

Politique sur les sondages de l'ICA

Document 222054

Contexte et objet

La présente politique décrit une stratégie et un processus relativement à la façon de mener des sondages auprès des membres de l'Institut canadien des actuaires (ICA) et de ses parties intéressées.

L'Institut s'efforce constamment de mieux servir ses membres. À cette fin, il doit les sonder périodiquement pour connaître leurs besoins, leurs opinions, leurs niveaux de satisfaction, leurs attentes et leurs priorités. Les sondages auprès des parties intéressées peuvent mettre en lumière des renseignements et des tendances qui revêtent une suprême importance pour l'Institut alors qu'il élabore des plans stratégiques.

Portée

La présente politique a été rédigée à l'intention du Conseil d'administration de l'ICA, du personnel, des directions, des commissions et des groupes de travail, de même que du Conseil de surveillance de la profession actuarielle (CSPA) et des conseils et autres groupes qu'il supervise, pour mener un sondage auprès des membres ou des parties intéressées externes.

Énoncés de politique

1. Élaboration et exécution d'un sondage

- a. Le service des communications et des affaires publiques de l'ICA (COMMS) est chargé de diffuser les sondages aux membres et les résultats de ces sondages au groupe responsable. Ceci sera effectué :
 - i. de façon à tenir compte de la stratégie de l'ICA;
 - ii. en veillant à ce que le contenu ne soit pas redondant.
- b. Le Conseil d'administration, une direction, une commission, le CSPA ou l'un de ses conseils (c.-à-d. le groupe responsable) peut demander qu'un sondage soit mené.
- c. Le moment du lancement, le but visé et la forme que prendra le sondage sont passés en revue et approuvés par le COMMS.
- d. Au besoin, le COMMS peut demander à la Commission sur la gouvernance et les nominations de nommer un groupe consultatif composé de membres bénévoles pour aider à l'élaboration du sondage, particulièrement les sondages comportant un contenu actuariel ou de nature technique.
- e. Un membre chevronné du COMMS sera chargé de surveiller l'élaboration et l'exécution de chaque sondage.

2. Types de sondages

a. Sondage approfondi auprès des membres

- i. Le but d'un sondage approfondi consiste à mieux connaître les opinions, les préférences, les priorités et les attentes des membres de l'ICA. Les résultats du sondage permettent à l'Institut de mieux adapter ses programmes et ses services.
- ii. Un sondage approfondi est habituellement mené aux trois à cinq ans.
- iii. Un budget approprié est établi pour coordonner le travail et mener le sondage avec le concours d'une agence externe.
- iv. Les résultats du sondage seront minutieusement examinés par le COMMS et communiqués au Conseil d'administration et aux membres de l'ICA.

b. Sondages internes

- i. À chaque année, jusqu'à trois sondages internes peuvent être menés auprès des membres.
- ii. Chacun sera assez court (habituellement 10 questions ou moins) pour éviter la lassitude des sondés et pour obtenir un taux de réponse supérieur.
- iii. Des sondages internes seront exécutés pour recueillir rapidement des renseignements sur un sujet particulier. Ils ne devraient pas alourdir la charge de travail ni entraîner des frais financiers additionnels et ne devraient pas reprendre le contenu du sondage approfondi auprès des membres.
- iv. Les sondages seront internes (auprès des membres de l'ICA seulement) et ciblés, et ils reposeront sur les outils de sondage du siège social de l'ICA.

c. Sondages externes

- i. L'ICA peut mener un sondage auprès de parties intéressées de l'extérieur comme les employeurs, les représentants élus ou les décideurs gouvernementaux sur un sujet particulier.
- ii. Ces sondages sont menés par le COMMS en ayant recours à une ressource externe, si nécessaire.

d. Sondages en ligne

- i. Pour obtenir une réponse ou une opinion rapide sur une seule question ou idée, l'ICA peut mener un sondage en ligne sur son site Web, les médias sociaux, par courriel ou au moyen d'une autre plateforme en ligne.
- ii. Les sondages seraient ouverts aux membres, et parfois au public, seulement quelques jours, et ils pourraient fournir une rétroaction immédiate des résultats à tous les participants. L'objectif serait d'accroître l'engagement et de prendre la « température » de l'auditoire.
- iii. Les sondages sont administrés par COMMS au moyen d'outils du siège social de l'ICA.

3. Résultats de sondages

- i. L'anonymat des répondants est préservé lors de la publication des résultats.
- ii. Les données issues du sondage sont mises à la disposition du groupe responsable aux fins d'une étude plus approfondie.

Exemptions

S.O.

Signalement aux échelons supérieurs/gestion des cas de non-conformité à la présente politique

Commission sur la gouvernance et les nominations

Définitions et abréviations

S.O.

Documents connexes

S.O.

Références

S.O.

Suivi, évaluation et révision

Date d'approbation	Le 22 mars 2022
Date d'entrée en vigueur	Le 22 mars 2022
Autorité d'approbation	Conseil d'administration
Responsable de la révision	Siège social
Dates de révision et d'examen précédentes	Le 10 novembre 2016; le 19 septembre 2018; le 1 ^{er} janvier 2020
Cycle de révision	Tous les cinq ans
Date de la prochaine révision	2027

Procédures

S.O.