evaluanda
EVALUATION + CONSEIL

Enquête par questionnaire réalisée dans le cadre de l'évaluation des relations publiques de la Confédération par le CPA

Rapport final

18 juillet 2018

Emilie Flamand-Lew

Gaspard Ostrowski

Tables des matières

1. Mandat 1

1.1 Contexte et objet à l'étude 1

1.2 Considérations méthodologiques 2

2. Résultats de l'enquête 5

2.1 Administration fédérale dans son ensemble 5

2.2 Etudes de cas 9

2.3 Unités exemplaires et problématiques 11

3. Synthèse et conclusions 13

Annexe I : résultats des études de cas 14

Annexe II : unités exemplaires et problématiques 19

Annexe III : questionnaire 20

1. Mandat

1.1 Contexte et objet à l'étude

Le Conseil fédéral et l'administration fédérale ont pour prérogative (art. 10 de la Loi sur l'organisation du gouvernement et de l'administration) d'assurer l'information de l'Assemblée fédérale, des cantons, et du grand public. En pratique, cette tâche est conduite par la Chancellerie fédérale. D'une part, elle a à sa charge la coordination de l'information et de la communication, en collaboration avec la Conférence des services d'information de la Confédération. D'autre part, elle assume par l'intermédiaire d'un de ses vice-chanceliers le rôle de porte-parole du Conseil fédéral. Ceci étant, les différents départements et offices fédéraux conservent une importante autonomie en matière de politique de communication concernant leurs domaines d'activités.

Depuis longtemps, les relations publiques de la Confédération font l'objet d'appréciations plutôt négatives[1]. Celles-ci concernent principalement le cadre réglementaire régissant la communication des entités fédérales qui devrait assurer une certaine cohérence et la coordination des informations diffusées. De plus, l'adéquation et la pertinence des relations publiques de la Confédération - tant le contenu que le volume - notamment en fonction des publics ciblés, mais également le manque de transparence face aux dépenses sont autant d'éléments suscitant de vives critiques[2].

En janvier 2017, le Contrôle parlementaire de l'administration (CPA) a été mandaté par les Commissions de gestion des Chambres fédérales afin de mener une évaluation des relations publiques de la Confédération. Cette évaluation devra mettre en lumière, grâce à une analyse détaillée, la situation actuelle en matière de communication de l'ensemble des départements fédéraux. L'évaluation se focalise sur un choix d'offices et de produits de communications précis. Elle est limitée aux activités de communication courantes du Conseil fédéral et de l'administration fédérale. Elle ne porte donc pas sur les informations diffusées en lien avec les votations populaires. De plus, des questions concernant la transparence des coûts étant également étudiées, le choix des produits de communication se fera sur la base de produits comparables entre les départements.

Le présent rapport répond à la volonté du CPA d'externaliser, dans le cadre de son évaluation, la réalisation d'une enquête par questionnaire auprès des correspondants des médias accrédités par la Confédération.

[1] Source : Contrôle parlementaire de l'administration, *Relations publiques de la Confédération - Esquisse de projet du Contrôle parlementaire de l'administration à l'intention des soumissionnaires*, 7 mars 2018
[2] Ibid.

1.2 Considérations méthodologiques

Modalités de l'enquête et taux de participation

Comme prévu dans le cahier des charges du mandat, le questionnaire a été élaboré par le CPA, puis a fait l'objet d'une relecture critique par evaluanda, avec des suggestions de modifications qui ont été validées par le mandant. L'enquête comprend des questions fermées et des questions ouvertes (cf. questionnaire en annexe III). Les réponses à ces dernières ne sont pas prises en compte pour l'analyse dans le présent rapport ; elles seront remises au mandant sous forme anonymisée, pour une analyse ultérieure dans le cadre plus large de l'évaluation.

Mis en ligne par evaluanda au moyen du logiciel Sphinx iQ2, qui permet l'élaboration, la diffusion et l'analyse d'enquêtes, le questionnaire a ensuite été testé par le CPA auprès de collaborateurs-trices internes et de quelques journalistes, tant francophones que germanophones. Il a ainsi pu être validé dans sa version finale et le lien vers l'enquête en ligne a été envoyé le 5 juin 2018. Un premier rappel a été fait par evaluanda le 19 juin, puis un second par le CPA le 26 juin. L'enquête en ligne a été close le 3 juillet.

Parmi les 378 adresses fournies par le mandant, 30 se sont révélées invalides et 24 messages d'absence du bureau ont été reçus en retour. Un certain nombre de doublons – notamment de journalistes ayant changé de média – et d'adresses non-individuelles – de type info@xxx.ch – figuraient en outre dans la liste. Une fois ces éléments retirés de la liste, restent 324 destinataires, soit 169 journalistes accrédité-e-s et 155 journalistes non accrédité-e-s.

Comme présenté dans la Figure 1 ci-dessous 80 personnes ont participé à l'enquête en ligne. Les 80 questionnaires ont été remplis de manière complète et ont ainsi tous pu être exploités pour l'analyse.

Figure 1: statut des répondant-e-s

Vous travaillez en tant que:

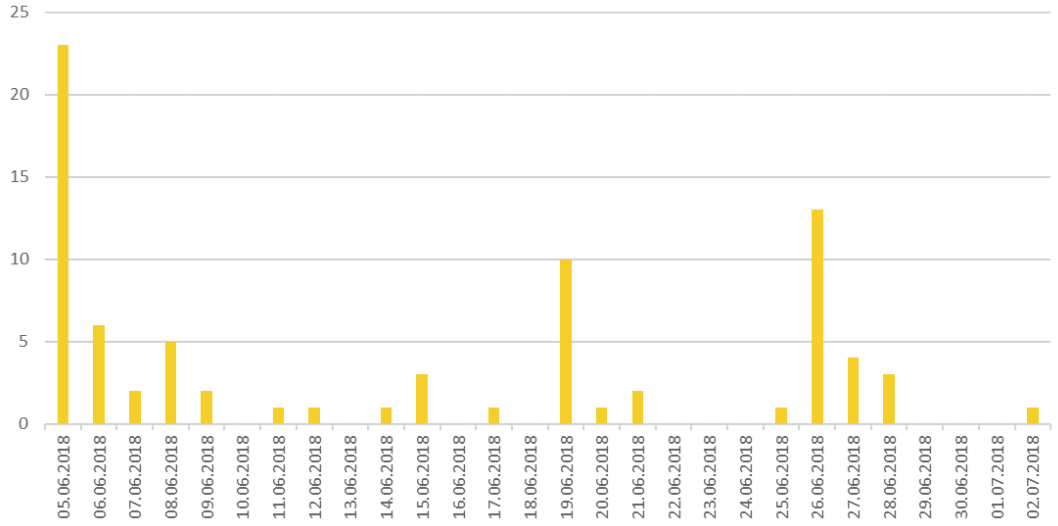
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	
journaliste - correspondant-e accrédité-e	**51**	63,8%
journaliste - correspondant-e disposant d'une autorisation d'accès	**25**	31,3%
autre	**4**	5,0%
Total	**80**	

Le taux global de participation - tenant compte des adresses doublons et invalides - est ainsi de 25%. En distinguant les deux types de répondant-e-s, on obtient un taux de participation de 30% pour les journalistes accrédité-e-s et de 16% pour les journalistes disposant d'une autorisation d'accès.

La durée médiane de remplissage du questionnaire a été d'un peu plus de 11 minutes (669 secondes exactement) et la répartition des réponses dans le temps est présentée dans la Figure 2 : répartition des réponses dans le tempsci-dessous, reflétant bien l'impact des rappels envoyés aux destinataires.

Figure 2 : répartition des réponses dans le temps



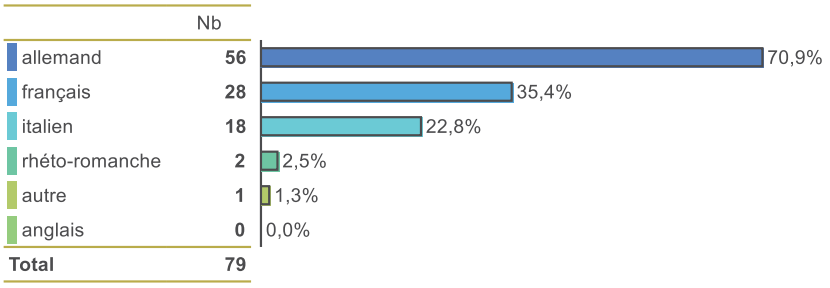
Profil des participants

Outre leur statut (accrédité-e ou non), les répondant-e-s étaient interrogé-e-s sur la langue et le canal de diffusion du média pour lequel ils-elles travaillent. Les Figures 3 et 4 ci-dessous présentent ces répartitions.

Figure 3: langue de diffusion

En quelles langues sont diffusés les médias pour lesquels vous travaillez?
(plusieurs réponses possibles)

Taux de réponse : **98,8%**



Sans surprise, l'allemand est largement majoritaire parmi les langues de diffusion, et est suivi par les trois autres langues nationales. Aucun-e journaliste ne travaille pour un média diffusé en anglais, et une seule personne a sélectionné autre, indiquant qu'elle travaillait pour un média diffusé en espagnol. Deux tiers (66.7%) des participant-e-s ont rempli le questionnaire en allemand, et un tiers (33.3%) en français – il était en effet disponible dans ces deux langues.

Figure 4: canal de diffusion

Par quels canaux sont diffusés les médias pour lesquels vous travaillez? (plusieurs réponses possibles)

Taux de réponse : **97,5%**

	Nb	
web	**57**	73,1%
presse quotidienne	**42**	53,8%
médias sociaux	**31**	39,7%
presse hebdomadaire, magazine ou presse dominicale	**28**	35,9%
radio	**22**	28,2%
télévision	**22**	28,2%
autre	**4**	5,1%
Total	**78**	

Pour les canaux de diffusion, le web arrive en tête, mentionné par 73.1% des participant-e-s, ce qui est peu surprenant puisque la plupart des médias (presse, radio, télévision) utilisent aujourd'hui ce canal en complément de leur mode de diffusion traditionnel, de même que les médias sociaux, cités par 39.7% des répondant-e-s. La presse quotidienne représente 53.8% des réponses, suivie par la presse hebdomadaire, la radio et la télévision. Parmi les mentions « autre », on retrouve la presse mensuelle, les revues spécialisées, et une newsletter print.

Une question était enfin posée aux participant-e-s concernant leur ancienneté (cf. Figure 5). On constate que près de la moitié (43%) des personnes ayant participé à l'enquête sont des journalistes expérimenté-e-s, suivant les actualités de la Confédération depuis plus de 9 ans.

Figure 5: ancienneté

Depuis quand traitez-vous, en tant que journaliste, les actualités de la Confédération?

Taux de réponse : **98,8%**

	Nb	
moins d'un an	**5**	6,3%
1 à 3 ans	**13**	16,5%
4 à 6 ans	**18**	22,8%
7 à 9 ans	**9**	11,4%
plus de 9 ans	**34**	43,0%
Total	**79**	

Après avoir présenté ces aspects méthodologiques et de profil des répondants, le rapport va maintenant s'attacher à présenter les résultats de l'enquête, également illustrés au moyen de tableaux et de graphiques.

2. Résultats de l'enquête

Le présent chapitre suivra la structure du questionnaire soumis aux répondant-e-s, à savoir une première partie consacrée à la communication de l'administration fédérale dans son ensemble, une deuxième partie traitant de neuf unités administratives sélectionnées par le CPA, puis une troisième partie identifiant les unités administratives considérées comme exemplaires et comme problématiques par les répondant-e-s.

2.1 Administration fédérale dans son ensemble

Le premier bloc de questions soumis aux participant-e-s concernait la qualité de l'information dispensée par l'administration fédérale dans sa globalité.

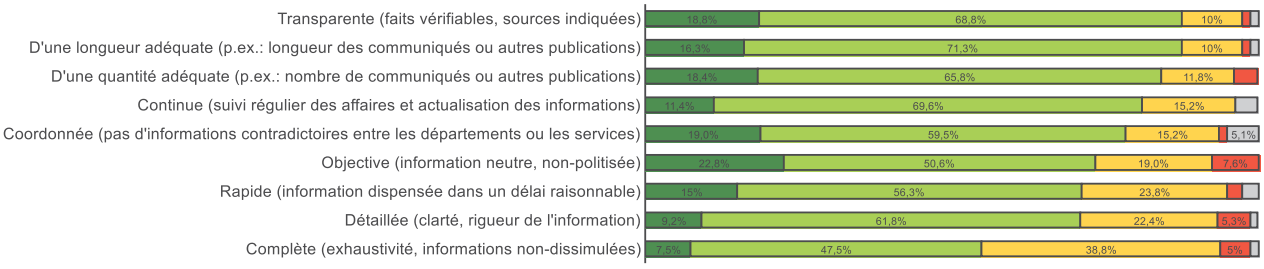
Aide à la lecture

Dans la Figure 6 ci-dessous, comme dans les autres représentations graphiques à venir, les items ont été classés dans l'ordre décroissant de l'adhésion exprimée, en tenant compte de l'addition des « tout à fait d'accord » et des « plutôt d'accord ». Le tableau montre le nombre de réponses obtenues pour chaque item, permettant ainsi de voir le taux de participation différencié.

Figure 6 : qualité de l'information dispensée (administration fédérale dans son ensemble)

Selon vous, l'information dispensée est:

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas	Total
Transparente (faits vérifiables, sources indiquées)	15	55	8	1	1	80
D'une longueur adéquate (p.ex.: longueur des communiqués ou autres publications)	13	57	8	1	1	80
D'une quantité adéquate (p.ex.: nombre de communiqués ou autres publications)	14	50	9	3	0	76
Continue (suivi régulier des affaires et actualisation des informations)	9	55	12	0	3	79
Coordonnée (pas d'informations contradictoires entre les départements ou les services)	15	47	12	1	4	79
Objective (information neutre, non-politisée)	18	40	15	6	0	79
Rapide (information dispensée dans un délai raisonnable)	12	45	19	2	2	80
Détaillée (clarté, rigueur de l'information)	7	47	17	4	1	76
Complète (exhaustivité, informations non-dissimulées)	6	38	31	4	1	80



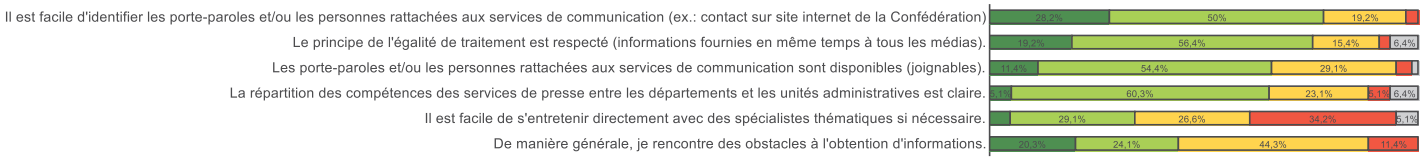
La qualité la plus largement reconnue par les répondant-e-s est la transparence de l'information (87.6% de tout à fait ou plutôt d'accord), suivie par la longueur des communications, et par leur quantité. La rapidité, le degré de détail et l'exhaustivité de l'information arrivent en fin de classement. Toutefois, même pour ce dernier item, une majorité de répondant-e-s (55%) estime que l'information donnée est complète.

La Figure 7 ci-dessous présente les résultats concernant l'accessibilité de l'information pour l'administration fédérale en général. Ici encore, les items ont été classés dans l'ordre décroissant d'adhésion, à l'exception du dernier item, qui fait état de l'existence d'obstacles à l'obtention d'information.

Figure 7: accessibilité de l'information (administration fédérale dans son ensemble)

Veuillez évaluer la qualité de l'accès aux informations (lorsque vous les sollicitez) auprès des services de communication de l'administration fédérale:

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas	Total
Il est facile d'identifier les porte-paroles et/ou les personnes rattachées aux services de communication (ex.: contact sur site internet de la Confédération)	22	39	15	2	0	78
Le principe de l'égalité de traitement est respecté (informations fournies en même temps à tous les médias).	15	44	12	2	5	78
Les porte-paroles et/ou les personnes rattachées aux services de communication sont disponibles (joignables).	9	43	23	3	1	79
La répartition des compétences des services de presse entre les départements et les unités administratives est claire.	4	47	18	4	5	78
Il est facile de s'entretenir directement avec des spécialistes thématiques si nécessaire.	4	23	21	27	4	79
De manière générale, je rencontre des obstacles à l'obtention d'informations.	16	19	35	9	0	79



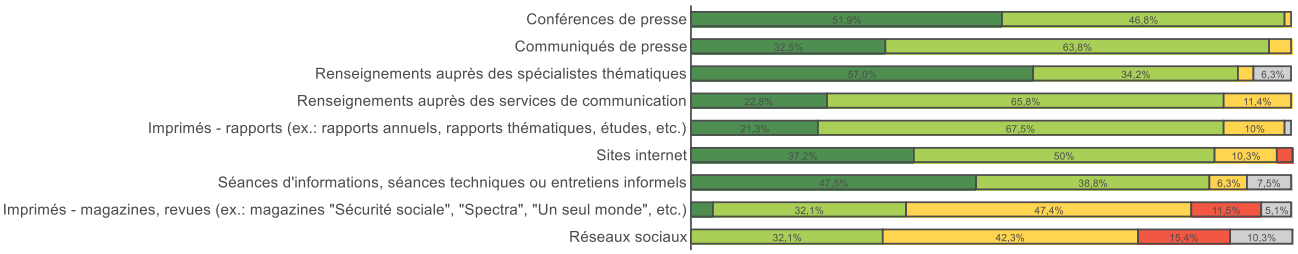
Les résultats sont positifs pour les quatre premiers items : l'identification des porte-paroles et chargés de communication est jugée facile, le principe de l'égalité de traitement est respecté, les professionnels de la communication sont considérés comme disponibles et la répartition des compétences est jugée claire. En revanche, 60.8% des participant-e-s à l'enquête estiment qu'il n'est pas facile de s'entretenir avec des spécialistes thématiques.

Près de la moitié (44.4%) des répondant-e-s disent rencontrer des obstacles à l'obtention d'informations dans le cadre de leur travail. Les réponses aux questions ouvertes permettront certainement de préciser quels sont ces obstacles, mais force est de constater que cette proportion n'est pas négligeable.

Figure 8: utilité des produits de communication (administration fédérale dans son ensemble)

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer l'utilité des différents produits de communication de l'administration fédérale:

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Conférences de presse	41	37	1	0	0	79
Communiqués de presse	26	51	3	0	0	80
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	45	27	2	0	5	79
Renseignements auprès des services de communication	18	52	9	0	0	79
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	17	54	8	0	1	80
Sites internet	29	39	8	2	0	78
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	38	31	5	0	6	80
Imprimés - magazines, revues (ex.: magazines "Sécurité sociale", "Spectra", "Un seul monde", etc.)	3	25	37	9	4	78
Réseaux sociaux	0	25	33	12	8	78



On voit apparaître dans la Figure 8 ci-dessus l'utilité des différents outils de communications de l'administration telle que perçue par les journalistes. Les conférences et communiqués de presse, ainsi que les renseignements obtenus auprès des spécialistes thématiques sont jugés le plus favorablement, de même que les séances d'information ou entretiens informels, que 47.5% des répondant-e-s jugent très utiles.

A l'inverse, les magazines et revues ne récoltent que 35.9% d'avis positifs et les réseaux sociaux 32.1%, personne ne jugeant ces derniers « très utiles ». Ces résultats tendent à montrer un usage mieux maîtrisé par l'administration fédérale des outils de communications traditionnels que des moyens plus innovants. A noter tout de même le bon score obtenu par les sites internet, jugés plutôt ou très utile par 87.2% des participant-e-s à l'enquête.

Les journalistes étaient ensuite invités à faire une estimation du pourcentage de communiqués repris dans leur média, par rapport à la totalité des communiqués reçus de la part de l'administration fédérale. La Figure 9 ci-dessous présente le résultat de ces estimations, avec une moyenne de 27.53% et une médiane de 20%.

Figure 9: reprise des communiqués de presse

Considérant la totalité des communiqués de presse que vous recevez de l'administration fédérale, quelle proportion est finalement reprise dans votre média? Veuillez donner une estimation.

Taux de réponse : **96,3%**
Moyenne = **27,53** Médiane = **20,00** Ecart-type = **23,24**

	Nb	
0%	**9**	11,7%
10%	**17**	22,1%
20%	**20**	26,0%
30%	**10**	13,0%
40%	**4**	5,2%
50%	**8**	10,4%
60%	**2**	2,6%
70%	**2**	2,6%
80%	**3**	3,9%
90%	**1**	1,3%
100%	**1**	1,3%
Total	**77**	

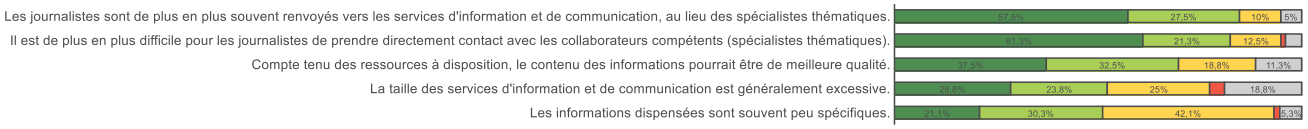
Enfin, pour clore cette première partie, les participant-e-s à l'enquête étaient appelés à exprimer le degré de leur adhésion à une série d'affirmations. Les résultats, présentés dans la Figure 10 ci-dessous, montrent que les journalistes sont de plus en plus fréquemment orientés vers les services d'information, plutôt que vers les spécialistes thématiques, pourtant considérés plus haut comme une source d'information particulièrement utile et appréciée.

70% des répondant-e-s jugent par ailleurs qu'au vu des ressources, le contenu des informations dispensées pourrait être de meilleure qualité, et 52.6% d'entre eux estiment que la taille des services de communication est excessive. Enfin, une courte majorité (51.4%) adhère à l'affirmation selon laquelle les informations sont souvent peu spécifiques.

Figure 10 : affirmations relatives à la communication de l'administration fédérale

Que pensez-vous des affirmations suivantes relatives à la communication de l'administration fédérale?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas	Total
Les journalistes sont de plus en plus souvent renvoyés vers les services d'information et de communication, au lieu des spécialistes thématiques.	46	22	8	0	4	80
Il est de plus en plus difficile pour les journalistes de prendre directement contact avec les collaborateurs compétents (spécialistes thématiques).	49	17	10	1	3	80
Compte tenu des ressources à disposition, le contenu des informations pourrait être de meilleure qualité.	30	26	15	0	9	80
La taille des services d'information et de communication est généralement excessive.	23	19	20	3	15	80
Les informations dispensées sont souvent peu spécifiques.	16	23	32	1	4	76



L'analyse des résultats de cette première partie laisse transparaître une appréciation globalement positive de la communication de l'administration fédérale, les outils traditionnels de communication et les contacts informels étant jugés plus utiles que des canaux plus innovants tels que les magazines ou les réseaux sociaux.

Des jugements plus critiques apparaissent lorsqu'on s'intéresse à l'accessibilité à l'information : l'accès aux spécialistes thématiques semble en effet être de plus en plus difficile, alors que ceux-ci sont considérés comme une source très utile d'information. D'autre part, la taille des services de communication – plus généralistes – est jugée excessive. En privilégiant l'accès à des chargés de communication plutôt qu'à des spécialistes, l'administration fédérale semble ainsi ne pas répondre de manière adéquate aux besoins des journalistes.

2.2 Etudes de cas

Après avoir exprimé leur opinion sur la communication de l'administration fédérale dans sa globalité, les journalistes étaient prié-e-s d'indiquer les deux unités administratives avec lesquelles ils-elles sont le plus souvent en contact, ce afin de répondre à des questions ciblées plus précisément sur les outils de communication et l'accessibilité à l'information au sein desdits services. La Figure 11 montre la répartition entre ces différentes unités. On notera qu'en-dessous d'une dizaine de réponses, les résultats obtenus pour les unités telles que la DDC ou l'OFEV perdent de leur robustesse et doivent être considérés avec prudence.

Figure 11 : unités administratives les plus pratiquées

Parmi les unités administratives suivantes, veuillez indiquer les deux avec lesquelles vous êtes le plus souvent en contact:

Taux de réponse : **96,3%**

	Nb	
Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR)	**23**	29,9%
Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP)	**23**	29,9%
Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI)	**19**	24,7%
Chancellerie fédérale	**19**	24,7%
Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI)	**13**	16,9%
Groupement défense (DDPS)	**11**	14,3%
Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF)	**10**	13,0%
Aucune des unités listées ci-dessus	**8**	10,4%
Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE)	**8**	10,4%
Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC)	**5**	6,5%
Total	**77**	

Pour chaque unité, les participant-e-s à l'enquête devaient donner leur appréciation de l'utilité des produits de communication (mêmes catégories que dans la question concernant l'administration dans son ensemble), puis évaluer l'accessibilité aux informations dont ils-elles ont besoin. Ils pouvaient compléter leurs réponses par des commentaires.

Les résultats détaillés pour chaque unité figurent en annexe I du présent rapport. En observant ceux-ci dans leur ensemble, on peut dégager les tendances suivantes :

- Les outils de communication jugés les plus utiles (présents dans le trio de tête de la plupart des unités) sont les séances d'information/entretiens informels, les renseignements pris auprès de spécialistes thématiques, les conférences de presse et les communiqués.
- Les sites internet sont diversement appréciés, reflétant une relative autonomie des différents services de l'administration fédérale quant à la structure et au contenu de leur site.
- Les magazines/revues et les réseaux sociaux arrivent respectivement avant-derniers et derniers dans toutes les unités administratives prises en compte.

Concernant la facilité d'accès à l'information, une vision globale offrant une comparaison entre les unités est proposée aux Figure 12 et Figure 13. La première permet de comparer la proportion de journalistes jugeant l'accès à l'information plus ou moins facile, tandis que la seconde tient compte du nombre de répondant-e-s et relativise ainsi ces pourcentages.

Figure 12: facilité d'accès à l'information (vue d'ensemble - pourcentages)

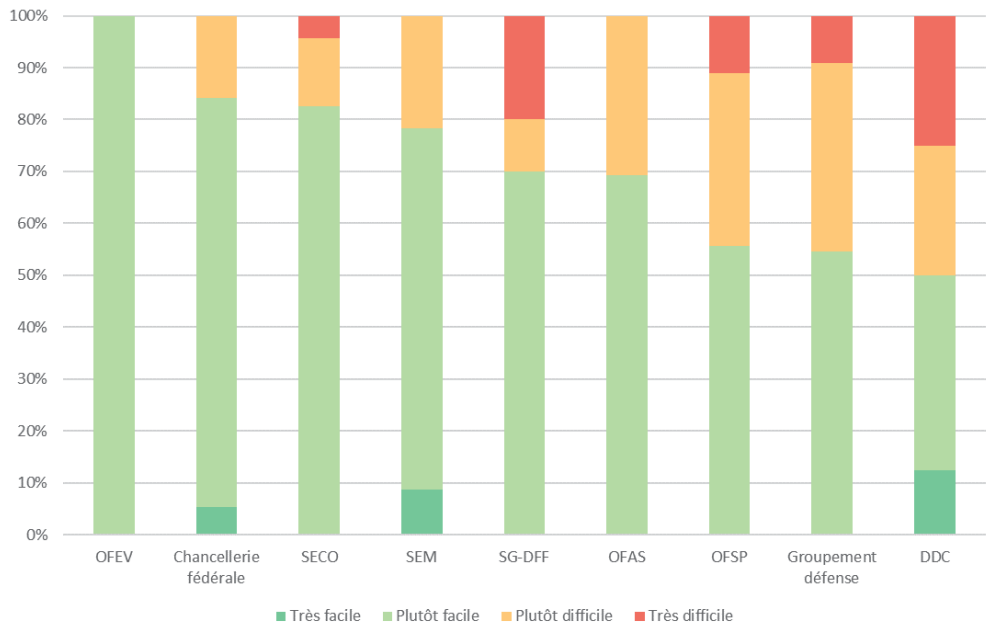
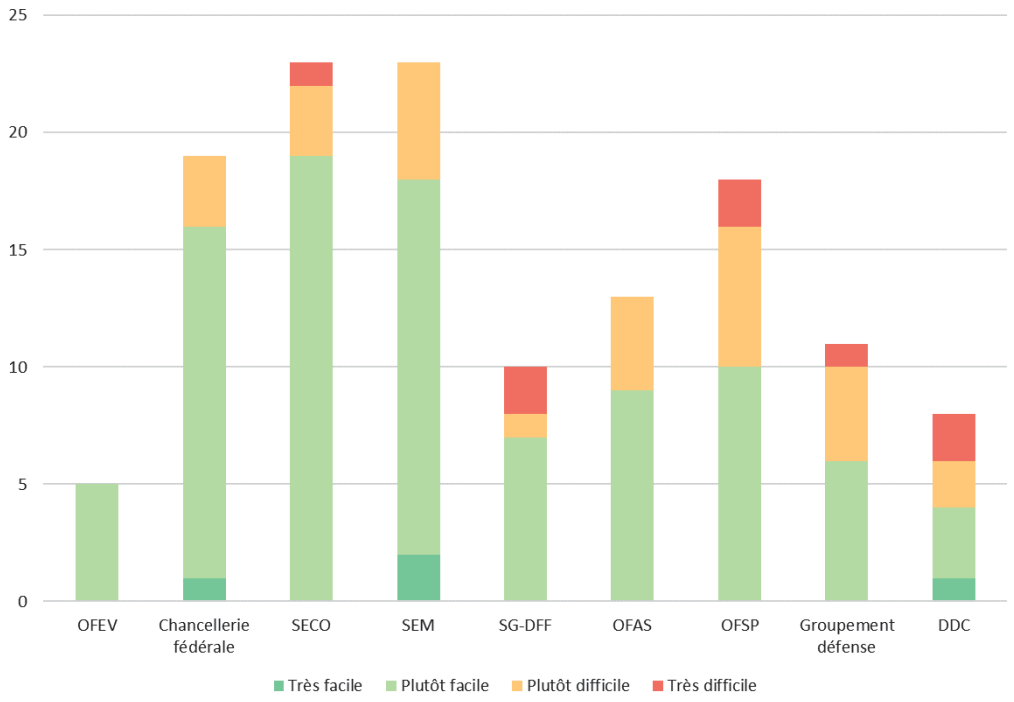


Figure 13 : facilité d'accès à l'information (vue d'ensemble - chiffres absolus)



2.3 Unités exemplaires et problématiques

Les participant-e-s à l'enquête étaient enfin invité-e-s à citer les trois unités administratives dont ils considèrent les prestations en matière de communication comme exemplaires, et les trois unités qu'ils-elles jugent au contraire les plus problématiques. Les réponses à ces questions sont représentées dans les Figure 14 et Figure 15 ci-dessous. Les unités dites exemplaires ayant recueilli moins de trois voix et les unités dites problématiques ayant recueilli moins de deux vois ne sont pas représentées ci-dessous, par souci de lisibilité. Le classement intégral figure en annexe II.

Figure 14 : unités exemplaires en matière de communication

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour la qualité exemplaire de leurs prestations en matière de communication? (3 réponses maximum)

Taux de réponse : **82,5%**

	Nb	
>> SEM	**11**	16,7%
Chancellerie d'Etat (dans son ensemble)	**10**	15,2%
>> OFSP	**10**	15,2%
>> OFEN	**9**	13,6%
>> OFROU	**8**	12,1%
>> SECO	**8**	12,1%
>> Secrétariat général du DDPS	**7**	10,6%
>> AFC	**7**	10,6%
>> AFF	**7**	10,6%
>> MétéoSuisse	**6**	9,1%
>> DDC	**6**	9,1%
>> OFJ	**6**	9,1%
>> Secrétariat général du DFI	**5**	7,6%
>> fedpol	**5**	7,6%
>> OFT	**5**	7,6%
>> OFAS	**5**	7,6%
Aucune	**4**	6,1%
>> OFS	**4**	6,1%
DFJP (département dans son ensemble)	**3**	4,5%
DFI (département dans son ensemble)	**3**	4,5%
...	**36**	54,5%
Total	**66**	

On constate que, pour les unités exemplaires, les réponses sont fortement ventilées, l'unité la plus citée (le Secrétariat d'Etat aux migration) récoltant 11 mentions, soit 16.7% des réponses, et les suivantes, soit la Chancellerie d'Etat et l'Office fédéral de la santé publique, récoltant chacune 10 mentions, soit 15.2% des réponses.

En revanche, concernant les unités fournissant des prestations problématiques en matière de communication, une unité se détache clairement : le Département fédéral des affaires étrangères (dans son ensemble), cité par 40% des répondant-e-s. A noter que le Secrétariat général du même département arrive en quatrième position, avec 10 mentions qui représentent 18.2% des avis exprimés. Seule une personne ayant coché à la fois le DFAE et le SG-DFAE, on peut ainsi considérer, dans une certaine mesure, que ces résultats négatifs ne se recouvrent pas, mais au contraire s'additionnent.

Figure 15 : unités problématiques en matière de communication

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour leurs prestations problématiques en matière de communication? (3 réponses maximum)

Taux de réponse : **68,8%**

	Nb	
DFAE (département dans son ensemble)	**22**	40,0%
>> SRC	**11**	20,0%
>> OFSP	**11**	20,0%
>> Secrétariat général du DFAE	**10**	18,2%
Aucune	**8**	14,5%
>> SEM	**8**	14,5%
>> armasuisse	**7**	12,7%
>> fedpol	**6**	10,9%
>> Secrétariat général du DDPS	**5**	9,1%
>> OFAS	**4**	7,3%
DDPS (département dans son ensemble)	**3**	5,5%
>> SECO	**3**	5,5%
DFF (département dans son ensemble)	**3**	5,5%
>> Groupement défense	**2**	3,6%
DEFR (département dans son ensemble)	**2**	3,6%
>> DDC	**2**	3,6%
>> OFCOM	**2**	3,6%
>> OFT	**2**	3,6%
...	**16**	29,1%
Total	**55**	

On constate également que le SEM et l'OFSP, pourtant parmi les trois premières au classement des unités considérées comme exemplaires, figurent également dans le haut du classement des unités jugées problématiques, étant citées respectivement par 14.5% (SEM) et 20% (OFSP) des répondant-e-s.

3. Synthèse et conclusions

Les résultats de l'enquête présentés dans ce rapport font apparaître une appréciation globalement positive de la communication de l'administration fédérale, avec quelques bémols qui viennent confirmer certaines hypothèses émises par le CPA.

Ainsi, si globalement, la qualité de l'information donne largement satisfaction, l'appréciation qui est faite de l'accès à l'information et de l'utilité de certains produits est plus nuancée. On constate en effet que la disponibilité des spécialistes thématiques laisse à désirer, ce alors même qu'ils et elles sont considéré-e-s comme des sources d'information particulièrement précieuses. A l'inverse, une majorité des journalistes interrogé-e-s estiment que les services de communication sont très bien, voire trop dotés. Ainsi, l'approche adoptée par la Confédération, visant à centraliser les demandes d'information auprès de services de communication généralistes, ne semble pas répondre adéquatement aux besoins des consommateurs et consommatrices de cette information.

Un autre constat saillant qui ressort de cette enquête concerne l'utilité des différents produits de communication pour le travail des journalistes. Les produits traditionnels, tels que conférences et communiqués de presse, ou les entretiens informels, sont jugés très utiles, à l'inverse des magazines et revues et de l'utilisation des réseaux sociaux, jugés quasi unanimement peu utile, tant au niveau de l'administration dans son ensemble que pour les neuf unités examinées plus spécifiquement. Cela pose la question du bon usage de ces canaux plus innovants, tout en tenant compte du fait que les médias ne sont pas les uniques destinataires de la communication de l'administration fédérale et que de tels canaux peuvent viser d'autres publics.

L'identification d'unités considérées comme exemplaires ou jugées au contraire problématiques permettra quant à elle d'orienter la suite des travaux d'évaluation du CPA, en permettant de savoir où observer des bonnes pratiques et où porter un regard plus critique.

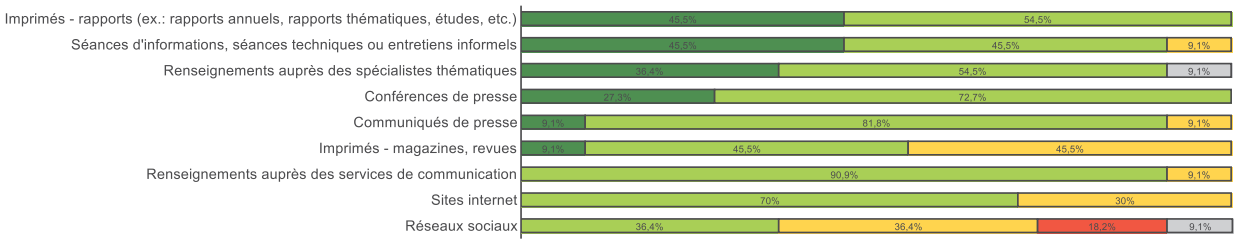
Enfin, l'étude du verbatim – qui n'a pas été pris en compte dans le présent rapport – viendra également éclairer le CPA sur certains points et préciser les réponses données aux questions fermées.

Annexe I : résultats des études de cas

Etude de cas - Groupement défense

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Groupement Défense (DDPS)?

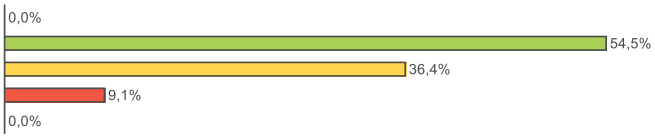
	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	5	6	0	0	0	11
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	5	5	1	0	0	11
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	4	6	0	0	1	11
Conférences de presse	3	8	0	0	0	11
Communiqués de presse	1	9	1	0	0	11
Imprimés - magazines, revues	1	5	5	0	0	11
Renseignements auprès des services de communication	0	10	1	0	0	11
Sites internet	0	7	3	0	0	10
Réseaux sociaux	0	4	4	2	1	11



S'agissant du Groupement défense (DDPS), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Taux de réponse : **100,0%**

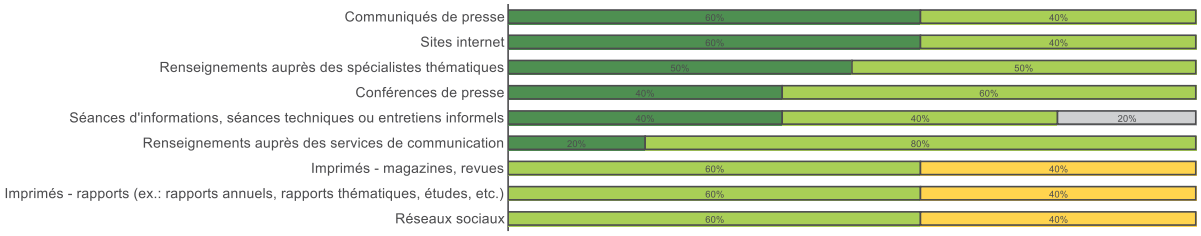
	Nb
Très facile	0
Plutôt facile	6
Plutôt difficile	4
Très difficile	1
Ne sais pas	0
Total	**11**



Etude de cas - Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'OFEV?

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Communiqués de presse	3	2	0	0	0	5
Sites internet	3	2	0	0	0	5
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	2	2	0	0	0	4
Conférences de presse	2	3	0	0	0	5
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	2	2	0	0	1	5
Renseignements auprès des services de communication	1	4	0	0	0	5
Imprimés - magazines, revues	0	3	2	0	0	5
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	0	3	2	0	0	5
Réseaux sociaux	0	3	2	0	0	5



S'agissant de l'Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

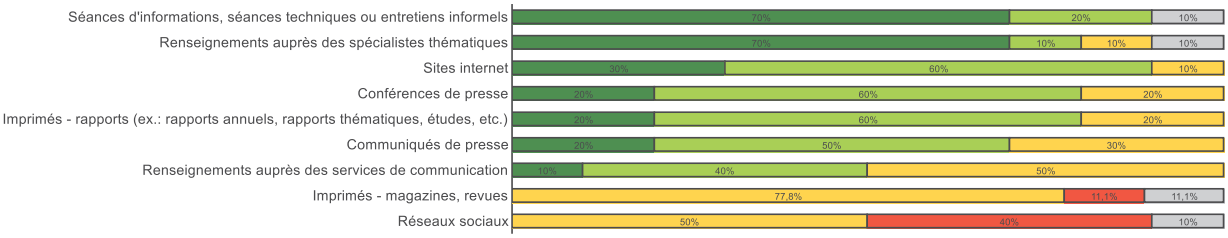
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb
Très facile	0
Plutôt facile	5
Plutôt difficile	0
Très difficile	0
Ne sais pas	0
Total	**5**

Etude de cas - Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Secrétariat général du Département fédéral des finances?

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	7	2	0	0	1	10
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	7	1	1	0	1	10
Sites internet	3	6	1	0	0	10
Conférences de presse	2	6	2	0	0	10
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	2	6	2	0	0	10
Communiqués de presse	2	5	3	0	0	10
Renseignements auprès des services de communication	1	4	5	0	0	10
Imprimés - magazines, revues	0	0	7	1	1	9
Réseaux sociaux	0	0	5	4	1	10



S'agissant du Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

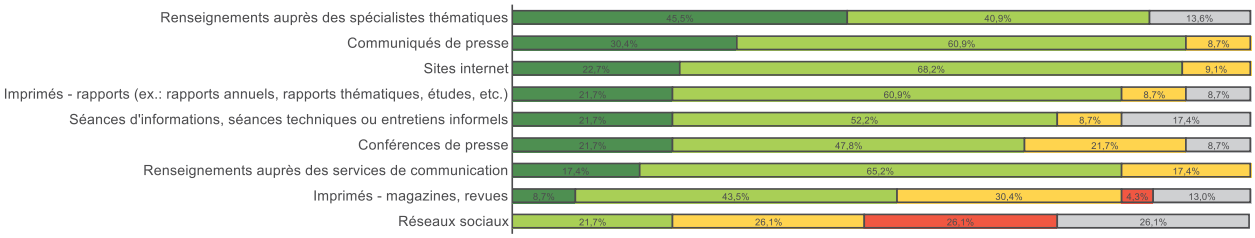
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	
Très facile	0	0,0%
Plutôt facile	7	70,0%
Plutôt difficile	1	10,0%
Très difficile	2	20,0%
Ne sais pas	0	0,0%
Total	**10**	

Etude de cas - Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du SECO?

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	10	9	0	0	3	22
Communiqués de presse	7	14	2	0	0	23
Sites internet	5	15	2	0	0	22
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	5	14	2	0	2	23
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	5	12	2	0	4	23
Conférences de presse	5	11	5	0	2	23
Renseignements auprès des services de communication	4	15	4	0	0	23
Imprimés - magazines, revues	2	10	7	1	3	23
Réseaux sociaux	0	5	6	6	6	23



S'agissant du Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

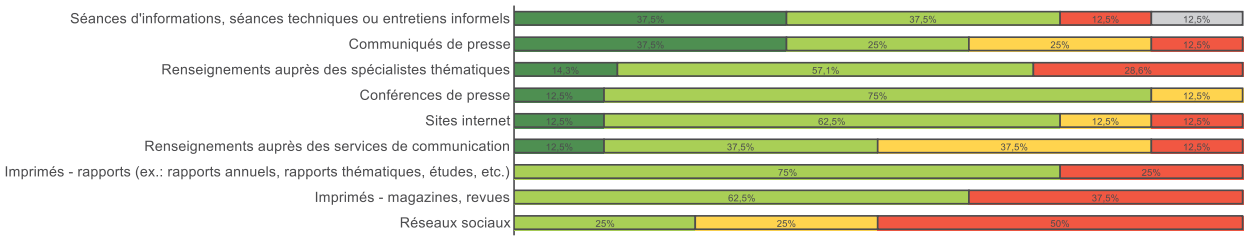
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	
Très facile	0	0,0%
Plutôt facile	19	82,6%
Plutôt difficile	3	13,0%
Très difficile	1	4,3%
Ne sais pas	0	0,0%
Total	**23**	

Etude de cas - Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de la DDC?

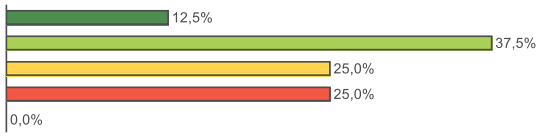
	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	3	3	0	1	1	8
Communiqués de presse	3	2	2	1	0	8
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	1	4	0	2	0	7
Conférences de presse	1	6	1	0	0	8
Sites internet	1	5	1	1	0	8
Renseignements auprès des services de communication	1	3	3	1	0	8
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	0	6	0	2	0	8
Imprimés - magazines, revues	0	5	0	3	0	8
Réseaux sociaux	0	2	2	4	0	8



S'agissant de la Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Taux de réponse : **100,0%**

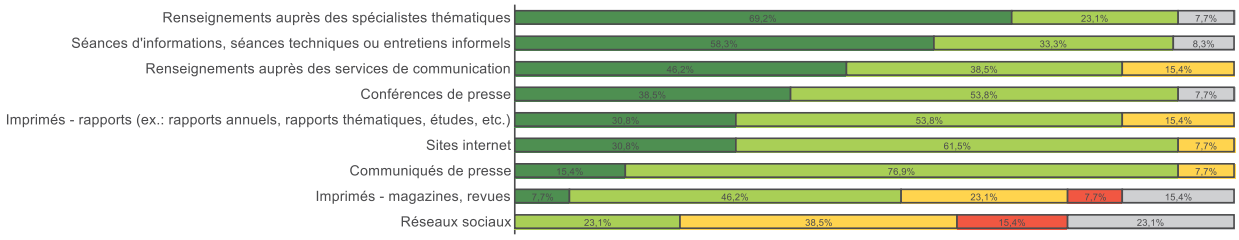
	Nb
Très facile	1
Plutôt facile	3
Plutôt difficile	2
Très difficile	2
Ne sais pas	0
Total	**8**



Etude de cas - Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'OFAS?

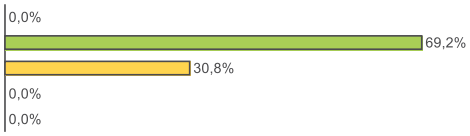
	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	9	3	0	0	1	13
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	7	4	0	0	1	12
Renseignements auprès des services de communication	6	5	2	0	0	13
Conférences de presse	5	7	0	0	1	13
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	4	7	2	0	0	13
Sites internet	4	8	1	0	0	13
Communiqués de presse	2	10	1	0	0	13
Imprimés - magazines, revues	1	6	3	1	2	13
Réseaux sociaux	0	3	5	2	3	13



S'agissant de l'Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Taux de réponse : **100,0%**

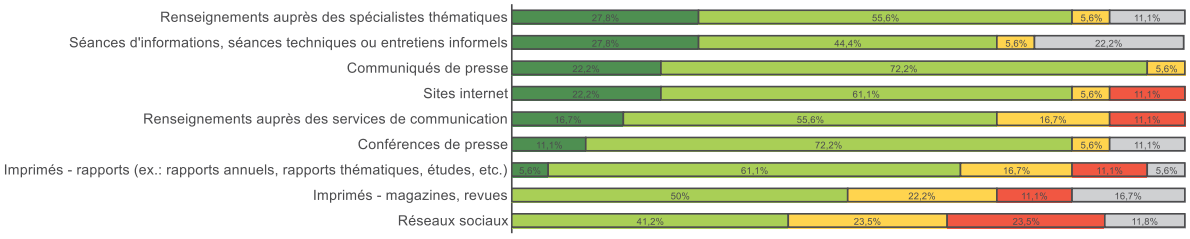
	Nb
Très facile	0
Plutôt facile	9
Plutôt difficile	4
Très difficile	0
Ne sais pas	0
Total	**13**



Etude de cas - Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'OFSP?

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	5	10	1	0	2	18
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	5	8	1	0	4	18
Communiqués de presse	4	13	1	0	0	18
Sites internet	4	11	1	2	0	18
Renseignements auprès des services de communication	3	10	3	2	0	18
Conférences de presse	2	13	1	0	2	18
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	1	11	3	2	1	18
Imprimés - magazines, revues	0	9	4	2	3	18
Réseaux sociaux	0	7	4	4	2	17



S'agissant de l'Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

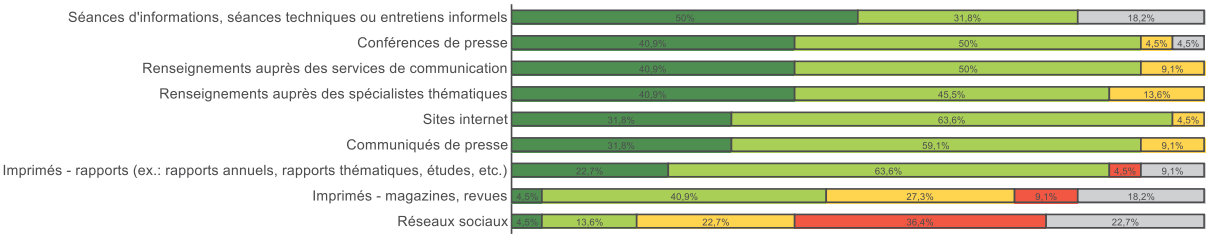
Taux de réponse : **94,7%**

	Nb	
Très facile	0	0,0%
Plutôt facile	10	55,6%
Plutôt difficile	6	33,3%
Très difficile	2	11,1%
Ne sais pas	0	0,0%
Total	**18**	

Etude de cas - Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du SEM?

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	11	7	0	0	4	22
Conférences de presse	9	11	1	0	1	22
Renseignements auprès des services de communication	9	11	2	0	0	22
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	9	10	3	0	0	22
Sites internet	7	14	1	0	0	22
Communiqués de presse	7	13	2	0	0	22
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	5	14	0	1	2	22
Imprimés - magazines, revues	1	9	6	2	4	22
Réseaux sociaux	1	3	5	8	5	22



S'agissant du Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

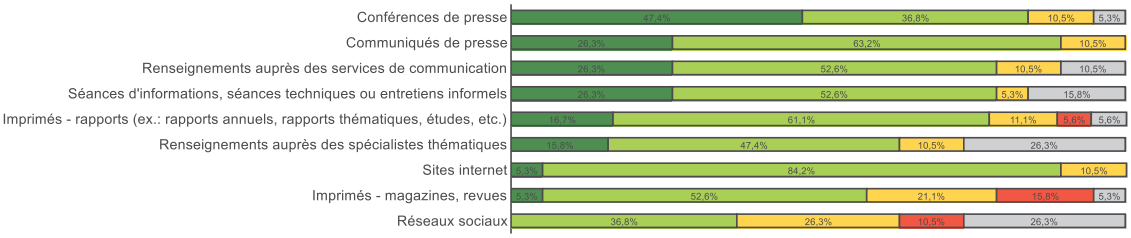
Taux de réponse : **100,0%**

	Nb	
Très facile	2	8,7%
Plutôt facile	16	69,6%
Plutôt difficile	5	21,7%
Très difficile	0	0,0%
Ne sais pas	0	0,0%
Total	**23**	

Etude de cas - Chancellerie fédérale (ChF)

Quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de la Chancellerie fédérale?

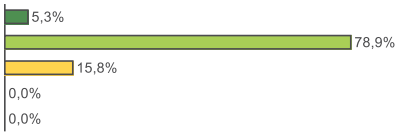
	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas	Total
Conférences de presse	9	7	2	0	1	19
Communiqués de presse	5	12	2	0	0	19
Renseignements auprès des services de communication	5	10	2	0	2	19
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	5	10	1	0	3	19
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	3	11	2	1	1	18
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	3	9	2	0	5	19
Sites internet	1	16	2	0	0	19
Imprimés - magazines, revues	1	10	4	3	1	19
Réseaux sociaux	0	7	5	2	5	19



S'agissant de la Chancellerie fédérale (ChF), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Taux de réponse : **100,0%**

	Nb
Très facile	1
Plutôt facile	15
Plutôt difficile	3
Très difficile	0
Ne sais pas	0
Total	**19**



Annexe II : unités exemplaires et problématiques

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour la qualité exemplaire de leurs prestations en matière de communication?
(3 réponses maximum)

Taux de réponse : **82,5%**

	Nb	
>> SEM	11	16,7%
Chancellerie d'Etat (dans son ensemble)	10	15,2%
>> OFSP	10	15,2%
>> OFEN	9	13,6%
>> OFROU	8	12,1%
>> SECO	8	12,1%
>> Secrétariat général du DDPS	7	10,6%
>> AFC	7	10,6%
>> AFF	7	10,6%
>> MétéoSuisse	6	9,1%
>> DDC	6	9,1%
>> OFJ	6	9,1%
>> Secrétariat général du DFI	5	7,6%
>> fedpol	5	7,6%
>> OFT	5	7,6%
>> OFAS	5	7,6%
Aucune	4	6,1%
>> OFS	4	6,1%
DFJP (département dans son ensemble)	3	4,5%
DFI (département dans son ensemble)	3	4,5%
>> OSAV	2	3,0%
>> Groupement défense	2	3,0%
>> Office de l'auditeur en chef	2	3,0%
DFAE (département dans son ensemble)	2	3,0%
>> Secrétariat d'Etat	2	3,0%
DETEC (département dans son ensemble)	2	3,0%
>> OFEV	2	3,0%
>> OFCOM	2	3,0%
>> OFAC	2	3,0%
DDPS (département dans son ensemble)	2	3,0%
>> DAE	1	1,5%
>> SRC	1	1,5%
>> Secrétariat général du DFJP	1	1,5%
>> swisstopo	1	1,5%
DFF (département dans son ensemble)	1	1,5%
>> Secrétariat général du DFAE	1	1,5%
>> AFD	1	1,5%
>> SFI	1	1,5%
>> OFAG	1	1,5%
>> OFL	1	1,5%
>> DC	1	1,5%
>> BFEG	1	1,5%
>> Secrétariat général du DETEC	1	1,5%
>> OFC	1	1,5%
>> DP	1	1,5%
>> OFPP	1	1,5%
>> DR	0	0,0%
>> OFAE	0	0,0%
>> OFPER	0	0,0%
>> SEFRI	0	0,0%
>> Secrétariat général du DFF	0	0,0%
>> OFCL	0	0,0%
>> UPIC	0	0,0%
>> ARE	0	0,0%
>> OFIT	0	0,0%
DEFR (département dans son ensemble)	0	0,0%
>> armasuisse	0	0,0%
>> AFS	0	0,0%
>> Secrétariat général du DEFR	0	0,0%
>> OFSPO	0	0,0%
>> DDIP	0	0,0%
Total	**66**	

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour leurs prestations problématiques en matière de communication?
(3 réponses maximum)

Taux de réponse : **68,8%**

	Nb	
DFAE (département dans son ensemble)	22	40,0%
>> SRC	11	20,0%
>> OFSP	11	20,0%
>> Secrétariat général du DFAE	10	18,2%
Aucune	8	14,5%
>> SEM	8	14,5%
>> armasuisse	7	12,7%
>> fedpol	6	10,9%
>> Secrétariat général du DDPS	5	9,1%
>> OFAS	4	7,3%
>> SECO	3	5,5%
DDPS (département dans son ensemble)	3	5,5%
DFF (département dans son ensemble)	3	5,5%
>> DDC	2	3,6%
>> OFT	2	3,6%
>> Groupement défense	2	3,6%
DEFR (département dans son ensemble)	2	3,6%
>> OFCOM	2	3,6%
Chancellerie d'Etat (dans son ensemble)	1	1,8%
>> Secrétariat général du DFJP	1	1,8%
>> OFS	1	1,8%
>> DAE	1	1,8%
>> Secrétariat général du DFF	1	1,8%
>> UPIC	1	1,8%
>> SFI	1	1,8%
>> OSAV	1	1,8%
>> Secrétariat général du DEFR	1	1,8%
DETEC (département dans son ensemble)	1	1,8%
>> Secrétariat général du DETEC	1	1,8%
>> OFROU	1	1,8%
>> OFEV	1	1,8%
>> BFEG	1	1,8%
DFJP (département dans son ensemble)	1	1,8%
>> OFAC	1	1,8%
>> AFS	0	0,0%
>> OFJ	0	0,0%
>> OFCL	0	0,0%
>> OFIT	0	0,0%
>> AFF	0	0,0%
>> OFPER	0	0,0%
>> AFC	0	0,0%
>> AFD	0	0,0%
>> DDIP	0	0,0%
>> DC	0	0,0%
>> DP	0	0,0%
DFI (département dans son ensemble)	0	0,0%
>> OFAG	0	0,0%
>> OFAE	0	0,0%
>> OFL	0	0,0%
>> SEFRI	0	0,0%
>> OFC	0	0,0%
>> Secrétariat général du DFI	0	0,0%
>> OFPP	0	0,0%
>> ARE	0	0,0%
>> OFSPO	0	0,0%
>> DR	0	0,0%
>> MétéoSuisse	0	0,0%
>> Office de l'auditeur en chef	0	0,0%
>> swisstopo	0	0,0%
>> OFEN	0	0,0%
>> Secrétariat d'Etat	0	0,0%
Total	**55**	

Annexe III : questionnaire

Parlamentarische Verwaltungskontrolle (PVK),
der Evaluationsdienst der Bundesversammlung

evaluanda
EVALUATION + CONSEIL

Mit dieser Umfrage soll ermittelt werden, inwieweit die Kommunikation der Bundesverwaltung den Bedürfnissen der Medien entspricht, insbesondere was die Qualität und die Zugänglichkeit der Informationen betrifft. Die Umfrage wird Ihnen als Medienschaffende bzw. Medienschaffender unterbreitet.

Wie ist der Fragebogen auszufüllen?

- Der Fragebogen umfasst mehrere Seiten. Mit der Navigationsleiste unten (Pfeile nach links und rechts) können Sie die Seite wechseln. Zudem zeigt die Navigationsleiste an, wie weit Sie mit der Umfrage fortgeschritten sind.

- Die Umfrage muss in einem Mal ausgefüllt werden (Sie können eine Pause machen, dürfen in diesem Fall aber das Fenster oder die Registerkarte Ihres Browsers nicht schliessen). Sie nimmt rund eine Viertelstunde in Anspruch. Bitte denken Sie daran, am Ende Ihre Antworten abzuspeichern (Schaltfläche «Speichern»).

Die Umfrage wird in anonymisierter Form durchgeführt und ausgewertet. Es sind keine Rückschlüsse auf die Antworten einzelner Personen möglich.

Teilnahmefrist: 2. Juli 2018

Bei technischen Schwierigkeiten wenden Sie sich bitte an *evaluanda* (flamand@evaluanda.ch oder 022 705 11 50).

Vielen Dank im Voraus für Ihre Teilnahme !

Zurück | Weiter

Beurteilen Sie bitte die Qualität der Informationen, die von der Bundesverwaltung bereitgestellt werden. Die bereitgestellten Informationen sind ...

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu	Weiss nicht
Transparent (überprüfbare Fakten, Angabe der Quellen)	○	○	○	○	○
Vollständig (ausführlich, es werden keine Informationen vorenthalten)	○	○	○	○	○
Detailliert (klar, präzise)	○	○	○	○	○
Objektiv (neutral, politisch unabhängig)	○	○	○	○	○
In angemessenen Umfang vorhanden (Länge der Medienmitteilungen oder andere Veröffentlichung)	○	○	○	○	○
In ihrer Menge angemessen (Anzahl Medienmitteilungen oder andere Veröffentlichung)	○	○	○	○	○
Rasch verfügbar (werden innert nützlicher Frist geliefert)	○	○	○	○	○
Kontinuierlich (regelmässiges Nachführen der Geschäfte, Aktualisierung der Informationen)	○	○	○	○	○
Koordiniert (die Informationen verschiedener Verwaltungsstellen widersprechen sich nicht)	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Ihres Erachtens eine oder mehrere Aussagen eher nicht oder gar nicht zutreffen:

Zurück | Weiter

Beurteilen Sie bitte die Zugänglichkeit der Informationen bei den Kommunikationsdiensten der Bundesverwaltung?:

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu	Weiss nicht
Die Mediensprecher/innen und/oder die zuständigen Personen der Kommunikationsdienste sind verfügbar (erreichbar).	○	○	○	○	○
Die Mediensprecher/innen und/oder die zuständigen Personen der Kommunikationsdienste sind leicht zu ermitteln (z. B. Kontaktangaben auf der Website des Bundes).	○	○	○	○	○
Der Grundsatz der Gleichbehandlung wird eingehalten (Informationen werden allen Medien gleichzeitig zur Verfügung gestellt).	○	○	○	○	○
Bei Bedarf ist es leicht, die Fachspezialistinnen bzw. -spezialisten direkt zu kontaktieren.	○	○	○	○	○
Die Zuständigkeiten zwischen den Medienstellen der Departemente und denjenigen der Verwaltungseinheiten sind klar aufgeteilt.	○	○	○	○	○
Bei der Informationsbeschaffung stosse ich grundsätzlich auf Hindernisse.	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Ihres Erachtens eine oder mehrere Aussagen eher nicht oder gar nicht zutreffen:

Bitte beschreiben Sie die Hindernisse, die Ihnen bei der Informationsbeschaffung innerhalb der Bundesverwaltung begegnen:

← Zurück | Weiter →

Wie nützlich sind die Kommunikationsprodukte der Bundesverwaltung für die Ausübung Ihres Berufs?

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften (z. B. die Magazine «Soziale Sicherheit», «spectra», «Eine Welt» usw.)	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Wie viel Prozent aller Medienmitteilungen, die Sie von der Bundesverwaltung erhalten, werden letztlich in Ihrem Medium übernommen?

0 % = keine Medienmitteilungen werden übernommen – 100 % = alle Medienmitteilungen werden übernommen

0% 100%

Zurück Weiter

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur Kommunikation der Bundesverwaltung?

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft gar nicht zu	Weiss nicht
Die Informations- und Kommunikationsdienste sind im Allgemeinen zu gross.	○	○	○	○	○
Die Qualität des Informationsgehalts könnte angesichts der zur Verfügung stehenden Ressourcen besser sein.	○	○	○	○	○
Die bereitgestellten Informationen sind oftmals zu unspezifisch.	○	○	○	○	○
Medienschaffende werden immer häufiger an die Informations- und Kommunikationsdienste anstatt an die Fachspezialistinnen bzw. -spezialisten verwiesen.	○	○	○	○	○
Für Medienschaffende ist es immer schwieriger, die zuständigen Mitarbeitenden direkt zu kontaktieren (Fachspezialistinnen und -spezialisten)	○	○	○	○	○

Zurück Weiter

Geben Sie bitte jene zwei Verwaltungseinheiten an, mit welchen Sie am häufigsten in Kontakt stehen.

- ☐ Bundesamt für Gesundheit - BAG (EDI)
- ☐ Bundesamt für Sozialversicherungen - BSV (EDI)
- ☐ Bundesamt für Umwelt - BAFU (UVEK)
- ☐ Bundeskanzlei
- ☐ Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit - DEZA (EDA)
- ☐ Generalsekretariat des Eidgenössischen Finanzdepartementes (GS-EFD)
- ☐ Gruppe Verteidigung (VBS)
- ☐ Staatssekretariat für Migration - SEM (EJPD)
- ☐ Staatssekretariat für Wirtschaft - SECO (WBF)
- ☐ Keine der genannten Verwaltungseinheiten

← Zurück | Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte der Gruppe Verteidigung (VBS) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen der Gruppe Verteidigung (VBS) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen der Gruppe Verteidigung (VBS) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten

← Zurück | Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Bundesamtes für Umwelt - BAFU (UVEK) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen des Bundesamtes für Umwelt - BAFU (UVEK) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Bundesamtes für Umwelt - BAFU (UVEK) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Generalsekretariates des Eidgenössischen Finanzdepartementes (GS-EFD) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

Zurück Weiter

Die von Ihnen benötigten Informationen des Generalsekretariates des Eidgenössischen Finanzdepartementes (GS-EFD) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Generalsekretariates des Eidgenössischen Finanzdepartementes (GS-EFD) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

Zurück Weiter

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Staatssekretariates für Wirtschaft - SECO (WBF) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen des Staatssekretariates für Wirtschaft - SECO (WBF) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Staatssekretariates für Wirtschaft - SECO (WBF) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück | Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit – DEZA (EDA) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit – DEZA (EDA) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit – DEZA (EDA) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück | Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Bundesamtes für Sozialversicherungen – BSV (EDI) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen des Bundesamtes für Sozialversicherungen – BSV (EDI) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Bundesamtes für Sozialversicherungen – BSV (EDI) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Bundesamtes für Gesundheit – BAG (EDI) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen des Bundesamtes für Gesundheit – BAG (EDI) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich ○ Eher leicht zugänglich ○ Eher schwer zugänglich ○ Sehr schwer zugänglich ○ Weiss nicht ○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Bundesamtes für Gesundheit – BAG (EDI) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte des Staatssekretariates für Migration - SEM (EJPD) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen des Staatssekretariates für Migration - SEM (EJPD) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen des Staatssekretariates für Migration - SEM (EJPD) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück | Weiter →

Geben Sie bitte an, wie nützlich die Kommunikationsprodukte der Bundeskanzlei (BK) für Sie sind:

NB: Diese Frage wurde bereits gestellt, jedoch bezog sie sich auf die Bundesverwaltung insgesamt. Nun bezieht sie sich ausschliesslich auf die ausgewählte Verwaltungseinheit.

	Sehr nützlich	Eher nützlich	Eher nicht nützlich	Gar nicht nützlich	Weiss nicht
Medienkonferenzen	○	○	○	○	○
Medienmitteilungen	○	○	○	○	○
Bei den Kommunikationsdiensten eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Bei den zuständigen Fachpersonen eingeholte Informationen	○	○	○	○	○
Drucksachen – Magazine / Zeitschriften	○	○	○	○	○
Drucksachen – Berichte (z. B. Geschäftsberichte, themenspezifische Berichte, Studien usw.)	○	○	○	○	○
Websites	○	○	○	○	○
Soziale Netzwerke	○	○	○	○	○
Informationssitzungen, Hintergrundgespräche oder informelle Gespräche	○	○	○	○	○

Bitte führen Sie aus, weshalb Sie eines oder mehrere Produkte als eher nicht oder als gar nicht nützlich erachten:

← Zurück | Weiter →

Die von Ihnen benötigten Informationen der Bundeskanzlei (BK) sind Ihrer Meinung nach:

Sehr leicht zugänglich	Eher leicht zugänglich	Eher schwer zugänglich	Sehr schwer zugänglich	Weiss nicht
○	○	○	○	○

Geben Sie bitte an, weshalb Sie die Informationen der Bundeskanzlei (BK) als eher schwer oder als sehr schwer zugänglich erachten:

← Zurück | Weiter →

In der folgenden Tabelle ist das Organigramm der Bundesverwaltung schematisch dargestellt.

E	DFAE	DFI	DFJP	DDPS	DFF	DEFR	DETEC	ChF
G	SG-DFAE	SG-DFI	SG-DFJP	SG-DDPS	SG-DFF	SG-DEFR	SG-DETEC	Chancellerie
S ai	Secrétariat d'Etat	AFS	fedpol	armasuisse	AFC	OFAE	ARE	
D	DAE	BFEG	OFJ	Groupement Défense	AFD	OFAG	OFAC	
D D	DC	MétéoSuisse	SEM	Office de l'auditeur en chef	AFF	OFL	OFCOM	
D	DDC	OFAS		OFPP	OFCL	SECO	OFEN	
K	DDIP	OFC		OFSPO	OFIT	SEFRI	OFEV	
Pl	DP	OFS		SRC	OFPER		OFROU	
	DR	OFSP		swisstopo	SFI		OFT	
		OSAV			UPIC			

Welche Verwaltungseinheiten der Bundesverwaltung erbringen Ihrer Meinung nach Kommunikationsdienstleistungen von beispielhafter Qualität? (max. drei Einheiten wählbar)

Welche Verwaltungseinheiten der Bundesverwaltung erbringen Ihrer Meinung nach Kommunikationsdienstleistungen von fraglicher Qualität? (max. drei Einheiten wählbar)

← Zurück Weiter →

Sie arbeiten als:

- ○ Akkreditierte/r Journalist/in bzw. Korrespondent/in
- ○ Journalist/in bzw. Korrespondent/in mit Zutrittsberechtigung
- ○ Sonstige

Bitte angeben:

In welchen Sprachen werden die Medien verbreitet, für die Sie arbeiten? (mehrere Antworten möglich)

- ☐ Deutsch
- ☐ Französisch
- ☐ Italienisch
- ☐ Rätoromanisch
- ☐ Englisch
- ☐ Sonstige

Bitte angeben:

Über welche Kanäle werden die Medien verbreitet, für die Sie arbeiten? (mehrere Antworten möglich)

- ☐ Fernsehen
- ☐ Radio
- ☐ Web
- ☐ Soziale Medien
- ☐ Tagespresse
- ☐ Wochenpresse, Zeitschriften oder Sonntagspresse
- ☐ Sonstige

Bitte angeben:

Wie lange berichten Sie bereits als Medienschaffende/r über die Aktualitäten des Bundes?

○ Weniger als 1 Jahr ○ 1 bis 3 Jahre ○ 4 bis 6 Jahre ○ 7 bis 9 Jahre ○ Über 9 Jahre

← Zurück Weiter →

Die PVK hat vor, 3 bis 5 Umfrageteilnehmende zu kontaktieren, um mit ihnen ein vertieftes Interview zu führen. Wenn Sie damit einverstanden sind, dass wir allenfalls mit Ihnen Kontakt aufnehmen, geben Sie bitte Ihre E-Mail-Adresse an (ansonsten Feld leer lassen):

NB: Ihre E-Mail-Adresse dient ausschliesslich dazu, Sie für ein vertiefendes Gespräch zu kontaktieren. Ihre Antworten sind nicht damit verknüpft und bleiben vollkommen anonym.

Haben Sie Bemerkungen?

Zurück | Speichern

Ce questionnaire vise à évaluer dans quelle mesure la communication de l'administration fédérale est adaptée aux besoins des médias, s'agissant notamment de la qualité et de l'accès à l'information. Il vous est adressé en votre qualité de représentant-e des médias.

Comment remplir le questionnaire?

- Le questionnaire comprend plusieurs pages. Vous pouvez naviguer à l'aide de la barre de navigation située en bas de la page (flèches gauche et droite), qui vous indique également votre état d'avancement dans le questionnaire.

- Le questionnaire doit être rempli en une fois (vous pouvez faire une pause, mais dans ce cas, ne fermez pas la fenêtre ou l'onglet de votre navigateur). Cela devrait vous prendre une quinzaine de minutes. A la fin, n'oubliez pas de sauver vos réponses en cliquant sur le bouton "enregistrer".

La récolte d'informations et l'analyse des résultats se font de manière strictement **confidentielle** et ne permettent pas de retracer les réponses individuelles à leur auteur-e.

Délai de participation: 2 juillet 2018

En cas de difficulté technique, vous pouvez vous adresser à evaluanda (flamand@evaluanda.ch ou 022 705 11 50).

Nous vous remercions d'avance de votre participation!

Précédent | Suivant

Veuillez évaluer la qualité du contenu de l'information dispensée par l'administration fédérale.

Selon vous, l'information dispensée est:

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas
Transparente (faits vérifiables, sources indiquées)	○	○	○	○	○
Complète (exhaustivité, informations non-dissimulées)	○	○	○	○	○
Détaillée (clarté, rigueur de l'information)	○	○	○	○	○
Objective (information neutre, non-politisée)	○	○	○	○	○
D'une longueur adéquate (p.ex.: longueur des communiqués ou autres publications)	○	○	○	○	○
D'une quantité adéquate (p.ex.: nombre de communiqués ou autres publications)	○	○	○	○	○
Rapide (information dispensée dans un délai raisonnable)	○	○	○	○	○
Continue (suivi régulier des affaires et actualisation des informations)	○	○	○	○	○
Coordonnée (pas d'informations contradictoires entre les départements ou les services)	○	○	○	○	○

Vous avez exprimé votre désaccord avec une ou plusieurs des affirmations précédentes. Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

Précédent | Suivant

Veuillez évaluer la qualité de l'accès aux informations (lorsque vous sollicitez des informations) auprès des services de communication de l'administration fédérale:

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas
Les porte-paroles et/ou les personnes rattachées aux services de communication sont disponibles (joignables).	○	○	○	○	○
Il est facile d'identifier les porte-paroles et/ou les personnes rattachées aux services de communication (ex.: contact sur site internet de la Confédération)	○	○	○	○	○
Le principe de l'égalité de traitement est respecté (informations fournies en même temps à tous les médias).	○	○	○	○	○
Il est facile de s'entretenir directement avec des spécialistes thématiques si nécessaire.	○	○	○	○	○
La répartition des compétences des services de presse entre les départements et les unités administratives est claire.	○	○	○	○	○
De manière générale, je rencontre des obstacles à l'obtention d'informations.	○	○	○	○	○

Vous avez exprimé votre désaccord avec une ou plusieurs des affirmations précédentes. Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

Veuillez s'il vous plaît préciser la nature des obstacles que vous rencontrez pour l'obtention d'informations auprès de l'administration fédérale:

← Précédent Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer l'utilité des différents produits de communication de l'administration fédérale:

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues (ex.: magazines "Sécurité sociale", "Spectra", "Un seul monde", etc.)	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent Suivant →

Considérant la totalité des communiqués de presse que vous recevez de l'administration fédérale, quelle proportion est finalement reprise dans votre média? Veuillez donner une estimation.

0% = aucun communiqué n'est repris, 100% = tous les communiqués sont repris

0% 100%

Précédent Suivant

Que pensez-vous des affirmations suivantes relatives à la communication de l'administration fédérale?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sais pas
La taille des services d'information et de communication est généralement excessive.	○	○	○	○	○
Compte tenu des ressources à disposition, le contenu des informations pourrait être de meilleure qualité.	○	○	○	○	○
Les informations dispensées sont souvent peu spécifiques.	○	○	○	○	○
Les journalistes sont de plus en plus souvent renvoyés vers les services d'information et de communication, au lieu des spécialistes thématiques.	○	○	○	○	○
Il est de plus en plus difficile pour les journalistes de prendre directement contact avec les collaborateurs compétents (spécialistes thématiques).	○	○	○	○	○

Précédent Suivant

Parmi les unités administratives suivantes, veuillez indiquer les deux avec lesquelles vous êtes le plus souvent en contact:

- ☐ Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI)
- ☐ Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI)
- ☐ Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC)
- ☐ Chancellerie fédérale
- ☐ Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE)
- ☐ Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF)
- ☐ Groupement défense (DDPS)
- ☐ Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP)
- ☐ Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR)
- ☐ Aucune des unités listées ci-dessus

← Précédent | Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Groupement défense (DDPS):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

Précédent Suivant

S'agissant du Groupement défense (DDPS), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations du Groupement défense (DDPS):

Précédent Suivant

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent | Suivant →

S'agissant de l'Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations de l'Office fédéral de l'environnement - OFEV (DETEC):

← Précédent | Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

Précédent Suivant

S'agissant du Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations du Secrétariat général du Département fédéral des finances (DFF):

Précédent Suivant

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent | Suivant →

S'agissant du Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations du Secrétariat d'Etat à l'économie - SECO (DEFR):

← Précédent | Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de la Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent | Suivant →

S'agissant de la Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations de la Direction du développement et de la coopération - DDC (DFAE):

← Précédent | Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent | Suivant →

S'agissant de l'Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations de l'Office fédéral des assurances sociales - OFAS (DFI):

← Précédent | Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de l'Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent Suivant →

S'agissant de l'Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile | Plutôt facile | Plutôt difficile | Très difficile | Ne sais pas

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations de l'Office fédéral de la santé publique - OFSP (DFI):

← Précédent Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication du Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

← Précédent Suivant →

S'agissant du Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations du Secrétariat d'Etat aux migrations - SEM (DFJP):

← Précédent Suivant →

Dans l'exercice de votre profession, veuillez évaluer quelle est pour vous l'utilité des différents produits de communication de la Chancellerie fédérale (ChF):

N.B.: Cette question a été précédemment posée pour l'administration fédérale dans son ensemble, elle porte maintenant sur l'unité administrative uniquement.

	Très utile	Plutôt utile	Plutôt pas utile	Pas du tout utile	Ne sais pas
Conférences de presse	○	○	○	○	○
Communiqués de presse	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des services de communication	○	○	○	○	○
Renseignements auprès des spécialistes thématiques	○	○	○	○	○
Imprimés - magazines, revues	○	○	○	○	○
Imprimés - rapports (ex.: rapports annuels, rapports thématiques, études, etc.)	○	○	○	○	○
Sites internet	○	○	○	○	○
Réseaux sociaux	○	○	○	○	○
Séances d'informations, séances techniques ou entretiens informels	○	○	○	○	○

Vous avez considéré un ou plusieurs produits de communication comme "plutôt pas utile" ou "pas du tout utile". Veuillez s'il vous plaît préciser pourquoi:

Précédent Suivant

S'agissant de la Chancellerie fédérale (ChF), comment évaluez-vous l'accès aux informations dont vous avez besoin?

Très facile	Plutôt facile	Plutôt difficile	Très difficile	Ne sais pas
○	○	○	○	○

Veuillez s'il vous plaît préciser les difficultés rencontrées quant à l'accès aux informations de la Chancellerie fédérale (ChF):

Précédent Suivant

Le tableau ci-dessous représente de manière schématique l'organigramme des départements fédéraux (+ Chancellerie).

E	DFAE	DFI	DFJP	DDPS	DFF	DEFR	DETEC	ChF
G	SG-DFAE	SG-DFI	SG-DFJP	SG-DDPS	SG-DFF	SG-DEFR	SG-DETEC	Chancellerie
S a	Secrétariat d'Etat	AFS	fedpol	armasuisse	AFC	OFAE	ARE	
D	DAE	BFEG	OFJ	Groupement Défense	AFD	OFAG	OFAC	
D D	DC	MétéoSuisse	SEM	Office de l'auditeur en chef	AFF	OFL	OFCOM	
D	DDC	OFAS		OFPP	OFCL	SECO	OFEN	
K	DDIP	OFC		OFSPO	OFIT	SEFRI	OFEV	
P	DP	OFS		SRC	OFPER		OFROU	
	DR	OFSP		swisstopo	SFI		OFT	
		OSAV			UPIC			

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour la qualité exemplaire de leurs prestations en matière de communication?
(3 réponses maximum)

Selon vous, quelles unités administratives de l'administration fédérale peuvent être citées pour leurs prestations problématiques en matière de communication?
(3 réponses maximum)

Précédent | Suivant

Vous travaillez en tant que:

- ○ journaliste - correspondant-e accrédité-e
- ○ journaliste - correspondant-e disposant d'une autorisation d'accès
- ○ autre

Si 'autre' précisez :

En quelles langues sont diffusés les médias pour lesquels vous travaillez?
(plusieurs réponses possibles)

- ☐ allemand
- ☐ français
- ☐ italien
- ☐ rhéto-romanche
- ☐ anglais
- ☐ autre

Si 'autre' précisez :

Par quels canaux sont diffusés les médias pour lesquels vous travaillez?
(plusieurs réponses possibles)

- ☐ télévision
- ☐ radio
- ☐ web
- ☐ médias sociaux
- ☐ presse quotidienne
- ☐ presse hebdomadaire, magazine ou presse dominicale
- ☐ autre

Depuis quand traitez-vous, en tant que journaliste, les actualités de la Confédération?

○ moins d'un an ○ 1 à 3 ans ○ 4 à 6 ans ○ 7 à 9 ans ○ plus de 9 ans

Précédent | Suivant

Trois à cinq répondant-e-s seront contacté-e-s pour approfondir les résultats de cette enquête. Si vous acceptez de participer à un entretien, merci de bien vouloir indiquer votre adresse e-mail (sinon, laissez le champ vide).

N.B. Votre e-mail sera utilisé exclusivement pour vous contacter dans le cadre de cette enquête. Il ne sera pas lié à vos réponses, qui resteront parfaitement anonymes.

Avez-vous des remarques?

Précédent | Enregistrer