

## **Cadre d'évaluation de la Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive**

### **1 Introduction**

Une saine alimentation est essentielle à la prévention de maladies chroniques telles que l'obésité, le diabète de type 2, les maladies du cœur, certains types de cancer, l'ostéoporose et les maladies buccodentaires. On projette que, d'ici 2020, les maladies chroniques seront responsables de près des trois quarts de tous les décès dans le monde. Au Canada, les conséquences économiques d'une mauvaise alimentation sont considérables et représentaient plus de 6,6 milliards de dollars en 1998, et ce nombre ne cesse d'augmenter.

Avoir une alimentation nutritive et équilibrée constitue une partie importante des efforts déployés pour combattre les maladies chroniques et contribue au maintien d'un poids santé. Les Canadiens qui comprennent comment lire et utiliser le tableau de la valeur nutritive seront en mesure de faire des choix plus sains en matière d'alimentation. Les recherches montrent que de nombreux Canadiens ne comprennent pas pleinement comment utiliser le tableau de la valeur nutritive pour choisir des aliments sains et que 83 % d'entre eux aimeraient obtenir de plus amples renseignements.

#### **1.1 Le besoin**

Santé Canada s'est activement engagé à éduquer les Canadiens à l'égard de l'étiquetage nutritionnel depuis que le système d'étiquetage nutritionnel volontaire a été adopté, en 1988. Le Ministère a accru ses efforts liés à l'éducation en matière d'étiquetage nutritionnel à la suite de l'adoption d'un règlement sur l'étiquetage nutritionnel obligatoire en 2003 et a réussi à sensibiliser les Canadiens à l'égard du tableau de la valeur nutritive figurant sur les produits alimentaires préemballés.

Comme on a réussi à sensibiliser les gens à l'égard du tableau de la valeur nutritive, la nécessité d'une campagne d'éducation visant à accroître l'autoefficacité des consommateurs au moment d'utiliser le tableau de la valeur nutritive pour qu'ils puissent faire des choix en matière d'alimentation plus éclairés est devenue évidente. Dans un certain nombre de rapports et d'études de consommation antérieurs, il est recommandé que Santé Canada mobilise des partenaires multisectoriels pour éduquer les Canadiens au sujet de l'étiquetage nutritionnel. Ainsi, l'organisme Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC) a été nommé comme partenaire pour participer à la Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive (CÉTVN).

#### **1.2 Le processus à ce jour**

General Mills Canada a sollicité Santé Canada au sujet de l'élaboration d'un programme conjoint d'éducation des consommateurs sur le tableau de la valeur nutritive. En juin 2008, le président de General Mills a rencontré le personnel de l'ancien ministre pour explorer la réceptivité de la campagne. La rétroaction était positive, et General Mills a accepté de travailler avec la Division du marketing et le Bureau de la politique et de la promotion de la nutrition (BPPN) de Santé Canada pour élaborer une proposition. La responsabilité de la campagne a plus tard changé de General Mills à l'association

commerciale nationale de l'industrie des aliments emballés, soit PACC.

On vise à ce que la Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive soit mise en œuvre au moyen d'une collaboration entre l'industrie, le gouvernement fédéral et les médias. Le but est d'éduquer les consommateurs au sujet des diverses composantes du tableau de la valeur nutritive, plus particulièrement le % VQ, et de la façon dont ces renseignements peuvent être utilisés pour choisir des produits alimentaires sains. PACC a demandé au BPPN de mener l'élaboration du message pour la campagne, qui sera fondée sur de récentes recherches menées par les deux parties.

## 2 Description du programme

Santé Canada et Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC) ont travaillé ensemble pour élaborer la Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive (CÉTVN) nationale. Dans le cadre de cette initiative, on se servira d'outils novateurs pour transmettre le message aux consommateurs de plusieurs façons, notamment des renseignements imprimés sur l'emballage et offerts en magasin, les médias de masse, le Web et la liaison avec les intervenants. Cette collaboration permettra d'améliorer la santé nutritionnelle et le bien-être des Canadiens en renforçant les pratiques relatives à une saine alimentation au moyen de l'utilisation éclairée du tableau de la valeur nutritive, plus précisément le % VQ. L'initiative vise à :

- ▶ permettre aux Canadiens de mieux comprendre et utiliser le tableau de la valeur nutritive comme outil pour faire des choix éclairés en matière d'alimentation;
- ▶ créer un nouveau modèle de collaboration pour travailler sur des questions nutritionnelles avec des partenaires.

### La CÉTVN

L'initiative aidera les Canadiens à faire des choix éclairés en matière d'alimentation au moyen de l'utilisation du tableau de la valeur nutritive, leur permettant de se servir de l'outil pour combler leurs besoins individuels en matière de santé nutritionnelle.

Voici les buts de la campagne :

- ▶ renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive au moyen d'une meilleure compréhension du % VQ;
- ▶ accroître le nombre de visites effectuées sur le site Web de Santé Canada, en particulier à l'adresse suivante : [canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne](http://canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne).

### Composantes de la CÉTVN

- Plan lié aux messages affichés sur les emballages
- Plan médiatique (publicités payées et gratuites, événements de lancement et activités visant à sensibiliser les gens)
- Site Web
- Ressource pour les consommateurs
- Participation des intervenants
- Plan visant les détaillants en magasin

Chacune des composantes de la campagne comprend les objectifs et les recherches qui feront partie d'un cadre d'évaluation général.

### Recherche

Le but de la recherche est d'établir une série efficace et efficiente d'activités menées avant, pendant et

après la recherche qui permettront d'assurer la crédibilité et l'efficacité de l'initiative, fourniront un apprentissage essentiel et feront partie d'un cadre d'évaluation général.

## **2.1 Groupe cible**

Douze millions de ménages canadiens avec des enfants âgés de 18 ans et moins, dont le public principal est constitué de mères âgées de 19 à 54 ans.

## **2.2 Composantes de la CÉTVN**

### **2.2.1 Plan lié aux messages affichés sur les emballages**

#### *Objectifs*

- ▶ Le message est indiqué sur les produits (des fabricants participants) représentant 80 % de leur valeur combinée en dollars.
- ▶ Les messages imprimés sur l'emballage viseront 90 % des consommateurs canadiens.
- ▶ Parmi ces 90 % de consommateurs canadiens, 50 % se rappelleront le message.

#### *Description*

Une des composantes de la campagne concerne des messages éducatifs imprimés sur l'emballage de produits alimentaires dans les deux langues officielles qui orienteront les consommateurs vers le site Web de SC. Il n'y a aucun lien direct avec une entreprise alimentaire ou une marque de produit, tous les membres participants de PACC faisant la promotion du même message éducatif. Plus de 34 entreprises membres de PACC ont manifesté un intérêt à transmettre le message sur les emballages. Cela permettra d'atteindre un niveau sans précédent de sensibilisation des consommateurs et d'éducation à l'égard de l'étiquetage nutritionnel.

### **2.2.2 Plan médiatique (publicités télévisées et imprimées et autres médias, y compris des événements de lancement et des activités visant à sensibiliser les gens)**

#### *Objectifs*

- ▶ Accroître la sensibilisation à la CÉTVN comme outil permettant de faire des choix éclairés en matière d'alimentation.
- ▶ Fournir un point de liaison pour le lancement de tous les éléments liés à la campagne, dont les publicités imprimées sur les emballages, en ligne, payées et gratuites.
- ▶ Promouvoir la collaboration entre PACC et Santé Canada pour éduquer les Canadiens à l'égard de l'étiquetage nutritionnel.
- ▶ Sensibiliser à la CÉTVN les médias et les intervenants, qui, par la suite, en informeront les consommateurs canadiens.

#### *Description*

Les publicités imprimées et télévisées, en français et en anglais, qui sensibiliseront les gens au sujet de la campagne, du TVN et du % VQ et orienteront les consommateurs vers le site Web pour qu'ils puissent obtenir de plus amples renseignements constituent des composantes importantes de la campagne. Les publicités imprimées paraîtront dans le cadre d'un lancement public de la mi-octobre 2010 jusqu'à la fin de mars. La publicité télévisée de 30 secondes sera diffusée en janvier 2011 pour une période de huit semaines. On utilisera d'autres supports médiatiques pour accroître la portée du message,

notamment les médias sociaux et la publicité gratuite.

L'initiative sera lancée au cours d'un événement parrainé et soutenu conjointement par Santé Canada et PACC. Dans le cadre de l'événement, on se concentrera sur l'annonce officielle de la CÉTVN aux médias, aux consommateurs et à d'autres intervenants en matière de santé, dont les organismes locaux d'éducation familiale. Le lancement est prévu pour la mi-octobre à Toronto.

### **2.2.3 Site Web**

#### *Objectif*

- ▶ Renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive au moyen d'une meilleure compréhension du % VQ.

#### *Description*

Les éléments des publicités imprimées, télévisées et figurant sur les emballages orienteront les consommateurs vers le site Web de SC. En suivant l'adresse Web, les consommateurs se retrouveront sur une page passerelle où ils trouveront des renseignements sur la campagne, ses composantes et le % VQ. À partir de cette page passerelle, les consommateurs seront en mesure d'explorer des renseignements supplémentaires au sujet du TVN et de l'étiquetage nutritionnel sur le site Web de SC.

### **2.2.4 Ressource pour les consommateurs**

#### *Objectif*

- ▶ Renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive au moyen d'une meilleure compréhension du % VQ.

#### *Description*

Cette nouvelle ressource pour les consommateurs (pouvant être utilisée par les intermédiaires) est une fiche de renseignements visant à aider les consommateurs à mieux comprendre comment utiliser le % VQ dans le TVN d'une manière facile et rapide pour aider à déterminer si un élément contient une petite ou une grande quantité d'un élément nutritif. Cette ressource pourra être commandée par l'entremise des responsables des publications de SC et téléchargée à partir du Web.

### **2.2.5 Plan de mobilisation des intervenants**

#### *Objectifs – besoin d'objectifs liés aux stratégies de promotion personnelle et réseautage*

- ▶ Obtenir le soutien de nombreux organismes (nombre d'organismes)
- ▶ Maximiser les messages communs (comment le message a été maximisé et portée accrue estimative)
- ▶ Optimiser les ressources de l'initiative (comment)

#### *Description*

Dans le cadre du plan de mobilisation des intervenants, on veut joindre d'autres organismes liés à la santé ayant des buts communs relatifs à l'éducation du public. La définition et le degré de l'engagement varieront, allant de la communication de renseignements à la participation active.

### **2.2.6 Plan visant les détaillants en magasin**

### *Objectifs*

- ▶ Sensibiliser les gens à l'égard de la campagne en communiquant des messages uniformes au point de vente et en magasin.
- ▶ La portée sera accrue de X grâce aux activités tenues en magasin. X activités dans X magasins dans l'ensemble du Canada.

### *Description*

Des détaillants ont manifesté un intérêt à participer à la CÉTVN en étendant la portée de la campagne et de ses messages jusqu'au point de vente et en magasin. Ils apporteront un soutien à la campagne au moyen de nombreuses activités, notamment la création de présentoirs et le dépôt de matériel de sensibilisation sur des étagères et au point de vente (énumérer les activités). Cela permettra d'accroître la portée de la campagne afin de maximiser l'impact en étendant la communication du message jusqu'à l'environnement de vente au détail.

## **2.3 Mise en œuvre**

La Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive est une initiative à phases multiples.

Phase I – Mise en place de la collaboration, automne 2009

Phase II – Élaboration du programme, automne 2009, hiver 2010 et été 2010

Phase III – Préparation du lancement, été 2010

Phase IV – Lancement, automne 2010

Phase V – Maintien de l'initiative

Santé Canada et Produits alimentaires et de consommation du Canada (PACC) continueront de travailler en étroite collaboration pour s'assurer que la vision et les buts de l'initiative sont réalisés.

## **3. Évaluation**

### **3.1 Objet**

L'évaluation constitue une composante essentielle de la CÉTVN pour fournir rapidement des renseignements exacts sur le rendement au moyen d'une bonne planification, de l'apprentissage et de l'amélioration continue et de la responsabilisation.

L'évaluation de la CÉTVN permettra aux planificateurs et aux intervenants d'évaluer le processus, les répercussions et les résultats de l'initiative, de déterminer si les activités sont mises en œuvre tel que prévu, de déterminer si le but et les objectifs ont été réalisés, de faciliter les améliorations, de formuler des recommandations pour de futures initiatives et d'assurer une responsabilisation. Le but de l'évaluation est de s'assurer de ce qui suit :

- ▶ on a formulé des objectifs clairement définis;
- ▶ le processus a été saisi et les leçons apprises ont été consignées pour permettre d'apporter des améliorations à l'initiative et d'éclairer les initiatives à venir;
- ▶ les progrès réalisés en vue de l'atteinte du but et de la réalisation de la vision sont surveillés.

### **3.2 Aperçu**

L'évaluation de la CÉTVN sera axée sur l'atteinte des buts de la campagne :

- ▶ renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive au moyen d'une meilleure compréhension du % VQ;
- ▶ accroître le nombre de visites effectuées sur le site Web de Santé Canada, particulièrement à l'adresse suivante : [canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne](http://canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne).

On s'assure ainsi que la vision a été réalisée.

- ▶ *Permettre aux Canadiens de mieux comprendre et utiliser le tableau de la valeur nutritive comme outil servant à faire des choix éclairés en matière d'alimentation.*
- ▶ *Créer un nouveau modèle de collaboration pour travailler sur des questions nutritionnelles avec des partenaires.*

### 3.3 Questions d'évaluation de la CÉTVN

<b>Pertinence</b>
<p>L'éducation sur le tableau de la valeur nutritive en tant qu'activité du BPPN est-elle encore nécessaire et pertinente?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comment les activités relatives à la Campagne d'éducation sur le tableau de la valeur nutritive s'harmonisent-elles avec les priorités de Santé Canada?</li><li>• La CÉTVN répond-elle aux besoins des Canadiens?</li></ul>
<b>Rendement – Efficience (conception et prestation)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>2. Les activités ou composantes de la CÉTVN ont-elles été conçues de façon appropriée?</li><li>3. Dans quelle mesure les activités ou composantes de la CÉTVN ont-elles été mises en œuvre comme prévu?</li><li>4. Quelles ont été les principales réalisations, leçons apprises et difficultés au moment de la conception et du lancement de la CÉTVN (procès-verbaux, entrevues clés)?</li></ol>
<b>Rendement – Efficacité (réussite)</b>

5. Dans quelle mesure les buts présentés dans le cadre de la campagne ont-ils été atteints?
  - Renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive, en particulier le % VQ.
  - Accroître le nombre de visites effectuées sur le site Web de Santé Canada, particulièrement à l'adresse suivante : [canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne](http://canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne).
  
6. Dans quelle mesure la vision a-t-elle été réalisée?
  - Permettre aux Canadiens de mieux comprendre et utiliser le tableau de la valeur nutritive comme outil servant à faire des choix éclairés en matière d'alimentation.
  - Créer un nouveau modèle de collaboration pour travailler sur des questions nutritionnelles avec des partenaires.

### 3.4 Méthodes de collecte de données

Des données qualitatives et quantitatives seront recueillies de diverses sources au moyen d'un certain nombre de méthodes :

- √ Formation
  - Consultation et mise à l'essai tenues avec des intervenants au cours de l'élaboration de l'initiative.
  
- √ Processus
  - collecte de documents liés au programme (p. ex. réunions tenues avec des partenaires, examen d'experts, examen sur le terrain) pour documenter l'évolution de l'initiative, notamment pour déterminer si les activités ont été mises en œuvre comme prévu et si les changements apportés à la mise en œuvre ont été documentés ainsi que le processus décisionnel;
  - suivi (nombre de demandes de ressources, nombre de ressources diffusées, nombre de visites effectuées sur le site Web, nombre d'encarts dans les revues);
  - examen de la rétroaction obtenue pour documenter la satisfaction à l'égard du processus (élaboration de l'initiative, élaboration des ressources et diffusion);
  - réalisation d'un sondage auprès de l'équipe sur la satisfaction à l'égard du processus.
  
- √ Résultats et impact
  - Réalisation de ROP pour déterminer si les Canadiens comprennent mieux le tableau de la valeur nutritive et s'ils se servent de celui-ci et de la portion déterminée pour faire des choix éclairés.

### 3.5 Méthode d'évaluation

#### 3.5.1 Essais auprès de groupes cibles

Des essais auprès de groupes cibles seront effectués à l'échelle nationale pour éclairer les éléments de création de l'initiative (y compris les messages affichés sur les emballages, les publicités télévisées, les publicités imprimées et la présence en ligne).

#### 3.5.2 Évaluation des connaissances et recherche sur l'opinion publique (ROP)

Un sondage en ligne réalisé avant et après l'apparition des messages et des publicités sera élaboré en vue

de déterminer la compréhension et le comportement de la population canadienne à l'égard de l'utilisation du % VQ pour faire des choix éclairés en matière d'alimentation.

### **3.5.3 Examens des médias, des documents et des bases de données**

On prévoit que trois types d'examens seront utilisés dans le cadre de l'évaluation :

- analyse des médias;
- examen des documents; et
- examen des bases de données.

Ces types d'examens seront menés en vue de répondre aux questions d'évaluation particulières énoncées à l'annexe 1.

On peut se servir d'un ensemble de critères d'inclusion et d'exclusion pour évaluer les sources utilisées pour chacun des examens. Cela permettra de veiller à ce que les renseignements les plus appropriés, crédibles, fiables et pertinents nécessaires pour répondre aux questions d'évaluation particulières soient sélectionnés et examinés.

- **Examen et analyse des médias**

L'analyse des médias permettra de recueillir, pour des questions d'évaluation particulières, des renseignements provenant des activités médiatiques entreprises au cours de la CÉTVN.

- **Examen des documents**

Cet examen a pour but de fournir des renseignements généraux sur l'histoire et les objectifs de l'initiative et d'autres données sur les importants changements qui sont survenus au cours de son cycle de vie. Les résultats de cet examen fourniront les connaissances nécessaires et permettront de comprendre comment l'initiative a été mise en œuvre et réalisée. L'examen présentera aussi le contexte entourant la formulation des questions d'entrevue et l'évaluation de la pertinence et du succès de l'initiative.

L'examen des documents devrait comprendre notamment un examen des articles et des rapports organisationnels sur les activités ayant mené à l'élaboration de l'initiative. Cela pourrait comprendre des infocapsules, des comptes rendus de réunions, des sommaires d'activités de consultation et d'entrevues menées au cours de l'élaboration de l'initiative, y compris les comptes rendus d'entrevues réalisées avec des consommateurs et des intervenants, et d'autres comptes rendus administratifs existants propres aux questions d'évaluation posées.

- **Examen des bases de données**

Un examen des bases de données pourrait être requis pour analyser certaines données.

### **3.5.4 Entrevues avec des partenaires, des intervenants et des sources clés**

Des entrevues seront réalisées en vue de répondre aux questions auxquelles l'analyse documentaire et l'examen des documents et des bases de données n'ont pas été en mesure de répondre et d'aider à mieux comprendre les renseignements recueillis de cette façon. Ces entrevues seront menées dans la langue officielle privilégiée par le répondant. Une fois l'entrevue terminée, un résumé pourrait être présenté au répondant à des fins de validation.

Les entrevues devraient être réalisées auprès des groupes de personnes suivants :

Les partenaires internes sont les organismes au sein de SC qui contribuent à l'élaboration et à la mise en œuvre de la CÉTVN. Ces organismes comprennent les suivants :

- Direction générale des produits de santé et des aliments, Direction des aliments;

- Bureau de la politique et de la promotion de la nutrition (BPPN) et bureaux régionaux;
- Direction des communications, du marketing et de la consultation, Services de marketing et de gestion
- Cabinet de la ministre

Les partenaires externes sont les organismes ne faisant pas partie de SC qui ont participé à l'élaboration et à la mise en œuvre de l'initiative. Ils comprennent les suivants :

- personnel de PACC;
- membres de sous-comités d'experts de PACC;
- membres participants de PACC;
- autres ministères et organismes gouvernementaux, comme :
  - Agence canadienne d'inspection des aliments;
- gouvernements provinciaux et territoriaux.

Des organisations d'intervenants comme les suivantes :

- organisations non gouvernementales (ONG) et organisations de professionnels de la santé, dont les associations à l'échelle nationale, provinciale, territoriale et régionale (p. ex. Les diététistes du Canada, la Fondation des maladies du cœur du Canada, l'Association canadienne du diabète, le Réseau canadien en obésité);
- autre : industrie alimentaire, comme le Conseil canadien des distributeurs en alimentation.

### 3.6 Établissement de rapports

Après la réalisation des activités méthodologiques susmentionnées, les renseignements recueillis seront analysés et résumés pour servir de base au rapport d'évaluation final. Dans ce rapport, on présentera les forces et les limites de l'initiative, abordera chacune des questions et chacun des problèmes liés à l'évaluation conformément à la stratégie d'évaluation énoncée dans le cadre, exposera les conclusions et formulera des recommandations pour le BPPN en fonction des données probantes disponibles.

Présentation suggérée pour le rapport :

- 1 Introduction
  - Objet ou rôle de l'évaluation
2. Aperçu et contexte de l'évaluation (enjeu, processus ou produit)
  - Description des enjeux, du processus et du produit
  - Représentants du BPPN, partenaires, intervenants, etc., ayant participé à l'initiative
3. Processus
  - Activités réalisées par Santé Canada
  - Activités réalisées par PACC
  - Activités réalisées par d'autres partenaires, intervenants, etc. (le cas échéant)
  - Difficultés et problèmes survenus
4. Résultats
  - Vision liée à la CÉTVN
  - Résultats attendus du programme du BPPN
  - Forces et réalisations de l'initiative
5. Conclusions
  - Résumé des messages clés et des leçons apprises
  - Résumé des principales difficultés ou lacunes
6. Recommandations

## Annexes

- Documents examinés
- Annexe 1 – Matrice de questions
- Annexe 2 – Organisations membres des groupes consultatifs

## Annexe 1

La matrice de questions qui suit présente les enjeux qui seront abordés au cours de l'évaluation de la CÉTVN, y compris les renseignements sur les indicateurs de mesure, les sources de données et la façon dont les données seront analysées et utilisées. La matrice a été élaborée au moyen des lignes directrices du Conseil du Trésor pour l'évaluation et avec l'aide du groupe de travail (GT) de recherche sur la CÉTVN et du bureau d'évaluation (BE) de la Direction générale des produits de santé et des aliments.

### Pertinence

1. L'éducation sur le tableau de la valeur nutritive en tant qu'activité du BPPN est-elle encore nécessaire et pertinente?

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
1. Mesure dans laquelle les activités de la CÉTVN s'harmonisent avec les priorités de Santé Canada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Architecture des activités de programme (AAP) de Santé Canada (SC) (contenu lié au BPPN, marketing et communications – AAP/CMR)</li> <li>Modèle logique (ML) [BPPN]</li> <li>Cadres et plans stratégiques (BPPN), marketing et communications)</li> <li>Plans opérationnels annuels (BPPN, autre?)</li> <li>Rapports sur les plans et les priorités (RPP) (contenu lié à une saine alimentation ou CÉTVN)</li> <li>Rapports ministériels sur le rendement (RMR) (domaines pertinents de l'ETVN ou d'une saine alimentation)</li> <li>Document de synthèse de recherche (été 2009)</li> </ul>	Analyse du contenu	Examen des documents ou des dossiers	Responsabilisation
2. Mesure dans laquelle les activités de la CÉTVN répondent aux besoins de la population cible <sup>1</sup> et du public cible <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapports et sommaires des ROP</li> <li>Mandats de SC et du BPPN</li> <li>Renseignements recueillis au moyen du site Web et de la boîte de courriel destinée à la rétroaction relative à la nutrition</li> </ul>	Analyse du contenu	Examen des documents ou des dossiers Analyse documentaire	Éclairer l'élaboration des messages et du matériel

<sup>1</sup> La « population cible » est un groupe précis de personnes considérées comme les destinataires visés qui bénéficieront d'une certaine façon de ces renseignements.

<sup>2</sup> Le « public cible » est un sous-groupe précis de la population cible considéré comme les « utilisateurs » du produit (messages, outils, etc.) et auprès de qui on fait la promotion des produits et des outils (les messages lui sont adressés).

## Rendement – Efficience

### 2. Les activités de la CÉTVN ont-elles été conçues de façon appropriée?

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
Mesure dans laquelle la conception est fondée sur des données probantes ou scientifiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compte rendu de recherche</li> <li>• Consultation des intermédiaires</li> <li>• Sources de données supplémentaires</li> </ul>			
Mesure dans laquelle les activités relatives à la conception supposent la consultation des partenaires et des intervenants (en lien avec les partenariats)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procès-verbal de réunion</li> <li>• Entrevues</li> </ul>			
Mesure dans laquelle les activités relatives à la conception tiennent compte des stratégies axées sur le risque (santé nutritionnelle, durabilité environnementale, aspect socioéconomique, maladies chroniques)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plans de travail</li> <li>• Plans d'action</li> </ul>			

### 3. Dans quelle mesure les activités de la CÉTVN ont-elles été mises en œuvre comme prévu?

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
1. Mesure dans laquelle les activités de la CÉTVN ont été guidées par les plans respectifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plans de travail et plans opérationnels (BPPN)</li> <li>• Plan d'action de la CÉTVN</li> <li>• Plan de communication</li> <li>• Plan lié aux messages affichés sur les emballages</li> <li>• Plan de marketing social</li> <li>• Plan de diffusion</li> <li>• Plan médiatique</li> <li>• Exposés mensuels à des fins de communication</li> <li>• Exposé de synthèse à l'intention des intervenants/partenaires</li> <li>• Infocapsules</li> <li>• Notes d'information : SMA et CM</li> <li>• Notes pour la période de questions</li> <li>• Archives du SGCHD</li> </ul>	Analyse du contenu	Examen des documents ou des dossiers	Responsabilisation Éclairer les futures initiatives
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeurs, gestionnaires et personnel (BPPN)</li> <li>• Groupe de travail interministériel</li> <li>• PACC</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	
2. Mesure dans laquelle le plan d'éducation et les activités de diffusion ont tenu compte des stratégies axées sur le risque	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Précis d'information de dernière minute</li> <li>• Stratégie préalable au lancement pour régler les « problèmes » de tous les intervenants clés</li> <li>• Exposé présenté au comité sur le risque du CEDG</li> <li>• Procès-verbaux du CM</li> </ul>	Analyse du contenu	Examen des documents ou des dossiers	Atténuation du risque Responsabilisation
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeurs, gestionnaires et personnel</li> <li>• Organisations non gouvernementales (ONG) et intermédiaires</li> <li>• PACC</li> <li>• GT interministériel</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
3. Mesure dans laquelle l'initiative a respecté un budget équilibré	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapports sur les écarts financiers (BPPN – mensuellement), marketing et communications?</li> <li>Niveau d'utilisation des fonds</li> </ul>	Analyse quantitative	Examen des documents	Responsabilisation Éclairer les futurs projets

**4. Quelles ont été les principales réalisations, leçons apprises et difficultés au moment de l'élaboration, de la mise en œuvre et de la diffusion de la CÉTVN?**

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
1. Détermination et description des réalisations clés liées à l'élaboration des activités et à la diffusion de la CÉTVN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attribution de prix à l'équipe responsable de la CÉTVN</li> <li>Lancement de produits</li> <li>Notes d'information à l'intention des députés</li> <li>Infocapsules</li> <li>Examen du partenariat entre le BPPN et PACC (BPPN)</li> <li>Contrat conclu avec PACC</li> </ul>	Analyse du contenu	Examen des documents ou des dossiers	Éclairer les futures initiatives
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directeurs, gestionnaires et personnel (BPPN)</li> <li>Représentants de PACC</li> <li>Gouvernements PT</li> <li>Industrie alimentaire</li> <li>Associations de consommateurs</li> <li>ONG et intermédiaires</li> <li>Autres partenaires</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
2. Détermination des leçons apprises au cours des activités de diffusion de la CÉTVN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compte rendu des réunions et documents connexes</li> <li>• Préparation du lancement et activités de lancement</li> <li>• Rapports de consultation avec les partenaires et les intervenants</li> <li>• Notes de service à l'intention du CM</li> <li>• Demandes d'AI</li> <li>• Plans de travail et plans opérationnels (BPPN)</li> <li>• Plan de diffusion</li> </ul>	Analyse du contenu	Analyse documentaire Examen des documents ou des dossiers Examen des bases de données	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeurs, gestionnaires et personnel (BPPN)</li> <li>• PACC</li> <li>• Industrie alimentaire</li> <li>• Associations de consommateurs</li> <li>• ONG et intermédiaires</li> <li>• Autres partenaires</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
<p>3. Détermination des difficultés et de leur incidence sur la CÉTVN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouveaux enjeux</li> <li>• Lacunes à l'égard des responsabilités ou des activités</li> <li>• Priorités changeantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Précis d'information de dernière minute</li> <li>• Rapports de consultation avec les partenaires et les intervenants</li> <li>• Pressions budgétaires</li> <li>• Critiques de la part des intervenants</li> <li>• Séances d'information sur les risques du CEDG</li> <li>• Notes de service à l'intention du CM</li> <li>• Demandes d'AI</li> <li>• Plans de travail et plans opérationnels (BPPN)</li> <li>• Plan d'activités (BPPN)</li> <li>• Rapports sur les écarts financiers (BPPN – mensuellement), marketing et communications?</li> <li>• Planification opérationnelle du BPPN</li> <li>• Tableaux de bord (BPPN – trimestriellement)</li> <li>• Difficultés liées aux problèmes d'affichage sur le Web</li> <li>• Données de surveillance et de contrôle</li> </ul>	<p>Analyse du contenu Analyse des tendances</p>	<p>Analyse documentaire Examen des documents ou des dossiers Examen des bases de données</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directeurs, gestionnaires et personnel (BPPN, autre?)</li> <li>• Industrie alimentaire</li> <li>• Associations et groupes de consommateurs</li> <li>• ONG et intermédiaires</li> <li>• Autres partenaires</li> </ul>	<p>Analyse qualitative</p>	<p>Entrevues</p>	

## Rendement – Efficacité

5. Dans quelle mesure les buts présentés dans le cadre de la CÉTVN ont-ils été atteints?
- Renforcer la compréhension et l'utilisation du tableau de la valeur nutritive, en particulier le % VQ
  - Accroître le nombre de visites effectuées sur le site Web de Santé Canada, particulièrement à l'adresse suivante : [canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne](http://canadiensensanté.gc.ca/valeurquotidienne)

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
1. Mesure dans laquelle la contribution du « public » a été recherchée et utilisée et des commentaires ont été transmis au public au sujet de la « manière dont la contribution a été utilisée »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapports sur les essais auprès de groupes cibles (messages, disposition du message sur l'emballage, terminologie, etc.)</li> <li>• « Essai de convivialité » sur la composante Web de la CÉTVN</li> <li>• Rapports sur les essais de convivialité (avant et après)</li> <li>• Évaluation de la campagne publicitaire</li> <li>• Plans de travail et plans opérationnels (BPPN) (participation du public)</li> <li>• Rapports sur les ROP</li> <li>• Connaissance et utilisation de recherches de base (ROP) avant la campagne</li> <li>• Connaissance et utilisation de recherches (ROP) après la campagne</li> </ul>	<p>Analyse du contenu</p> <p>Analyse des tendances</p>	<p>Examen des documents ou des dossiers</p> <p>Examen des bases de données</p>	<p>Éclairer l'élaboration des messages, du site Web, de la ressource pour les consommateurs, etc.</p>

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
2. Mesure dans laquelle les ressources de la CÉTVN étaient à la disposition des Canadiens (portée – plan lié aux messages affichés sur les emballages; plan visant les détaillants en magasin)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre et type de demandes présentées au sujet de la CÉTVN (papier, site Web)</li> <li>• Ressource papier</li> <li>• Affiches</li> <li>• Fiches de renseignements (Web)</li> <li>• Exposés</li> <li>• Articles publiés sur la CÉTVN</li> <li>• Ressources (c.-à-d. outils sur le site Web)</li> <li>• Nombre de ressources affichées sur les emballages</li> <li>• Nombre d'autres ressources distribuées? Demandées? Services de télésanté (c.-à-d. Dial-a-dietitian (C.-B.) et Télésanté Ontario)</li> <li>• Rapport sur les publicités télévisées sur la CÉTVN</li> </ul>	Analyse du contenu Analyse des tendances Analyse des lacunes	Examen des documents ou des dossiers Examen des bases de données	
3. Niveau de compréhension de la CÉTVN (ressource affichée sur les emballages; campagne médiatique) comme ressource liée à la nutrition chez les Canadiens	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste des exposés présentés</li> <li>• ROP</li> <li>• Rapports sur les demandes de renseignements présentées sur le Web</li> </ul>	Analyse du contenu Analyse des lacunes	Examen des documents ou des dossiers	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervenants</li> <li>• Associations et groupes de consommateurs</li> <li>• Évaluation de la campagne publicitaire</li> <li>• Analyse des médias</li> </ul>	Analyse qualitative Analyse quantitative	Entrevues?	
3. Nombre et types de demandes présentées au sujet de la CÉTVN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registres/statistiques du site Web de SC (BPPN)</li> <li>• Demandes de renseignements téléphoniques (ligne 1-800)</li> <li>• Dossiers du service à la clientèle (BPPN)</li> <li>• Demandes de renseignements par écrit et par courriel (BPPN)</li> <li>• Résultats du sondage d'évaluation Web (copies et documents téléchargés)</li> <li>• Statistiques de l'entrepôt des publications de SC</li> </ul>	Analyse des tendances	Examen des documents ou des dossiers Examen des bases de données	

Indicateurs	Source de données et paramètres	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
5. Niveau de compréhension, par les consommateurs, du % VQ et de la portion déterminée	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ROP</li> <li>• Autres sondages (AC Nielson)</li> <li>• ROP réalisée avant et après la campagne</li> </ul>	Analyse du contenu Analyse des tendances Analyse des lacunes	Analyse documentaire Examen des documents ou des dossiers	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GFPTN</li> <li>• Réseau sur la saine alimentation (?)</li> <li>• Associations et groupes de consommateurs (?)</li> </ul>	Analyse qualitative	Groupe de consultation et entrevues	
6. Niveau de satisfaction des consommateurs à l'égard des renseignements reçus au sujet de la CÉTVN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondage de rétroaction sur le Web</li> <li>• Rapport sur la section des commentaires des pages Web concernant la CÉTVN (types de demandes de renseignements, précision sur les renseignements, utilité des renseignements, besoins exprimés)</li> <li>• Courriels à l'intention du BPPN</li> <li>• ROP réalisée après la campagne</li> <li>• Évaluation de la campagne publicitaire</li> </ul>	Analyse du contenu Analyse des tendances Analyse des lacunes	Analyse documentaire Examen des documents ou des dossiers	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervenants</li> <li>• Associations et groupes de consommateurs</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	

6. Dans quelle mesure la vision a-t-elle été réalisée?

- Permettre aux Canadiens de mieux comprendre et utiliser le tableau de la valeur nutritive comme outil servant à faire des choix éclairés en matière d'alimentation
- Créer un nouveau modèle de collaboration pour travailler sur des questions nutritionnelles avec des partenaires

Indicateurs	Source de données	Analyse des données	Méthode	Comment ces données seront utilisées
1. Niveau <sup>3</sup> de participation, de collaboration et de consultation <sup>4</sup> des intervenants et des partenaires en vue d'accroître et d'améliorer la base de données probantes liées au tableau de la valeur nutritive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procès-verbaux de réunions (s'ils sont disponibles)</li> <li>• Contrat conclu avec PACC</li> <li>• ROP</li> <li>• Communiqués de presse</li> <li>• Conférences</li> <li>• Liste des allocutions de l'ancien DG</li> <li>• Méthodes utilisées pour mobiliser les partenaires (contrat, procès-verbaux de réunions, etc.)</li> </ul>	Analyse du contenu Analyse des tendances	Examen des documents ou des dossiers Examen des bases de données	
Ce qui a bien fonctionné, ce qui n'a pas bien fonctionné et ce qui pourrait être fait différemment	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenaires clés (BPPN, responsables des communications de SC, PACC)</li> </ul>	Analyse qualitative	Entrevues	

<sup>3</sup> « Niveau », dans la présente annexe, fait allusion à une hiérarchie, à un degré, à un nombre ou à une étendue.

<sup>4</sup> Activités de sensibilisation et d'information.