

# SOMMAIRE DE L'ÉVALUATION DES SERVICES DE COMMUNICATIONS DE PATRIMOINE CANADIEN (2015-2016 à 2017-2018)

## APERÇU

L'évaluation se concentrait sur les services et produits offerts par les Services de communications, incluant les bureaux régionaux.

Les Services de communications permettent au gouvernement du Canada de communiquer avec le public dans les deux langues officielles et d'informer les Canadiens des politiques, des programmes, des services et des initiatives.

Les clients immédiats des Services de communications de PCH sont les cabinets des trois ministres et les programmes de PCH, tandis que les principaux destinataires des produits sont le public canadien dans le cas des communications externes et les employés de PCH pour ce qui est des communications internes.

En 2018-2019, les niveaux de référence de la Direction générale des communications – excluant les bureaux régionaux – s'élevaient à 11 068 770 \$ et 104,7 ETP étaient prévus.

## RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION

### Mandat

Aucun mandat officiel n'a pu être trouvé durant l'évaluation;

Les bureaux régionaux étaient d'avis que leur mandat était plus vaste que celui de la Direction générale des communications.

### Réponse aux besoins des clients

Les Services de communications de PCH délaissent progressivement une approche traditionnelle reposant sur l'offre de services et privilégient plutôt l'offre de conseils stratégiques;

La satisfaction des clients variait d'un secteur à l'autre, mais les Services de communications n'avaient pas de processus formel pour évaluer la satisfaction de leurs clients de façon systématique.

### Structure

La structure organisationnelle des Services de communications et le modèle de chargé de compte présentent des avantages et des limites. Par exemple, ce modèle permet aux chargés de compte de développer une relation de confiance avec leurs clients, mais cela crée également une étape supplémentaire pour que les clients puissent accéder aux services;

Les bureaux régionaux constituent un soutien efficace et rentable, mais certains problèmes persistent.

### Offres de service

Les Services de communications de PCH n'ont pas d'offre de services établie et clairement définie;

La majorité des produits et services de communications internes et externes sont les mêmes, qu'ils soient offerts par les bureaux régionaux ou le bureau national;

90 % du personnel de communications interviewé a affirmé que les services et produits offerts étaient alignés avec la Politique sur les communications et l'image de marque.

### Processus et procédures

La présence de processus, de procédures et de normes de services clairs pour accomplir le travail varie selon les équipes des Services de communications;

Les délais requis par les Services de communications pour accomplir les tâches demandées sont rarement respectés par les clients;

Entre juillet et octobre 2018, sur les 94 demandes reçues des trois bureaux de ministres, 49% ne respectaient pas les normes de services établies par le Bureau du Conseil privé.

## EFFICIENCE



Entre 2015 et 2019, la Direction générale des communications a dépassé son niveau de référence de 10 % en moyenne. Un pic a été observé en 2017, ce qui coïncide avec Canada 150, un événement qui a exercé une forte pression sur les Services de communications. En comparaison, PCH a dépassé son niveau de référence de 4 % en moyenne entre 2015 et 2019.

## CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

**Enjeu 1 :** Le mandat et l'offre de services des Services de communications ne sont pas explicitement définis.

**Enjeu 2 :** Les rôles et responsabilités des Services de communications ne sont pas bien définis et compris.

**Résultat :** L'offre de services des Services de communications n'est pas constante et crée des inégalités parmi les clients.

L'évaluation recommande que :

1. La Directrice générale des communications, en collaboration avec la sous-ministre adjointe des Langues officielles, patrimoine et régions dote les Services de communications d'un mandat clair définissant formellement les rôles et les responsabilités de la Direction générale des communications et des bureaux régionaux.
2. La Directrice générale des communications, en collaboration avec la sous-ministre adjointe des Langues officielles, patrimoine et régions, élabore et communique son offre de services à ses employés et clients, incluant les délais requis et les normes de services.
3. La Directrice générale des communications mette en œuvre une collecte systématique de certaines données de rendement, ce qui permettrait de mesurer l'atteinte des objectifs, d'approfondir l'analyse de certains enjeux et d'apporter des changements au besoin.