

LEXIQUE

Activité :	Opération ou démarche exécutée par une organisation et destinée à produire des extrants précis (p. ex., des produits ou des services). Les activités sont les principaux moyens vers l'atteinte des résultats.
Analyse du milieu :	Processus rigoureux visant à obtenir un panorama exhaustif d'un défi et d'une occasion en matière de communications ou de marketing. L'analyse devrait être largement structurée pour inclure la recherche sur l'opinion publique, les documents des intervenants, le contenu Web, la couverture médiatique, la documentation publiée par l'industrie et les initiatives du secteur public.
But :	Énoncé général des résultats à atteindre au cours d'une période donnée. Le terme <i>but</i> est approximativement équivalent à <i>résultat stratégique</i> . Par souci de précision technique, le Secrétariat du Conseil du Trésor recommande d'utiliser plutôt <i>résultat stratégique</i> au lieu de <i>but</i> (voir aussi <i>objectif</i>).
Considération stratégique :	Évaluation perspicace et à valeur ajoutée d'un enjeu, ancrée dans une analyse solide du contexte public. Elle tend à être tournée vers l'avenir pour ce qui est de l'élaboration d'un plan d'action fondé sur une analyse du passé.
Effet :	<i>Effet</i> , tout comme <i>impact</i> , est un synonyme de résultat, bien que les impacts présupposent habituellement une relation plus directe. Les deux termes (<i>effet et impact</i>) sont couramment utilisés, mais aucun d'eux n'a de caractère technique. Par souci de précision technique, le Secrétariat du Conseil du Trésor recommande d'utiliser <i>résultat</i> plutôt que <i>effet</i> .
Évaluation :	Cueillette et analyse systématiques de l'information sur le rendement d'une politique, d'un programme ou d'une initiative permettant de porter des jugements sur sa pertinence, ses progrès ou ses succès, et son efficacité en fonction du coût et/ou d'éclairer des décisions sur la conception et la mise en œuvre de programmes.
Extrant :	Produit ou service direct provenant des activités d'une politique, d'un programme ou d'une initiative, et livré à un groupe ou à une population cible.
Impact :	Synonyme de <i>résultat</i> . Les deux termes sont couramment utilisés, mais aucun d'eux n'a de caractère technique.
Indicateur :	Statistique ou paramètre qui, lorsqu'il est suivi dans le temps, renseigne sur l'évolution d'un phénomène et porte une signification qui dépasse celle qui est associée aux propriétés de la statistique même.
Innovation :	Processus de conversion de connaissances et d'idées en de meilleures façons de faire ou en des produits et services nouveaux ou améliorés que la collectivité apprécie.
Intégration :	État de combinaison ou processus de combinaison qui mène à l'exhaustivité et à l'harmonie.
Métrique :	Système de mesures connexes qui facilite la quantification d'une caractéristique donnée.

LEXIQUE

Modèle de communication axé sur les activités :	Approche de gestion improvisée qui met l'accent sur les processus et les extrants, plutôt que sur une démarche vers un résultat ou un changement spécifiquement prévu. Il n'y a aucune insistance intentionnelle sur le rendement, la mesure ou l'évaluation. Les efforts tendent à être fragmentés, à dépendre de ce qui est urgent plutôt que de ce qui est important, et à être dissociés de l'objectif fondamental de l'organisation.
Modèle de communication axé sur les résultats :	Approche exhaustive et temporelle de la gestion qui intègre la stratégie d'entreprise, les gens, les processus et les mesures, afin d'améliorer la prise de décisions et de stimuler le changement. L'approche met l'accent sur l'élaboration de la bonne conception tôt dans le processus, la mise en œuvre de la mesure du rendement, l'apprentissage, le changement et la communication de l'information sur le rendement. Repose sur l'œuvre de Peter Drucker.
Objectif :	Bénéfices durables et à long terme vers lequel les efforts sont déployés. Le terme est approximativement équivalent à <i>résultat stratégique</i> .
Outil de mesure :	Moyen utilisé pour la mesure ou la cueillette de données sur une variable, par exemple des échelles, des questionnaires, des sondages et des entrevues.
Point de référence :	Sert de norme en fonction de laquelle des mesures peuvent être effectuées ou des jugements peuvent être portés.
Responsabilisation :	Obligation de démontrer et d'assumer ses responsabilités de rendement en fonction d'attentes convenues. Ce concept diffère de la responsabilité, qui est l'obligation d'agir, alors que la responsabilisation est l'obligation de répondre d'une action.
Résultat :	Conséquences attribuables aux activités d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative. Ce terme général peut inclure à la fois les extrants produits et les résultats atteints par l'organisation, la politique, le programme ou l'initiative. Dans le plan fédéral de gestion axée sur les résultats et dans <i>Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes</i> , le terme <i>résultat</i> est plus spécifique et n'inclut pas les extrants.
Stratégie :	Art et science de diriger un plan d'action systématique pour l'atteinte d'un résultat spécifique et prévu.
Structure des messages :	L'utilisation de messages centraux pour présenter la proposition de valeur d'un programme ou d'une politique d'une manière générale et d'une manière propre à un segment constitue un outil essentiel du processus d'élaboration des stratégies.