



## Guide des bonnes pratiques pour la mesure de la demande

*Pour les personnes responsables des langues officielles dans les institutions*

Élaboré en collaboration avec Statistique Canada

### Introduction

Ce guide vise à appuyer les institutions appelées à mesurer la demande du public pour des communications et services dans la langue minoritaire afin de connaître la désignation linguistique de certains de leurs bureaux.

Il offre également des recommandations qui pourraient être utiles aux institutions ayant des bureaux qui doivent recenser la préférence linguistique de leur clientèle restreinte et identifiable directement auprès de celle-ci.

### Cadre réglementaire

Les dispositions 5(1)d), k), n), 6(1)d) et 7(1) du [Règlement sur les langues officielles – communications avec le public et prestation des services](#) (Règlement) prévoient qu'un bureau est désigné bilingue si au moins 5% de la demande pour des communications et services faite par le public à ce bureau, au cours d'une année, est dans la langue de la minorité. Autrement, il est désigné unilingue, dans la langue de la majorité.

Pour ce qui est des dispositions 6(1)b), e), f), et 7(2) (p. ex., les trajets d'avion), le Règlement prévoit qu'un bureau assujéti à l'une de ces règles soit désigné bilingue si au moins 5% de la demande pour des services au cours d'une année est en français **et** au moins 5% en anglais. Autrement, le bureau est désigné unilingue dans la langue officielle dans laquelle il y a au moins 5% de demande de communications et services.

Dans le cas d'un bureau offrant des services à une clientèle restreinte et identifiable<sup>i</sup> 6(1)a), l'institution doit demander à chacun de ses clients sa préférence linguistique. Le bureau sera désigné bilingue si au moins 5% de la clientèle au cours d'une année préfère recevoir ses communications et services en français **et** au moins 5% en anglais. Autrement, le bureau est désigné unilingue dans la langue officielle dans laquelle il y a au moins 5% de demande de communications et services, que ce soit la langue de la majorité ou non (il se peut donc, par exemple, qu'un bureau offrant des services à une clientèle restreinte et identifiable soit désigné unilingue français dans une province où la langue de la majorité est l'anglais).

Bien que les institutions soient responsables d'appliquer le Règlement à leurs bureaux et de déterminer la meilleure façon d'y mesurer la demande, la section 6.3 de la **Error! Hyperlink reference not valid.** (Directive) fournit un encadrement à ce sujet.

La mesure de la demande doit être complétée dans les meilleurs délais, à l'intérieur d'une période maximale de deux ans à partir de la date à laquelle le bureau a été créé ou de la date à laquelle les dispositions du Règlement ont été appliquées à la lumière des données du plus récent recensement décennal, selon le cas, tel que prescrit par la Directive. Les résultats de la mesure de la demande et la méthodologie employée doivent également être fournis au Secrétariat du Conseil du Trésor par l'entremise du Système pour les obligations en langues officielles (SOLO).

### Bonnes pratiques en matière de mesure de la demande



En général, une mesure de la demande comporte quatre grandes étapes :

1. [La planification](#);
2. [l'élaboration de la méthodologie](#);
3. [la collecte de réponses](#); et
4. [la révision du rapport de résultats](#).

Ci-dessous se trouvent les pratiques recommandées pour chacune de ces étapes. Selon la situation particulière de chacun des bureaux, les institutions devront déterminer les pratiques applicables :

### **Planification**

- Identifier un coordonnateur responsable de la mesure de la demande afin qu'il y ait un seul point de contact par institution.
- Identifier une personne-ressource pour chaque bureau de l'institution visé par la mesure de la demande.
- Vérifier les données internes existantes qui pourraient servir à mesurer la demande.
- Déterminer si la mesure de la demande doit ou peut se faire par des ressources internes (p. ex., un groupe de vérification interne) ou par une partie indépendante tout en privilégiant une collecte de réponses effectuée par une partie indépendante pour qui les résultats de la mesure de la demande n'ont aucune implication.
- Prévoir l'obtention des ressources financières nécessaires et planifier le temps requis pour l'approvisionnement et la passation de marchés.
- Utiliser une approche proactive. Par exemple, veiller à ce que toutes les parties qui seront impliquées dans le processus de mesure de la demande soient informées à l'avance:
  - des étapes requises;
  - de l'obligation de réaliser un tel exercice en vertu des dispositions du Règlement;
  - que l'exercice vise à mesurer, pour chacun des bureaux identifiés, le pourcentage de demande de communications et services dans chacune des langues officielles;
  - que les résultats serviront à déterminer la désignation linguistique de chacun des bureaux visés par la mesure de la demande (si le bureau doit communiquer avec le public et lui offrir des services en français, en anglais ou dans les deux langues officielles); et
  - des détails de la stratégie de collecte des réponses et des dates de collecte anticipées dès que l'information sera connue.

## Élaboration de la méthodologie

Les restrictions dues à la pandémie peuvent avoir eu un impact sur le volume et l'achalandage de la clientèle dans les bureaux fédéraux. Afin d'obtenir une mesure de la demande la plus juste possible, les bureaux qui devront mesurer la demande en 2022 et 2023 devraient:

- tenir compte des données de 2019 et de 2022 pour déterminer le volume de clients et l'achalandage sur une année afin d'estimer un échantillon le plus représentatif possible pour la collecte des réponses; et
- prévoir plus de temps pour la collecte des réponses au cas où l'échantillon ne serait pas atteint à l'intérieur de l'échéance prévue dans la méthodologie dû à un taux de réponses ou un volume de clients réel inférieur à celui estimé.

Veiller à ce que:

- pour chacun des bureaux, les éléments suivants aient été déterminés:
  - la clientèle servie;
  - les modes de contact utilisés par la clientèle (p. ex., le téléphone, les visites en personne, la correspondance par la poste, les courriels, le clavardage, etc.);
  - le volume en général de demandes de services pour chacun de ces modes de contact (peu importe la langue –nombre de transactions);
  - les variations importantes de l'affluence de la clientèle au cours d'une année; et
  - ce en quoi consiste un échantillon assez large pour obtenir des résultats probants sur une période représentative d'un an.
- un questionnaire soit développé et utilisé pour tous les modes de collecte déterminés, que ce soit en format papier, par téléphone, par internet, etc.;
- peu importe le mode de collecte choisi, un moyen de départager les réponses obtenues pour chacun des bureaux indépendamment soit prévu;
- le répondant puisse répondre au sondage en utilisant le même moyen de contact que celui qu'il utilise habituellement pour contacter l'institution, dans la mesure du possible. Lorsque nécessaire, le contexte du contact peut être utilisé pour ajuster la façon de procéder à la mesure de la demande (p. ex., situation d'urgence, arrestation, etc.);
- les cas où l'échantillon est susceptible d'engendrer des résultats modestes ou trop faibles pour donner des résultats probants soient identifiés (p. ex., lorsqu'un point de service reçoit très rarement des demandes de service ou n'a que peu de contacts avec la clientèle) et que:
  - les raisons de ces faibles résultats potentiels soient cernées; et
  - des possibles stratégies d'atténuation aient été élaborées (p. ex., prévoir devoir prolonger la période de collecte de réponses). Celles-ci devraient être expliquées dans le rapport de résultats.
- les périodes d'opérations les plus achalandées et les plus creuses ainsi que les fins de semaine soient considérées afin de déterminer le meilleur moment pour effectuer la collecte des réponses;

- une partie indépendante pour effectuer la collecte des réponses soient favorisée, dans la mesure du possible;
- une méthode de collecte des réponses sans papier soit considérée pour réduire l'usage du papier et des contacts physiques indirects; et
- la période pour la collecte des réponses cadre à l'intérieur de l'échéance de deux ans prévue par la Directive pour le processus de mesure de la demande à un bureau.

## La collecte des réponses

Veiller à ce que:

- les instructions de collecte soient claires et bien comprises, notamment par les personnes responsables d'effectuer la collecte des réponses. Par exemple:
  - les clients doivent eux-mêmes choisir la langue officielle dans laquelle ils veulent répondre au sondage sans être influencées de quelque façon que ce soit;
  - les modalités de collecte; et
  - noter tout changement ou interruption.
- des moyens d'améliorer la participation en facilitant le processus soient prévus. Par exemple:
  - pour les bureaux utilisant des questionnaires papiers administrés sur place, il est recommandé de prévoir des boîtes de collecte des questionnaires remplis dans chacun de ces bureaux; et
  - pour les répondants qui reçoivent un questionnaire par la poste, prévoir un moyen pour eux de retourner les questionnaires papier sans frais.
- les bureaux responsables de faire la collecte des réponses soient informés qu'ils recevront les questionnaires papiers et les boîtes de collecte afin d'éviter les pertes et la confusion;
- une communication régulière entre le coordonnateur de la mesure de la demande et le ou les responsables de chacun des bureaux où la mesure de la demande a lieu soit maintenue afin de s'assurer que:
  - le matériel requis a été reçu et est utilisé comme prévu; et
  - la collecte se déroule selon les modalités et délais prévus dans la méthodologie afin d'éviter que les résultats soient acheminés en retard au SCT.
- lors de la collecte, chaque transaction et interaction qui a lieu soit comptabilisé, nonobstant la personne qui se prévaut du service. Il est donc possible de comptabiliser plusieurs transactions faites par une même personne. Un sondage devrait être remis, ou la question devrait être posée, lors de chaque demande de service;
- la personne répondant au sondage ou à la question le fasse elle-même, sans influence, dans la mesure du possible (p. ex., ce n'est pas la personne de l'institution offrant le service qui devrait remplir la carte-réponse ou le sondage, mais bien le client); et

- pour une collecte en format papier, à la fin de la période de collecte, les questionnaires qui n'ont pas été distribués soient récupérés et les compter – ce compte devrait être utilisé dans le calcul du taux de réponse. Conserver les questionnaires jusqu'à ce que le rapport soit remis au SCT, au cas où une prolongation de la collecte soit nécessaire afin d'éviter les délais et les coûts pour une réimpression.

## Révision du rapport de résultats

Vérifier que le rapport:

- précise que la mesure de la demande respecte les exigences de la Directive et qu'elle a été faite en vertu des dispositions du Règlement visant à déterminer si le bureau doit communiquer avec le public et lui offrir des services en français, en anglais ou dans les deux langues officielles;
- comprend le plan de collecte, y compris les instructions de collecte, et précise que le plan a été respecté et que des suivis ont été fait auprès des employés pour s'assurer du respect des directives de collecte. Si des changements ont eu lieu, ils devraient être expliqués dans le rapport;
- explique que lorsqu'un répondant au sondage a indiqué vouloir être servi dans les deux langues officielles, la réponse a été comptabilisée comme une demande pour un service dans la langue de la minorité uniquement;
- démontre que le processus de mesure de la demande a couvert un échantillon représentatif de la clientèle de chaque bureau, notamment en décrivant les modes de contact habituels pour la demande de service par la clientèle ainsi que les modes de collecte utilisé pour chaque bureau; et
- fournit la taille d'échantillon, le ou les modes de collecte utilisés, le moment (date et heure de début et de fin) de la collecte, le total des réponses reçues pour chacune des deux langues officielles ou les deux, l'estimation en nombre et en pourcentage de la demande dans chacune des langues officielles, le taux de réponse et l'intervalle de confiance à 95%<sup>1</sup>.

## La mise en œuvre des nouvelles obligations linguistiques

La Directive accorde une période maximale d'un an de la date à laquelle la nouvelle désignation bilingue d'un bureau a été déterminée pour mettre en place les mesures nécessaires pour s'acquitter de ses nouvelles obligations.

Pour un bureau devenu unilingue à la suite d'une mesure de la demande sous les dispositions relatives aux:

- circonstances générales du Règlement (5(1)d), k), et n)), la Directive exige qu'il doit maintenir la prestation des services bilingues jusqu'à ce que la population minoritaire qu'il dessert ait été informée sur les modalités et la date prévue de la cessation de la prestation des services bilingues et de l'emplacement des bureaux où elle peut

---

<sup>1</sup> Idéalement, le taux de réponse devrait être de 60% ou plus afin que les résultats soient représentatifs de la clientèle desservie. Si le taux de réponse est inférieur, des explications devraient être fournies.

recevoir des services dans sa langue officielle en personne, au téléphone, par écrit ou via un site Web. Le bureau dispose pour ce faire d'une période maximale d'un an; et

- circonstances particulières du Règlement (6(1)a), b), e), f), 7(1) et 7(2)), la Directive accorde une période maximale d'un an de la date à laquelle les obligations linguistiques ont été déterminées pour cesser la prestation de services bilingues. Cependant, pour les bureaux ayant recensé une clientèle restreinte et identifiable (6(1)a)), il est recommandé d'informer la clientèle de la cessation prochaine de la prestation de services bilingues.

### **Demandes de renseignements**

Pour toute question ou information additionnelle, veuillez communiquer avec le Secrétariat du Conseil du Trésor à [info-ollo@tbs-sct.gc.ca](mailto:info-ollo@tbs-sct.gc.ca).

---

<sup>i</sup> Les services de ces bureaux sont axés sur une clientèle restreinte et sont tels que le grand public ne peut s'en prévaloir. Le terme « identifiable » signifie que l'on peut connaître à la fois le nom de chaque client et la langue officielle dans laquelle il désire recevoir ses services. L'institution dispose d'une liste à jour de ses clients.

Une définition complète se trouve dans la Directive.