



Bureau d'information du Canada

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2001

Canada

Présentation améliorée des rapports au Parlement

Document pilote

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commenant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le *Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2001

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

No de catalogue BT31-4/18-2001

ISBN 0-660-61661-0



Avant-propos

Au printemps 2000, la présidente du Conseil du Trésor a déposé au Parlement le document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Ce document expose clairement les mesures qu'entend prendre le gouvernement pour améliorer et moderniser les pratiques de gestion des ministères et organismes fédéraux.

En ce début de millénaire, l'approche utilisée par le gouvernement pour offrir ses programmes et services aux Canadiens et Canadiennes se fonde sur quatre engagements clés en matière de gestion. Tout d'abord, les ministères et les organismes doivent reconnaître que leur raison d'être est de servir la population canadienne et que tous leurs programmes, services et activités doivent donc être « axés sur les citoyens ». Deuxièmement, le gouvernement du Canada s'est engagé à gérer ses activités conformément aux valeurs les plus élevées de la fonction publique. Troisièmement, dépenser de façon judicieuse, c'est dépenser avec sagesse dans les secteurs qui importent le plus aux Canadiens et Canadiennes. En dernier lieu, le gouvernement du Canada entend mettre l'accent sur les résultats, c'est-à-dire sur les retombées et les effets des programmes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats, par l'entremise des ministres, au Parlement et aux citoyens. Plus tôt cette année, les ministères et les organismes ont été invités à rédiger leurs rapports en appliquant certains principes. Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats, soit les avantages dévolus aux Canadiens et Canadiennes, plutôt que sur les activités. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte et le rattacher aux engagements antérieurs, tout en expliquant les écarts. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer clairement les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

Par l'intermédiaire des rapports sur le rendement, les ministères et organismes visent à répondre au besoin croissant d'information des parlementaires et des Canadiens et Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les parlementaires et les autres lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer la qualité de ces rapports. Nous invitons donc tous les lecteurs à évaluer le rendement d'une institution gouvernementale en se fondant sur les principes précités et à lui fournir des commentaires en vue du prochain cycle de planification.

Le présent rapport peut être consulté par voie électronique sur le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante :

<http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp>

Les observations ou les questions peuvent être adressées directement au webmestre de ce site Web ou à l'organisme suivant :

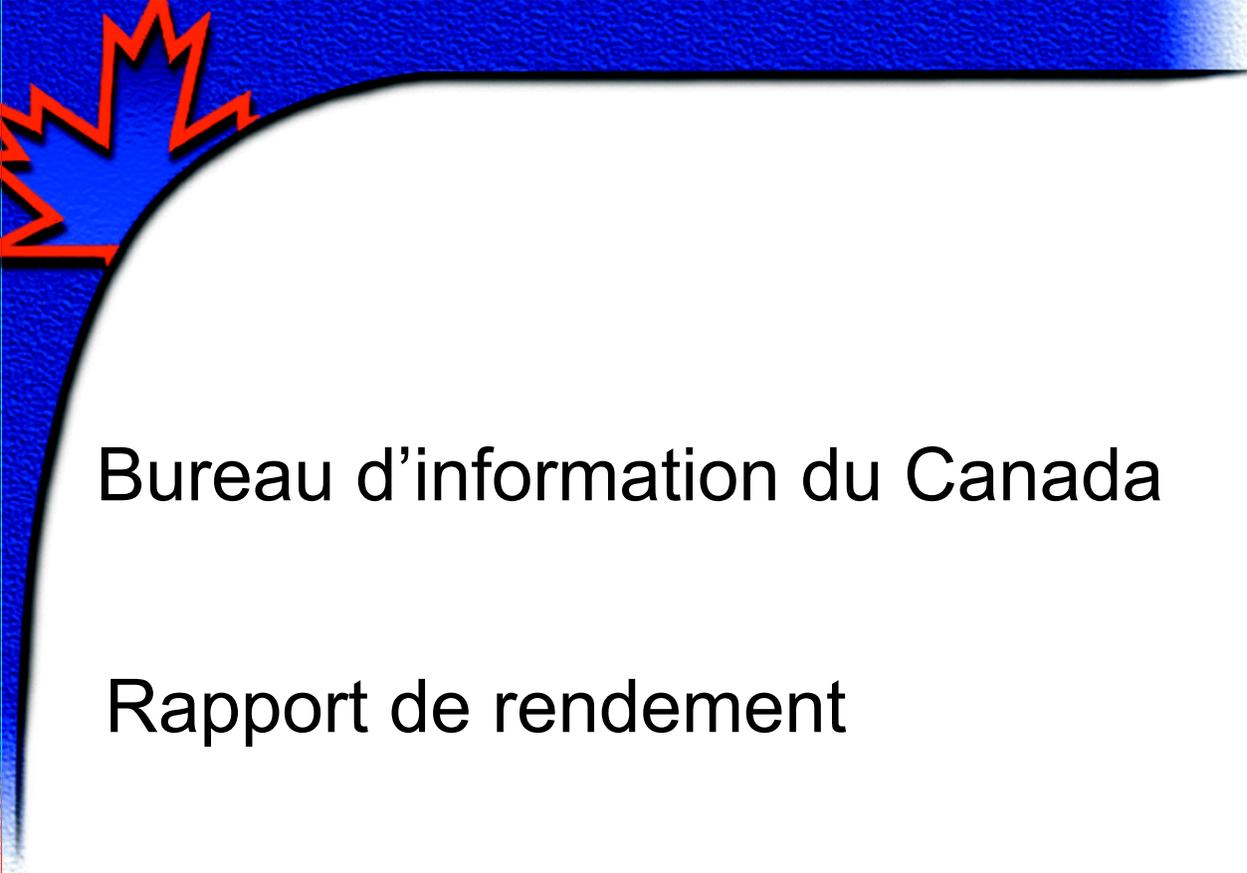
Direction de la Gestion des résultats et des rapports

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

L'Esplanade Laurier

Ottawa (Ontario) K1A 0R5

Téléphone : (613) 957-7167 – Télécopieur : (613) 957-7044



Bureau d'information du Canada

Rapport de rendement

Pour la
période se terminant le
31 mars 2001

Alfonso Gagliano
Ministre responsable du Bureau d'information du Canada



Table des matières

Partie I :	Message du Ministre	1
Partie II :	Rendement du Bureau d'information du Canada	3
	A. Contexte	3
	B. Attentes globales en matière de rendement	4
	C. Défis reliés au rendement	4
	D. Tableau des principaux engagements relatifs aux résultats	5
	E. Principaux résultats	5
	Activités de recherche	6
	Activités de communication	8
	Coordination régionale	10
	Activités de rayonnement	10
	Produits et services d'information	10
	Diffusion des pratiques exemplaires	11
Partie III :	Rendement financier	13
	A. Aperçu du rendement financier	13
	B. Tableaux financiers récapitulatifs	14
	Tableau 1: Sommaire des crédits approuvés	14
	Tableau 2: Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles	15
	Tableau 3: Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles, selon les années	16
	Tableau 4: Paiements de transfert	16
Partie IV :	Aperçu du Bureau d'information du Canada	17
	A. Mandat, rôles et responsabilités	17
	B. Cadre de fonctionnement	17
	C. Organisation du Bureau d'information du Canada	18
	Figure 1 : Structure du BIC	19
	Tableau de la gamme de produits et services	19
Partie V :	Autres renseignements	23

Partie I : Message du Ministre

En ma qualité de ministre responsable du Bureau d'information du Canada (BIC), je suis heureux de présenter le rapport de rendement du BIC pour l'exercice financier 2000-2001.

Le BIC joue un rôle de premier plan dans les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Il contribue à répondre au désir des Canadiens et des Canadiennes d'être mieux informés sur l'orientation globale, les grandes priorités, et les programmes et services que le gouvernement met à leur disposition.

L'année qui vient de s'écouler a été marquée par l'intégration au sein du BIC, de trois nouvelles sphères d'activités : un réseau pancanadien de coordonnateurs régionaux des communications, la coordination de la recherche en opinion publique et le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada. L'intégration réussie de ces nouvelles fonctions témoigne de façon probante de la maturité organisationnelle et structurelle du BIC. De plus, le BIC a lancé l'Initiative pour l'information des citoyens (IIC) sous la direction du Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC). L'IIC a mené à l'élaboration de produits axés sur les citoyens et conçus pour mieux faire connaître le plan global et les priorités du gouvernement du Canada, et pour promouvoir ses programmes et ses services. Ces nouvelles initiatives ont permis au BIC d'élargir son éventail de services et d'outils de communication à l'usage du gouvernement du Canada.

Les initiatives susmentionnées et une variété d'autres initiatives de communication avec les citoyens ont été conçues et mises en oeuvre par le BIC en partenariat avec d'autres ministères et organismes, des organisations non gouvernementales et le secteur privé. Ces activités ont manifestement soutenu les engagements du gouvernement en termes de communication et envers un Canada fort et uni.

Je suis fier des réalisations du BIC. Je tiens à remercier nos partenaires internes et externes au gouvernement.

Afin d'améliorer l'efficacité de ses communications et de ses services aux citoyens, le gouvernement du Canada a annoncé le lancement de *Communication Canada* le 1^{er} septembre 2001. Cet organisme regroupe les activités de coordination des communications de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, avec celles du Bureau d'information du Canada. Je suis confiant que ce nouvel organisme permettra au gouvernement du Canada de mieux répondre aux besoins en communication et en prestation de services aux Canadiens et aux Canadiennes.

Alfonso Gagliano

Partie II : Rendement du Bureau d'information du Canada

A. Contexte

Le Bureau d'information du Canada (BIC)¹ a pour mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Le BIC favorise de meilleures communications émanant du gouvernement du Canada dans son ensemble et appuie l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Pendant l'année financière 2000-2001, le BIC était l'un des quatre organismes centraux qui soutiennent le gouvernement dans ses communications avec les Canadiens et les Canadiennes. Les trois autres organismes sont le Bureau du Conseil privé², Travaux publics et Services gouvernementaux Canada³ et le Secrétariat du Conseil du Trésor⁴. Le Bureau d'information du Canada soutient les efforts du Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC)⁵ en développant et en mettant en oeuvre une variété d'initiatives qui viennent renforcer le travail de communication de première ligne effectué par les ministères.

Des facteurs sociaux et économiques, tant au niveau national que régional, influencent fortement les activités du BIC. Les questions sociales telles que la santé, l'éducation et la gestion de l'économie restent prioritaires pour les citoyens. Le BIC élabore et réalise des initiatives qui reflètent leurs besoins d'information dans ces domaines et dans d'autres.

Le BIC doit répondre aux demandes et aux besoins d'information spécifiques émanant de tous les segments de la population qui diffèrent d'une région à l'autre. Le Bureau d'information du Canada développe des moyens créatifs et innovateurs en communication pour mieux informer les Canadiens et les Canadiennes tout en tenant compte des réalités quotidiennes et les caractéristiques spécifiques à chaque région du pays.

¹Site Internet du Bureau d'information du Canada (maintenant Communication Canada) : <http://www.communication.gc.ca/>

² Site Internet du Bureau du Conseil privé : <http://www.pco-bcp.gc.ca/>

³ Depuis le 1^{er} septembre 2001, la coordination des activités de communication font partie du Communication Canada.

⁴ Site du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada : <http://www.tbs-sct.gc.ca/>

⁵ Depuis avril 2001, ce comité est devenu permanent sous l'appellation de Comité du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCCG). Pour des informations sur la structure du CCCG, voir l'adresse Internet : http://canada.gc.ca/howgoc/cab/cab-com_f.html

L'information mise à la disposition des Canadiens et des Canadiennes leur permettant d'accroître leurs connaissances de leur région, de leur pays et du monde en général est de plus en plus abondante et diversifiée. Leurs demandes d'information sur les programmes et les services du gouvernement du Canada reflètent cette évolution car elles sont à la fois complexes et précises. Le BIC doit alors trouver les meilleures façons et les meilleurs outils de communication pour répondre aux besoins exprimés par la population. En s'appuyant sur les résultats de recherches en opinion publique et en communication, et d'autres sources, le Bureau d'information du Canada met sur pied des activités de communication pangouvernementales axées sur les citoyens, et ce, aux échelles nationale et régionale. Le plus souvent, ces activités sont menées en collaboration avec d'autres ministères et organismes fédéraux, y compris les Conseils fédéraux régionaux, des organisations non gouvernementales, ainsi que le secteur privé. Elles ont pour but de renseigner les Canadiens et les Canadiennes sur les priorités du gouvernement et sur plusieurs programmes et services mis à leur disposition.

B. Attentes globales en matière de rendement

Au cours de l'exercice financier 2000-2001, l'objectif du BIC était de fournir aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur l'orientation globale et les grandes priorités du gouvernement, ainsi que sur le vaste éventail des programmes et services à leur intention.

C. Défis reliés au rendement

Les Canadiens et les Canadiennes désirent que leur gouvernement leur transmette davantage de renseignements sur les programmes et services. Ils estiment que le gouvernement a un rôle important à jouer dans la diffusion des renseignements, mais croient également que les renseignements en provenance du gouvernement doivent être pertinents et factuels. Adapter leurs communications aux besoins des divers groupes de citoyens est un défi constant pour tous les gouvernements.

Des enquêtes sur les communications gouvernementales, conduites ces dernières années⁶ par le BIC et d'autres organisations, ont mis en lumière la nécessité de renforcer notamment les communications entre le gouvernement et la population. Trouver une formule efficace pour fournir des renseignements pertinents et faire en sorte que l'ensemble de la population puisse accéder, comprendre et utiliser l'information qui lui est destinée, répond à ce besoin. Les autres

⁶ Voir notamment *Enquête sur les communications. À l'écoute des Canadiens*, Bureau d'information du Canada. Adresse Internet : http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_f.html
Voir également *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, Bureau d'information du Canada (2000). Adresse Internet : http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

défis pour le BIC relèvent de la complexité des auditoires, de l'utilisation des nouvelles technologies, de l'approche partenariale et de l'équilibre entre les besoins nationaux et régionaux.

De plus, les ministères et les organismes informent déjà les citoyens de leurs services et programmes respectifs. Le défi du BIC consiste à élaborer, au nom du gouvernement du Canada dans son ensemble, des activités de communication qui viendront compléter ou encadrer les messages des ministères.

D. Tableau des principaux engagements relatifs aux résultats

Le Bureau d'information du Canada (BIC)		
Fournir aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur le gouvernement du Canada		
Résultat clé et stratégie de mesure de rendement	Attesté par :	Ressources :
Renseigner les Canadiens et les Canadiennes	La portée et l'impact des activités du BIC sur les participants et les auditoires L'accessibilité de l'information sur le gouvernement du Canada, particulièrement ses priorités, programmes et services	58 034 884 \$ 169 ETP

<u>Bureau d'information du Canada</u>	
Dépenses prévues	20 648 000 \$
<i>Autorisations totales</i>	58 034 884 \$
Dépenses réelles en 2000-2001	57 443 430 \$

E. Principaux résultats

Le BIC joue un rôle important dans la consolidation des communications gouvernementales et il influence la planification et l'orientation des communications du gouvernement dans son ensemble en 2000-2001. Vous trouverez à la page suivante quelques exemples spécifiques des

réalisations dont le BIC a été le maître d'oeuvre au cours de la dernière année correspondant aux engagements énoncés dans le Rapport des plans et priorités pour l'exercice financier 2000-2001.

Activités de recherche

La recherche au BIC aide à mieux connaître les besoins des citoyens et mieux comprendre le contexte public influant sur les communications et les attitudes des Canadiens et des Canadiennes à l'égard du gouvernement du Canada. En 2000-2001, le BIC a continué à recueillir l'opinion des Canadiens et des Canadiennes sur leurs attitudes et leurs préférences relativement aux communications. Les résultats de ces recherches ont été partagés avec plusieurs ministères fédéraux et avec d'autres intervenants afin de les appuyer dans leurs efforts de communication. À titre d'exemples:

➤ Le BIC a publié trois nouvelles éditions de *l'Enquête sur les communications gouvernementales*⁷. La 7^e édition de l'enquête menée à l'automne 2000 comportait des questions ciblant plus particulièrement les communications électroniques. Ces questions visaient à cerner les besoins de la population en termes de services offerts sur l'Internet par le gouvernement du Canada. Le BIC a diffusé les résultats auprès de divers auditoires gouvernementaux et sur son site Internet (65 exposés, plus de 1 500 rapports distribués et environ 200 réponses de demandes de renseignements).

Les sites du gouvernement ont également eu un impact positif sur les Canadiens et les Canadiennes qui ont commencé à naviguer sur le Web.

La percée de l'Internet, un mode de communication rapide, direct et bidirectionnel, permettra d'améliorer et d'accélérer les contacts entre le gouvernement et les citoyens (Extraits de l'Enquête sur les communications. À l'écoute des Canadiens, Automne 2000: 76).

➤ Sur la base de ces enquêtes, le BIC a développé des profils régionaux et démographiques qui ont, par la suite, été diffusés au Comité spécial du Cabinet sur les communications

⁷ Les rapports *Enquête sur les communications gouvernementales : À l'écoute des Canadiens* sont disponibles sur le site Internet de Communication Canada (Bureau d'information du Canada) à l'adresse suivante : http://www.communication.gc.ca/survey/pubop_f.html

gouvernementales (CCC), aux coordonnateurs régionaux du BIC et à divers auditoires au sein du gouvernement et d'ailleurs dans le but de les renseigner sur le profil démographique des citoyens qu'ils desservent et sur l'opinion publique dans les régions.

➤ Le BIC a également publié en septembre 2000 le rapport *Enjeux et défis de communications auprès des Canadiens et des Canadiennes peu alphabétisés*⁸. Ce rapport a été suivi d'un forum sur les communications et l'alphabétisme le 22 novembre 2000 à l'intention des communicateurs fédéraux qui a attiré plus de 200 participants des secteurs public, privé et communautaire. Ces derniers sont venus confirmer l'importance d'aborder l'enjeu de l'alphabétisme sous l'angle des communications. Par son action, le BIC s'est imposé en partenaire de première ligne auprès des intervenants et de la communauté. D'ailleurs, les témoignages des participants en font foi.

Témoignages de participants au forum :

« En fait, ça m'a ouvert les yeux sur le fait que le service public se préoccupe réellement des besoins des gens du peuple ».

« Le forum a été une expérience de sensibilisation et va me permettre d'utiliser de nouveaux outils pour de futures initiatives de communication ».

Enfin, la valeur totale des projets de recherche en opinion publique, réalisés par les ministères et les organismes du gouvernement du Canada et coordonnés par le BIC pendant l'exercice financier 2000-2001, a été de 19,9 millions de dollars. Les publics visés représentaient un vaste éventail au sein de la société canadienne, depuis les plaisanciers jusqu'aux femmes atteintes du cancer du sein, en passant par les utilisateurs des sites Internet du gouvernement du Canada, les parents d'enfants d'âge scolaire, les agriculteurs, les pêcheurs, les propriétaires d'armes à feu et les anciens combattants.

⁸ Bureau d'information du Canada, *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, septembre 2000. http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

Activités de communication

En 2000-2001, le BIC a engagé une grande partie de ses efforts dans la conception et la réalisation de produits et d'initiatives de communication axés sur les citoyens. Ces initiatives de communication intégrées sont conçues de manière à tenir compte des besoins et des intérêts des citoyens en matière d'information, tant sur les grandes priorités du gouvernement du Canada que sur les programmes et services qu'il fournit. Elles sont fondées sur les résultats des recherches du BIC et sur ce qu'il a appris jusqu'à maintenant par l'expérience. L'ajout de coordonnateurs régionaux des communications fait en sorte que les communications du gouvernement du Canada aux paliers régional et local sont mieux coordonnées et concertées. Le BIC continue aussi à jouer un rôle important dans divers projets de communications pangouvernementaux dirigés par d'autres ministères et organismes. Nous présentons quelques exemples de ces réalisations :

➤ Le Bureau d'information du Canada coordonne et gère le Pavillon du Canada aux grandes foires et expositions à travers le pays dans le cadre de son travail visant à augmenter la présence du gouvernement du Canada dans toutes les régions et pour répondre davantage aux besoins d'information des Canadiens et des Canadiennes. En 2000-2001, le gouvernement a participé à 14 grandes foires ou expositions ainsi qu'à des dizaines d'événements locaux sélectionnés dans toutes les régions du Canada. Des sondages indiquent que 86 pour cent des personnes qui ont visité le Pavillon du Canada appuient une telle présence. De plus, les autorités du *Calgary Stampede* ont présenté au Bureau d'information du Canada un Prix de reconnaissance spécial pour souligner le caractère unique du Pavillon et son engagement envers l'excellence.

➤ En 2000-2001, trois vignettes télévisées ont été conçues pour donner aux Canadiens et aux Canadiennes de l'information sur les services du gouvernement du Canada ainsi que sur les trois canaux d'accès, c'est-à-dire le site Internet du gouvernement du Canada⁹, la ligne sans frais 1 800 O-Canada¹⁰ et les centres d'accès Service Canada¹¹. Ces vignettes illustraient trois différents services gouvernementaux : un maître-chien travaillant à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, un capitaine chargé de coordonner les opérations de secours aérien pour les Forces canadiennes et un gardien de parc à l'emploi de Parcs Canada. Des évaluations effectuées sur les vignettes indiquent qu'elles ont efficacement contribué à mieux sensibiliser les Canadiens et les Canadiennes aux services offerts par le gouvernement du Canada.

⁹ Le principal site Internet du gouvernement du Canada (www.canada.gc.ca).

¹⁰ Vous pouvez composer le numéro de téléphone sans frais pour le gouvernement, 1 800 O-Canada (1 800 622-6232). Un agent d'information vous répondra dans la langue officielle de votre choix. Si vous êtes malentendant ou mal-parlant, vous pouvez vous servir du numéro Téléscripneur/ATME 1 800 465-7735.

¹¹ Service Canada permet à la population d'accéder aux services du gouvernement à un même endroit. Cette initiative aide les Canadiens et les Canadiennes à obtenir les services dont ils ont besoin de façon rapide et pratique, que ce soit en personne, par Internet ou par téléphone. Pour obtenir plus d'information, visitez le site Internet : <http://www.servicecanada.gc.ca>

- Le BIC a produit en collaboration avec d'autres ministères, un guide national de programmes et de services¹² (distribué à 11,2 millions de foyers en septembre 2000). Ce guide présente une vue d'ensemble des services offerts aux citoyens. Il a été élaboré à la suite du succès remporté par deux projets pilotes : *Votre guide des programmes et services du gouvernement du Canada* diffusé dans les régions rurales et *Services du gouvernement du Canada pour vous*, diffusé dans les régions urbaines de Québec et Saskatoon.
- Des campagnes d'information ont été menées dans 1 300 hebdomadaires (ruraux, urbains, autochtones, culturels, ethniques et jeunesse). Les annonces destinées à la presse ethnoculturelle ont été rédigées dans la langue du journal (au total, 37 différentes langues). Ces annonces appuient d'autres activités de communication comme le guide national des services, les vignettes télévisées et le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada.
- Le BIC a collaboré à divers grands dossiers de communication gouvernementale, par exemple le renouvellement de la politique du gouvernement du Canada en matière de communication, le renouveau de la collectivité des communications, la ligne téléphonique 1 800 O-Canada, le site Internet du gouvernement du Canada, l'initiative *Gouvernement en direct*¹³ et Service Canada. En janvier 2001, le Bureau du Conseil privé et le BIC ont organisé une conférence sur les communications gouvernementales. Les commentaires recueillis auprès des délégués de la communauté des communicateurs ont été très positifs. Le BIC sera l'hôte d'une autre conférence du même genre en 2002.

¹²Le guide national intitulé *Services du gouvernement du Canada pour vous* est disponible à l'adresse Internet suivante : http://www.communication.gc.ca/national-guide/intro_f.html. La version électronique de ce guide se trouve sur ce site et renferme des liens directs vers les services décrits. Il est également possible d'y effectuer une recherche en entrant le nom complet du service voulu.

¹³ Pour obtenir des informations additionnelles sur l'initiative *Gouvernement en direct* voir l'adresse Internet : http://www.gol-ged.gc.ca/index_f.asp

Coordination régionale

Pour soutenir les projets de communications horizontales et pangouvernementales, un réseau de coordonnateurs régionaux des communications a été mis sur pied à travers le pays. Dans le but d'améliorer la présence du gouvernement du Canada à l'échelle régionale, les coordonnateurs ont offert des produits et des activités ayant un caractère régional en travaillant avec l'appui des Conseils fédéraux régionaux et de concert avec des ministères fédéraux de la région ou de la province concernée. Des campagnes d'information et autres activités ont été menées dans le but de promouvoir les services offerts par le gouvernement du Canada au grand public.

Activités de rayonnement

Les activités des liaisons extérieures encouragent les Canadiens et les Canadiennes à travailler avec le gouvernement du Canada et avec d'autres partenaires à l'amélioration des communications entre les citoyens et le gouvernement. L'objectif visé est de répondre aux besoins d'information exprimés par les citoyens en matière de programmes et de services offerts par le gouvernement du Canada.

➤ Plus de 100 activités communautaires ont été organisées au Québec et dans les provinces de l'Ouest et de l'Atlantique. Ces activités ont permis une communication directe avec près de 80 000 Canadiens et Canadiennes. Entre autres, le BIC a contribué à 54 activités dans le cadre de la Tournée des ambassadeurs sur le Sommet des Amériques et à 32 sessions d'information sur les affaires électroniques en collaboration avec Industrie Canada, Développement économique Canada, et le Réseau des Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC). En collaboration avec Santé Canada, la Gendarmerie Royale du Canada et diverses organisations non gouvernementales, le BIC a participé à une tournée musicale de même qu'à une campagne d'information visant à sensibiliser les jeunes aux dangers du tabagisme et du dopage.

➤ Par ailleurs, dans le cadre de ses projets de partenariat, le BIC a aussi offert une aide financière et des services conseils à divers organismes pour des projets à caractère social et communautaire.

Produits et services d'information

Le BIC continue de cerner les tendances actuelles et nouvelles, et ce, dans une perspective de plus en plus globale. Il recueille de l'information de façon ponctuelle et ciblée, pour lui permettre de mieux combler les besoins d'information des citoyens. Il coordonne des visites ministérielles dans plusieurs régions du pays, fournissant des renseignements généraux factuels sur les collectivités visitées, ainsi que des services de soutien logistique. Par exemple :

➤ Lors du dernier exercice financier, le BIC a maintenu la production de produits d'information avec le suivi et l'analyse médiatique qui ont aidé les ministères et les organismes à connaître les préoccupations et les besoins des Canadiens dans les diverses régions du pays, de telle sorte que les activités de communication du gouvernement pourront mieux combler les besoins en matière d'information. Il a également produit des calendriers d'événements qui aident l'ensemble du gouvernement à mieux planifier et coordonner ses activités de communication. De plus, le BIC a informé les Canadiens et les Canadiennes sur les activités culturelles se déroulant dans l'ensemble du pays avec la production de calendriers sur les foires et festivals.

➤ Outre les Tournées ministérielles au Québec¹⁴, qui existent depuis décembre 1998, le BIC a mis en place des tournées ministérielles dans les provinces de l'Ouest canadien qui débiteront au cours de l'exercice financier 2001-2002. Ces activités gouvernementales que sont les tournées donnent également l'occasion aux Canadiens et aux Canadiennes de parler directement avec les représentants du gouvernement, de faire part de leurs préoccupations et, par la même occasion, leur permettent d'accéder à des informations sur les services mis à leur disposition.

Diffusion des pratiques exemplaires

Enfin, en 2000-2001, le BIC s'est employé à cerner et à diffuser les pratiques exemplaires en matière de communication gouvernementale afin que les ministères et les organismes puissent tirer des leçons de l'expérience de chacun. Il s'implique également dans différents forums, dans des colloques et dans des activités régionales et nationales tels que les « Déjeuners causerie » sur la recherche en opinion publique qui ont impliqué des participants de plusieurs ministères et agences gouvernementales. Le BIC continue de remplir son mandat de manière efficace et professionnelle comme le démontrent plusieurs prix remportés durant la dernière année. Entre autres, le BIC s'est mérité un Prix d'excellence de l'Association internationale des professionnels en communication pour la région de la Capitale nationale (AICP) pour la publication de *Votre guide des programmes et services du gouvernement du Canada*, réalisée en collaboration avec le Secrétariat rural d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Deux autres prix ont été décernés au BIC par la même association soit le Prix d'excellence pour les vignettes télévisées et le Prix du mérite pour l'étude sur l'alphabétisation¹⁵.

¹⁴ Pour avoir un aperçu des tournées effectuées en 2000-2001 au Québec, voir l'adresse Internet: http://www.cio-bic.gc.ca/tour_min/2000-2001_fr/diapositive01.html

¹⁵ Bureau d'information du Canada, *Enjeux et défis de communication auprès des Canadiens et Canadiennes peu alphabétisés*, Rapport final, septembre 2000. http://www.communication.gc.ca/report/alpha/alphadl_f.html

Les réalisations du dernier exercice financier démontrent la position importante du Bureau d'information du Canada dans le domaine des communications gouvernementales. Les leçons tirées de ces activités nous ont permis d'améliorer les communications générales du gouvernement. Elles nous ont aussi servi dans l'établissement de relations conviviales et efficaces avec l'ensemble de nos partenaires gouvernementaux et non gouvernementaux. Elles nous ont également mené à développer des initiatives qui amélioreront la coordination des communications à l'échelle régionale. Enfin, les réalisations passées ont posé les jalons qui renforcent le rôle que nous avons à jouer dans l'amélioration des communications entre le gouvernement et les Canadiens et les Canadiennes.

Partie III : Rendement financier

A. Aperçu du rendement financier

Pour l'année financière 2000-2001, le budget du BIC est passé de 20,6 à 58 millions de dollars. Cet écart positif de 37,4 millions de dollars s'explique comme suit :

En mars 2000, des fonds additionnels ont été approuvés pour trois initiatives de communication corporative sur trois ans (2000-2001 à 2002-2003). Le BIC a reçu 28,6 \$ M pour l'exercice financier 2000-20001.

- l'Initiative de coordination régionale (5,7 M \$)
- le Programme des foires et expositions du gouvernement du Canada (3,9 M \$ couvrant la période de juin 2000 à mars 2001)
- l'Initiative pour l'information des citoyens (19 M \$)

Le BIC a aussi obtenu un montant additionnel pour la mise sur place des campagnes d'information faisant suite à l'accord fédéral-provincial sur le financement fédéral accru pour le système canadien de soins de santé et pour l'initiative du site *Gouvernement en direct* (8 M \$) pour 2000-2001 seulement. De plus, la coordination de la recherche sur l'opinion publique sous la responsabilité de Travaux publics et services gouvernementaux du Canada (TPSGC) a été transférée au BIC en 2000-2001. Ce transfert a été approuvé et s'est accompagné d'un montant annuel de 0,8 million de dollars.

B. Tableaux financiers récapitulatifs

Les tableaux financiers suivants s'appliquent au Bureau d'information du Canada

Tableau 1

Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation (en milliers de dollars)

Crédit		2000-2001		
		Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
	Bureau d'information du Canada			
15	Dépenses de programme	19 558	56 817	56 226
(L)	Contributions aux régimes d'avantages sociaux des employés	1 090	1 218	1 217
	Total pour le Bureau d'information du Canada	20 648	58 035	57 443

Tableau 2**Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles****Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en milliers de dollars)**

Bureau d'information du Canada	2000-2001		
	Dépenses prévues	<i>Autorisations totales</i>	Dépenses réelles
Équivalents temps plein (ETP)	83	131	169
Fonctionnement	20 648	55 190	55 102
Subventions et contributions	4 900	2 845	2 341
Total des dépenses brutes votées	20 648	58 035	57 443
Subventions et contributions législatives	—	—	—
Total des dépenses brutes	20 648	58 035	57 443
Moins :			
Recettes disponibles	—	—	—
Total des dépenses nettes	20 648	58 035	57 443
Autres recettes et dépenses			
Recettes non disponibles	—	—	—
Coût des services offerts par d'autres ministères	1 029	1 035	1 035
Coût net du programme	21 677	59 070	58 478

Des ressources additionnelles d'ETP ont été transférées et accordées pour être en mesure de bien s'acquitter des nouveaux projets du ministère. Ces ETP ont été affectées à la coordination des communications régionales (37), aux foires et expositions et à la recherche sur l'opinion publique (11). Un nombre additionnel d'ETP (38) a servi à remplacer l'aide contractuelle par des ressources de la fonction publique.

Tableau 3

Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles, selon les années

**Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles, selon les années
(en milliers de dollars)**

	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses réelles 1999-2000	2000-2001		
			Dépenses prévues	<i>Autori- sations totales</i>	Dépenses réelles
Bureau d'information du Canada	19 268	19 913	21 677	58 035	57 443
Total	19 268	19 913	21 677	58 035	57 443

Tableau 4

Paiements de transfert

Paiements de transfert	(en milliers de dollars)		2000-2001		
	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses réelles 1999-2000	Dépenses prévues	<i>Autori- sations totales</i>	Dépenses réelles
Bureau d'information du Canada					
SUBVENTIONS					
Subvention	—	—	2 000	1 224	1 224
Total des subventions	—	—	2 000	1 224	1 224
CONTRIBUTIONS					
Contribution	—	2 301	2 900	1 621	1 117
Total des contributions	—	2 301	2 900	1 621	1 117
Total des paiements de transfert	—	2 301	4 900	2 845	2 341

Partie IV : Aperçu du Bureau d'information du Canada¹⁶

A. Mandat, rôles et responsabilités

Le Bureau d'information du Canada a pour mandat d'améliorer les communications entre le gouvernement du Canada et les Canadiens et les Canadiennes. Ainsi, le BIC favorise de meilleures communications de la part du gouvernement du Canada dans son ensemble et il appuie l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Le BIC travaille de concert avec d'autres ministères et organismes, des organisations non gouvernementales et avec le secteur privé à des initiatives pour informer les Canadiens et les Canadiennes sur leur pays et pour leur faire connaître les services que le gouvernement met à leur disposition.

Au BIC, nous croyons que mieux le gouvernement du Canada communiquera avec les citoyens, mieux les Canadiens et les Canadiennes connaîtront leur gouvernement et leur pays et mieux ils se connaîtront les uns les autres.

B. Cadre de fonctionnement

Le Bureau d'information du Canada n'a qu'un seul secteur d'activité : Renseigner les Canadiens et les Canadiennes.

Objectif du secteur d'activité

Fournir de l'information aux Canadiens et aux Canadiennes afin de mieux les renseigner au sujet du gouvernement du Canada, particulièrement pour ce qui concerne ses priorités et le vaste éventail de programmes et de services qu'il offre, et ce, dans le but d'améliorer les communications avec les citoyens et d'appuyer l'engagement du gouvernement envers un Canada fort et uni.

Description du secteur d'activité

Le BIC conçoit, développe, met en œuvre, coordonne et finance des activités et des produits de communication et d'information à l'échelle nationale et régionale, des initiatives de relations avec les collectivités et de liaisons extérieures, et des recherches relatives à l'opinion publique et

¹⁶ Ces informations seront mises à jour dans le Rapport des plans et priorités 2002-2003 afin de refléter la création de Communication Canada le 1^{er} septembre 2001.

aux communications afin de combler les besoins en information des Canadiens et des Canadiennes, particulièrement en ce qui concerne les priorités, programmes et services du gouvernement du Canada.

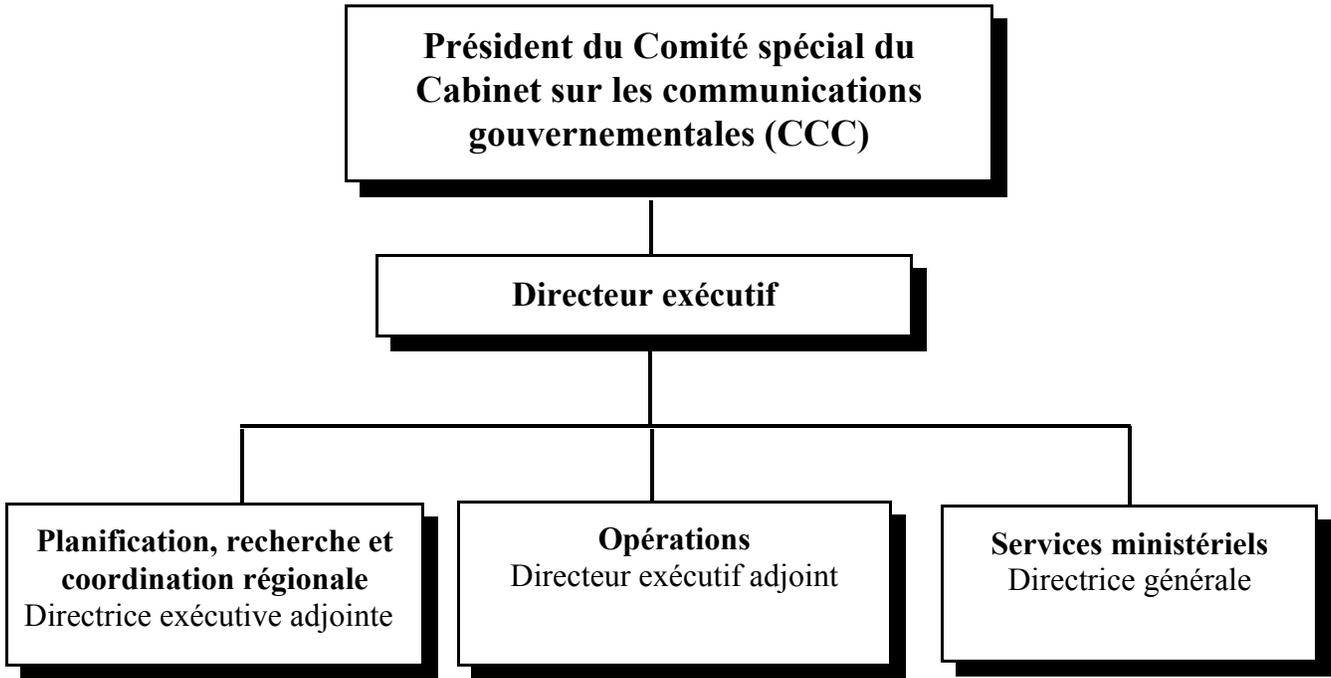
Le BIC concentre ses efforts sur les communications gouvernementales, c'est-à-dire pour le compte de l'ensemble du gouvernement du Canada. Cette perspective globale complète les activités de communication entreprises par les divers ministères et organismes et donne le contexte voulu à ces activités.

Appuyé par les recherches en opinion publique et en communication, le BIC met au point des initiatives de communication gouvernementales à l'échelle nationale et régionale qui sont axées sur les citoyens. Ces initiatives prennent le plus souvent la forme de partenariats avec d'autres ministères et organismes y compris les Conseils régionaux des hauts fonctionnaires fédéraux, des organisations non gouvernementales et le secteur privé et visent à renseigner les Canadiens et les Canadiennes au sujet du Canada, notamment des priorités du gouvernement et du large éventail de programmes et services qu'offre ce dernier. Ces activités globales complètent les activités ministérielles de communication et leur donne un contexte approprié. Le BIC prodigue aussi des conseils stratégiques et opérationnels au Comité spécial du Cabinet sur les communications gouvernementales (CCC) et lui fournit le soutien nécessaire.

C. Organisation du Bureau d'information du Canada

Le directeur exécutif du BIC relève du président du CCC. Le BIC compte deux secteurs principaux : le Secteur de la planification, recherche et coordination régionale et le Secteur des opérations, les deux étant dirigés par un directeur exécutif adjoint. La Direction générale des services ministériels, qui est dirigée par une directrice générale, appuie les activités de ces deux secteurs.

Figure 1 : Structure du BIC



Gammes de produits et de services

Le BIC a trois gammes de produits et de services — deux gammes principales : la Planification, recherche et coordination régionale, et les Opérations; et une troisième gamme de produits et de services d’appui — les Services ministériels.

Tableau de la gamme de produits et services

Gammes de produits et de services :	Planification, recherche et coordination régionale	Opérations	Services ministériels
Responsabilité :	Directrice exécutive adjointe, <i>Planification, recherche et coordination régionale</i>	Directeur exécutif adjoint, <i>Opérations</i>	Directrice générale, <i>Services ministériels</i>

Planification, recherche et coordination régionale

La gamme de produits et de services de la Planification, recherche et coordination régionale a pour objet de fournir de l'information, des conseils et une orientation au BIC, aux autres ministères et organismes et au CCC relativement aux initiatives, aux politiques et aux programmes portant sur les communications de l'ensemble du gouvernement.

Ces produits et services comprennent la planification stratégique, l'évaluation, la mesure du rendement, les rapports ministériels, la coordination des communications régionales, les produits et activités de communication spécifiques aux régions, les sondages d'opinion publique et les recherches en communication, ce qui comprend la coordination des sondages d'opinion publique pour l'ensemble du gouvernement.

La directrice exécutive adjointe responsable de la Planification, recherche et coordination régionale est responsable de cette gamme de produits et de services. Le Secteur de la planification, recherche et coordination régionale réunit trois directions générales : Planification stratégique, politiques et évaluation, Recherche et analyse et Coordination régionale.

Opérations

La gamme des produits et des services des Opérations a pour objet la conception et le développement de produits, services et activités de communication gouvernementale qui répondent aux besoins et souhaits des Canadiens et des Canadiennes en matière d'information. Tout cela se fait en collaboration avec des partenaires gouvernementaux et non gouvernementaux.

Ces produits et services sont notamment les campagnes d'information, le suivi médiatique et le suivi des événements à contenu gouvernemental, la production de calendriers d'événements, la coordination des tournées ministérielles, les relations avec la collectivité et les liaisons extérieures et la coordination de la participation du gouvernement du Canada aux grandes foires et expositions à l'échelle du pays.

Le directeur exécutif adjoint aux Opérations est responsable de cette gamme de produits et de services. Le Secteur des opérations réunit deux directions générales : Communications et Services de l'information, des opérations et des liaisons extérieures.

Services ministériels

La gamme de produits et de services des Services ministériels assure le soutien administratif et la gestion des ressources. Cela comprend les ressources humaines et l'administration (paie et avantages sociaux, dotation et relations de travail, gestion de bureau, sécurité et achats), les services financiers (budgets), les technologies de l'information (systèmes informatiques et de télécommunications, ligne d'aide et formation) et d'autres activités (relations parlementaires, correspondance, gestion des dossiers, traitement des demandes d'accès à l'information et aux renseignements personnels).

Le directeur général des Services ministériels est responsable de cette gamme de produits et de services. La Direction des services ministériels chapeaute quatre directions : Ressources humaines et administration, Finance, Technologies de l'information et le Secrétariat général.

Partie V : Autres renseignements

Communication Canada (autrefois) Bureau d'information du Canada est situé au :

155, rue Queen, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 6L1
Téléphone : (613) 992-1692
Télécopieur : (613) 991-1952

Pour obtenir de plus amples renseignements prière de communiquer :

Le site Internet de Communication Canada :

http://www.communication.gc.ca/index_f.html

Le site est mis à jour régulièrement par l'ajout de renseignements et de rubriques spéciales d'information.

Le site Internet du gouvernement du Canada

http://canada.gc.ca/main_f.html

La ligne téléphonique sans frais du gouvernement du Canada :

1 800 O-Canada (1 800 622-6232)

Demandes en matière d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels (AIPRP)

Toute demande doit être adressée à :

Agent, AIPRP
Communication Canada
155, rue Queen, 5^e étage
Ottawa (Ontario)
K1P 6L1