir les Canadiens et les Canadiennes	2 538 814 \$	32 %	34	25 %
Informer les Canadiens et les Canadiennes	2 005 555 \$	25 %	49	36 %
Total :	7 902 871 \$	100 %	136	100 %

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 portant sur l'expérience que font les Canadiens de programmes particuliers, et de déterminer les meilleures approches pour les joindre. Par conséquent, le développement de politiques et de programmes personnalisés et d'initiatives de rayonnement aide les Canadiens et les Canadiennes à prendre des décisions éclairées en ce qui concerne leur santé, leur sécurité et leur protection. Cela comprend les activités suivantes :

² Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1^{er} avril 2010 et le 31 mars 2011 (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés pour des marchés émis durant une année financière antérieure).

- **Développement de stratégies de communication** : Ce type de recherche mesure la sensibilisation, les attitudes et les intentions comportementales en vue du développement de stratégies 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.
- **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.
- **Recherche en développement stratégique** : 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.
- **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 navigation de sites Web pour s'assurer qu'ils satisfont aux besoins des utilisateurs visés, plus particulièrement le public canadien.

En 2010-2011, des projets représentant 43 % du total de la valeur des marchés de ROP ont été réalisés à cette fin. Pour un exemple d'étude de marché, veuillez consulter l'étude de Parcs Canada intitulée [*Rapport de recherche quantitative sur le cyclisme dans les parcs des montagnes*](#).

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

- **Recherche en matière de politique et de programme** : Le gouvernement a recours aux sondages et aux groupes de discussion pour évaluer l'efficacité et les avantages des programmes et des services ainsi que les facteurs liés à leur utilité.
- **Mesure de la qualité du service et de la 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.
- **Recherche organisationnelle interne** : Ce type de recherche comporte les sondages auprès des employés ou les groupes de discussion qui aident les ministères du gouvernement à comprendre

les besoins et les attentes de son personnel. Il contribue à la création d'un milieu de travail plus productif.

En 2010-2011, les études réalisées afin de mieux servir les Canadiens et les Canadiennes représentaient 32 % de la valeur totale du marché de ROP. Pour un exemple de recherche sur la politique et le programme, veuillez consulter l'étude de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada intitulée [Programme des services de dépôt \(PSD\) – Enquête sur la satisfaction de la clientèle 2010](#).

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, réaliste et cherche à atteindre les publics appropriés. Cela comprend ce qui suit :

- **Prétester la publicité gouvernementale** : 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 messages sont bien communiqués. Les prétests sont obligatoires pour les campagnes dont l'achat média s'élève à 400 000 \$ ou plus.
- **Post-tester la publicité gouvernementale** : Les post-tests visant la publicité aident à évaluer le rappel et la reconnaissance de celle-ci, de même que les changements d'attitude et de comportement résultant des principales campagnes. Les post-tests sont obligatoires pour les campagnes dont l'achat média atteint un million de dollars ou plus. L'information provenant de ces études sert à améliorer la planification et le développement d'autres campagnes d'information.
- **Mise à l'essai des produits de communication** : Ce type de recherche comprend l'évaluation des concepts, des messages, du contenu et des éléments de conception graphique.

En 2010-2011, les études effectuées pour aider à informer les Canadiens et les Canadiennes représentaient 25 % de la valeur totale du marché de ROP. Pour un exemple de recherche sur la mise à l'essai de produits de communication, veuillez consulter l'étude de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada intitulée [Groupes de consultation visant à évaluer la compréhension des documents de l'ACFC par les consommateurs](#).

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 sont 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 agents du Parlement suivants sont exemptés en vertu des dispositions couvrant la ROP :

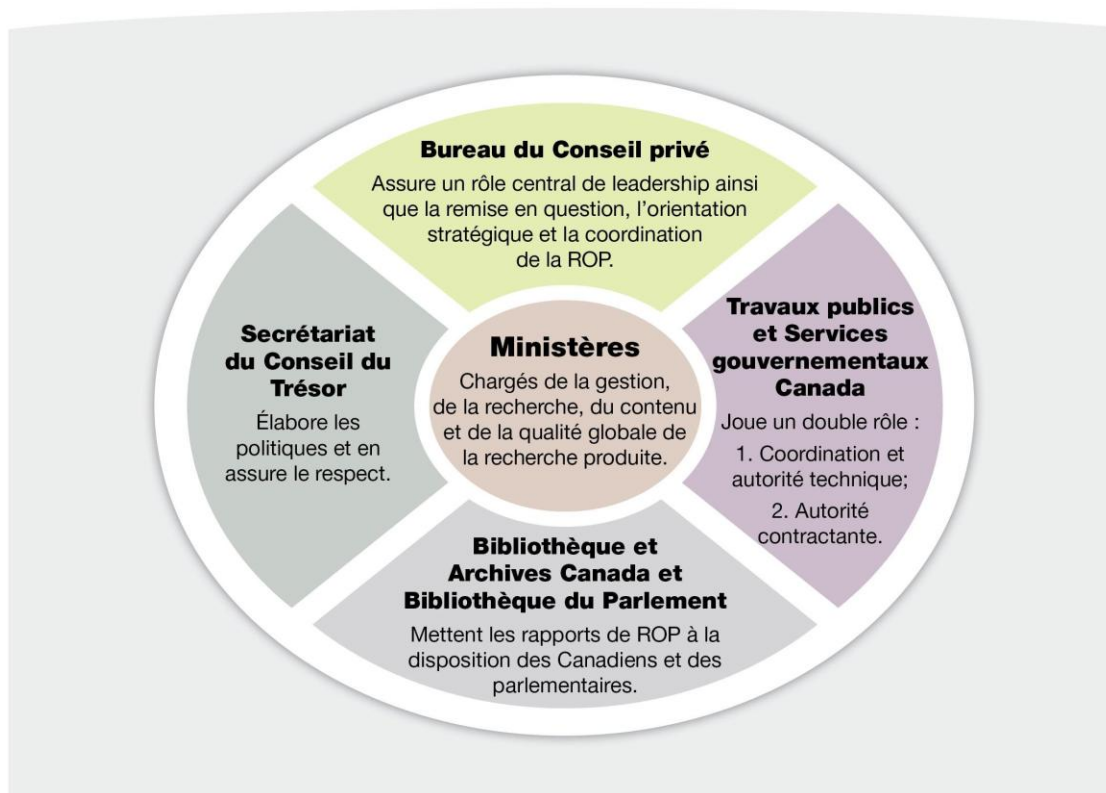
- Bureau du vérificateur général du Canada;
- Bureau du directeur général des élections;
- Commissariat au lobbying du Canada;
- Commissariat aux langues officielles;
- Commissariats à l'information et à la protection de la vie privée du Canada;
- Intégrité du secteur public Canada.

Ce rapport annuel fait seulement état des activités de ROP coordonnées par l'entremise de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC).

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 (voir la figure 1).

Figure 1 : Organismes ayant une responsabilité en recherche sur l'opinion publique



Annexes

Annexe I : Liste des ministères pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2010-2011

En 2010-2011, la Direction de la recherche en opinion publique (DROP) a coordonné 136 projets de recherche sur l'opinion publique (ROP) sous contrats évalués à 7,9 millions de dollars, comparativement à 148 projets d'une valeur de 8,3 millions de dollars l'année précédente.

Nom du ministère ou de l'organisme	Nombre de projets ¹	Valeur du marché ¹
Ressources humaines et Développement des compétences Canada ²	19	1 358 615,82 \$
Santé Canada ³	19	1 038 924,28 \$
Agence du revenu du Canada	17	857 902,64 \$
Agriculture et Agroalimentaire Canada	9	765 376,63 \$
Défense nationale	5	482 808,80 \$
Ministère des Finances Canada	8	434 699,70 \$
Citoyenneté et Immigration Canada	7	337 063,21 \$
Anciens Combattants Canada	4	291 185,34 \$
Bureau du Conseil privé	4	277 459,30 \$
Ministère de la Justice	4	273 433,73 \$
Gendarmerie royale du Canada	3	215 103,98 \$
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada	4	213 958,25 \$
Environnement Canada	3	210 845,86 \$
Agence canadienne d'inspection des aliments	3	197 461,45 \$
Bureau du surintendant des institutions financières	3	137 052,73 \$
Office national de l'énergie	1	112 985,31 \$
Commission de la fonction publique	2	97 196,95 \$
Sécurité publique Canada	2	91 495,40 \$
Bibliothèque et Archives Canada	2	75 193,59 \$
Patrimoine canadien	3	68 962,82 \$

¹ Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent les transactions contractuelles faites entre le 1^{er} avril 2010 et le 31 mars 2011 (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés pour des marchés émis durant une année financière antérieure).

² Cela comprend les marchés passés sous Ressources humaines et Développement social Canada.

³ Cela comprend les marchés passés sous 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 2010-2011.

Agence de la consommation en matière financière du Canada	1	55 341,75 \$
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada	1	49 996,62 \$
Commission canadienne des grains	1	45 616,41 \$
Statistique Canada	1	44 347,53 \$
Bureau du commissaire à la magistrature fédérale	1	32 653,49 \$
Affaires étrangères et Commerce international Canada	1	32 368,85 \$
Office national du film du Canada	1	27 447,70 \$
Parcs Canada	1	26 386,63 \$
Commission des relations de travail dans la fonction publique	1	22 741,25 \$
Agence de promotion économique du Canada atlantique	2	20 453,00 \$
Conseil national de recherches du Canada	1	19 385,15 \$
Affaires indiennes et du Nord Canada ⁴	1	3 865,36 \$
Ressources naturelles Canada	1	-15 458,13 \$ ⁵
Total :	136	7 902 871,40 \$

⁴ En juin 2011, le nom d'Affaires indiennes et du Nord Canada a été changé à Affaires autochtones et Développement du Nord Canada.

⁵ En 2010-2011, un marché a été modifié pour réduire la valeur du marché d'un projet existant dont le contrat avait été passé durant l'exercice 2009-2010. Il en est résulté une diminution nette. Il n'y a pas eu de marché de ROP conclu en 2010-2011 pour ce Ministère.

Annexe II : Liste des entrepreneurs pratiquant la recherche sur l'opinion publique en 2010-2011

Au total, 23 entrepreneurs ont exécuté de la ROP en 2010-2011.

Fournisseur	Nombre de projets ¹	Valeur du marché ¹
Ipsos-Reid Corporation	16	1 254 747,69 \$
Les Associés de recherche Ekos Inc.	15	897 517,47 \$
Environics Research Group	12	827 693,63 \$
Phoenix SPI	9	752 029,34 \$
TNS Canadian Facts Inc.	12	653 420,71 \$
Harris/Decima Inc. ²	13	624 328,67 \$
Léger Marketing	9	515 708,27 \$
Gregg, Kelly, Sullivan & Woolstencroft: The Strategic Counsel	10	427 040,54 \$
Phase 5	9	319 226,86 \$
Corporate Research Associates Inc.	6	299 917,64 \$
Sage Research Corporation	5	297 377,38 \$
NRG Research Group	4	261 117,69 \$
La Légion royale canadienne	1	219 975,00 \$
Vision Critical Communications Inc.	5	178 938,84 \$
Walker Consulting Group	2	125 350,90 \$
Holinshed Research Group Inc.	1	51 826,32 \$
Patterson, Langlois Consultants	1	44 347,53 \$
Sylvain Laroche, consultant, Inc.	1	37 793,70 \$
Insightrix Research Inc.	1	26 386,63 \$
Nanos Research Corporation	1	25 990,00 \$
R.A. Malatest & Associates Ltd.	1	22 741,25 \$
torontoinsights.com	1	22 558,34 \$
Satisfacts Research (SRG)	1	16 837,00 \$
Total :	136	7 902 871,40 \$

¹ Le nombre de projets et les valeurs des marchés représentent toutes les transactions contractuelles (y compris les modifications pour augmenter, annuler ou réduire la valeur des marchés) faites entre le 1^{er} avril 2010 et le 31 mars 2011.

² Comprend les marchés attribués sous Decima Research.

Annexe III : Segments de population joints

La ROP se fait parmi une grande variété de publics. Le tableau présente 52 groupes cibles précis joints par les études de ROP réalisées en 2010-2011.

Abonnés aux arrêts de la Cour fédérale	Jeunes
Aînés	Ménages à revenu élevé
Apprentis inscrits	Nouveaux arrivants
Bénévoles	Organismes à but non lucratif
Bibliothèques	Parents
Cadres d'associations agricoles	Parents et tuteurs d'enfants handicapés
Canadiens à faible revenu	Partenaires, clients et intervenants
Canadiens à revenu moyen	Personnes approchant de la retraite
Canadiens de l'Atlantique	Personnes ayant produit une déclaration de revenus
Canadiens songeant à un apprentissage	Personnes ayant un compte d'épargne libre d'impôt
Communautés minoritaires	Personnes de métier
Conseillers en ressources humaines	Peuples autochtones
Consommateurs canadiens	Population en général
Contrevenants	Populations à risque
Cyclistes et non-cyclistes	Présidents-directeurs généraux
Décideurs	Producteurs
Détenteurs de carte de crédit	Propriétaires de maisons
Dirigeants communautaires	Propriétaires fonciers
Éducateurs en matière de santé	Recrues
Employeurs et employés	Responsables des achats dans un ménage
Entreprises de transformation d'aliments et boissons	Retraités
Entreprises et professionnels	Travailleurs autonomes canadiens
Femmes enceintes	Tuteurs
Fournisseurs de soins	Utilisateurs de l'Internet
Fumeurs adultes	Visiteurs de sites Web canadiens
Infirmiers et infirmières	Visiteurs du Pavillon du Canada

Annexe IV : Offres à commandes pour la recherche sur l'opinion publique en vigueur le 1^{er} avril 2010

Les offres à commandes¹ pour la recherche sur l'opinion publique ont été émises le 1^{er} 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 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 et aux organismes 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.

¹ 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 spécifique. 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.

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.	•	•	•	•	•		•	•		•	•	
Holinshead Research Group Inc.	•	•					•					
HRSO				•								
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.

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 Inc.		•	•	•		•	•		•	•		•
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 V : Lois, règlements, politiques et procédures se rapportant à la recherche sur l'opinion publique

Lois

- [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.
- [Loi sur la gestion des finances publiques](#) : interdit l'établissement de rapports de recherche sur l'opinion publique (ROP) uniquement verbaux.

Règlements

- [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

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

- [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 2010-2011.

Si vous avez des commentaires ou des questions, veuillez communiquer avec la Direction suivante :

Direction de la recherche en opinion publique

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

Téléphone : 613-995-9837

Télécopieur : 613-947-6696

Courrier électronique :

DGSIOpinionPublique.ISBPublicOpinion@tpsgc-pwgsc.gc.ca

Version Internet :

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/rapports-reports/2010-2011/tm-toc-fra.html>