
The logo for Leger, featuring the word "Leger" in a bold, sans-serif font. The letter "e" is stylized with a red dot and a red tail that loops back to the left.

**Canada Border
Services Agency**

**Agence des services
frontaliers du Canada**

RECHERCHE SUR L'OPINION PUBLIQUE ET L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR POUR L'AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA RAPPORT FINAL

Établi pour l'Agence des services frontaliers du Canada

Nom du fournisseur : Léger Marketing inc.
Numéro de contrat : 47419-195001/001/CY
Valeur du contrat : 122 328,15 \$
Date d'octroi : 14 janvier 2019
Date de livraison : 14 août 2019

Numéro d'enregistrement : POR-106-18

Pour de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence des services frontaliers du Canada à Erika-Kirsten.Easton@cbsa-asfc.gc.ca

This report is also available in English.

Droits d'auteur

Le rapport présente les résultats d'une étude sur l'expérience utilisateur (EU) menée auprès des employés de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) et d'une étude sur les utilisateurs menée auprès des visiteurs de la « section Voyageurs » du site Web de l'ASFC par Léger Marketing inc. au nom de l'Agence des services frontaliers du Canada. La recherche s'est déroulée entre janvier 2019 et mars 2019.

This report is also available in English under the name: Public Opinion And UX Research For Canada Border Services Agency.

Numéro de catalogue :

PS38-98/2019F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-30421-2

Publications associées (numéro d'enregistrement : POR 101-18) :

Numéro de catalogue : PS38-98/2019E-PDF (rapport final en anglais)

ISBN 978-0-660-30420-5

Table des matières

Droits d’auteur	2
1. Résumé	5
1.1 Mise en contexte et objectifs	5
1.2 Méthodologie	6
1.2.1 Volet portant sur le site intranet	6
1.2.1.1 Six groupes de discussion	6
1.2.1.2 Entrevues individuelles	7
1.2.1.3 Création de personas	8
1.2.1.4 Mise à l’essai de l’arborescence	8
1.2.2 Volet portant sur le site Internet	9
1.2.2.1 Sondage à lien ouvert sur le site Web de l’ASFC	9
1.2.2.2 Groupe de discussion en ligne	10
1.3 Aperçu des résultats de l’étude portant sur le site intranet	11
1.4 Aperçu des résultats de l’étude portant sur le site Internet	14
1.5 Énoncé des limites	15
1.6 Remarques concernant l’interprétation des conclusions de la recherche	15
1.7 Déclaration de neutralité politique et coordonnées	16
2. Résultats détaillés	17
2.1 Intranet	17
2.1.1 Résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles	17
2.1.2 Exercice du tri de cartes	24
2.1.3 Création de personas	34
2.1.4 Mise à l’essai de l’arborescence	42
2.2 Internet	53
2.2.1 Sondage en ligne	53
2.2.2 Groupes de discussion en ligne	85
Annexe A – Méthodologie de recherche détaillée	91
A1 Volet portant sur le site intranet	91
A1.2 Six groupes de discussion	91
A1.3 Entrevues individuelles	92
A1.4 Création de personas	94
A1.5 Mise à l’essai de l’arborescence	95
A2 Volet portant sur le site Internet	95
A2.1 Sondage à lien ouvert sur le site Web de l’ASFC	95
	3

<i>A2.2 Groupes de discussion en ligne</i>	98
Annexe B – Guide d’animation – Groupes de discussion	100
Annexe C – Guide d’entrevue	108
Annexe D – Exercices – Groupes de discussion	116
Annexe E – Questionnaire de la mise à l’essai de l’arborescence	122
Annexe F – Questionnaire de sondage	124
Annexe G – Guide des groupes de discussion en ligne	145
Annexe H – Tableaux détaillés	152

1. Résumé

Léger est heureuse de présenter à l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) le rapport sur les résultats des études qualitative et quantitative menées auprès des employés de l'ASFC et des études quantitative et qualitative menées auprès des visiteurs de la section Voyageurs du site Web de l'ASFC.

Le présent rapport a été établi par Léger, à la suite de l'octroi d'un contrat par l'Agence des services frontaliers du Canada (numéro de contrat 47419-195001/001/CY, octroyé le 14 janvier 2019).

1.1 Mise en contexte et objectifs

Le projet de recherche sur l'opinion publique est divisé en deux grands volets : un volet consacré au site intranet de l'Agence (accessible uniquement aux employés) et un volet consacré au site Web externe de l'Agence (accessible au grand public).

Intranet

L'intranet de l'ASFC (Atlas) se veut un outil de communication important pour informer les employés (environ 14 000 personnes) des activités quotidiennes de l'Agence, ainsi qu'une ressource pour les politiques, les orientations et les directives. Le contenu d'Atlas est structuré en fonction de l'organisation plutôt que de ses fonctions, et ne répond donc pas de façon optimale aux besoins de l'utilisateur.

À l'heure actuelle, le contenu d'Atlas est organisé selon les directions générales et les régions. Cette structure ne tient pas compte des besoins des utilisateurs et crée une répétition ou un chevauchement du contenu entre les sections. Par conséquent, il est devenu très difficile de naviguer dans Atlas et d'y faire des recherches, et souvent les utilisateurs sont dirigés vers des renseignements erronés, des données non consultables ou des renseignements en double. Ces facteurs entraînent une perte de temps considérable pour les employés.

Le volet du projet qui porte sur la recherche sur l'opinion publique concernant le site intranet est axé sur les employés de l'ASFC et vise à recueillir l'information nécessaire au remaniement d'Atlas. Le nouveau site doit être organisé en fonction du public cible et des tâches des utilisateurs, et non selon le modèle organisationnel.

Objectifs du volet portant sur le site intranet :

- Évaluer la satisfaction à l'égard de l'intranet;
- En savoir plus sur les attentes relatives à l'intranet;
- Connaître l'utilité perçue du contenu de l'intranet;
- Catégoriser les types de contenu (sujets) comme utiles, souhaités, proposés ou obligatoires;
- Proposer une architecture de l'information modifiée qui reflète mieux la compréhension qu'ont les employés du contenu de l'intranet.

Site Internet – section Voyageurs du site Web de l’ASFC

Les données sur les visiteurs provenant des pages de la section Voyageurs du site Web de l’ASFC indiquent que le nombre de visiteurs uniques par mois s’élève à 237 000 visiteurs. La plupart des visiteurs accèdent au site Web depuis le Canada, mais de nombreux visiteurs viennent d’autres pays. Les internautes visitent la section Voyageurs pour obtenir des renseignements sur différents sujets (ce qu’ils peuvent avoir en leur possession lorsqu’ils passent la frontière, les temps d’attente, les substances interdites, etc.), et selon les données disponibles sur le site Web, on sait que les pages NEXUS sont parmi les plus consultées.

Objectifs du volet portant sur le site Internet :

- Évaluer la satisfaction des visiteurs à l’égard de la section Voyageurs du site Web de l’ASFC;
- Dégager les raisons pour lesquelles les gens consultent le site Web;
- Évaluer la clarté des renseignements figurant dans le site Web;
- Déterminer les sources de malentendus;
- Cibler les problèmes de navigation;
- Évaluer la façon dont la section NEXUS est utilisée par les visiteurs;
- Déterminer les secteurs qui pourraient être améliorés dans la section Voyageurs du site Web de l’ASFC.

1.2 Méthodologie

Pour atteindre les objectifs de l’étude, un plan de recherche fondé sur une méthode hybride (qualitative et quantitative) a été élaboré.

1.2.1 Volet portant sur le site intranet

Pour atteindre les objectifs fixés pour le volet de l’étude qui porte sur l’intranet, nous avons utilisé une méthode en quatre étapes : 1) des groupes de discussion, 2) des entrevues individuelles, 3) la création de personas et 4) une mise à l’essai de l’arborescence (tri de cartes inversé).

D’abord, une méthode qualitative reposant sur des groupes de discussion formés d’employés de l’ASFC a été établie. Ensuite, une série d’entrevues individuelles et un exercice de tri de cartes ont été réalisés. Ces deux premières phases ont servi de base à la création de personas. En fonction des phases 1 et 2, une nouvelle architecture de l’information a été proposée pour le renouvellement du site Atlas. Cette nouvelle architecture a été mise à l’essai auprès des employés à l’aide d’une méthode de mise à l’essai de l’arborescence, aussi connue sous le nom de tri de cartes inversé.

1.2.1.1 Six groupes de discussion

Léger a organisé une série de six groupes de discussion composés d’employés de l’ASFC. Pour former les groupes, des employés ont été recrutés parmi 1) les employés sur le terrain, 2) les employés des bureaux régionaux et 3) les employés de l’Administration centrale (AC) à Ottawa. Toutes les séances ont eu lieu dans les bureaux de l’ASFC. Les participants ont été recrutés par l’ASFC. Chaque séance a duré environ 120 minutes et a

été enregistrée à des fins d'analyse. Léger était responsable de l'établissement du guide de modération et de l'animation des groupes. Le guide a été élaboré en collaboration avec le chargé de projet de l'ASFC. L'animation des groupes s'est faite en français et en anglais selon les besoins des employés. Les guides et les outils étaient offerts dans les deux langues.

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada et des *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada*. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était volontaire. L'ASFC avait la responsabilité d'assurer la participation et la disponibilité de ses employés aux dates et aux heures prévues pour les entrevues. Aucun incitatif financier n'a été prévu pour assurer la participation des employés de l'ASFC.

Lieux et dates

Des groupes ont été organisés dans les villes suivantes aux dates indiquées.

Tableau 1. Recrutement détaillé

Ville	Employés recrutés	Participants	Population cible	Langue	Date
Ottawa	10	8	Employés de l'AC	ANG/FRA	28 janvier 2019
Ottawa	10	7	Employés de l'AC	ANG/FRA	28 janvier 2019
Mississauga	10	9	Employés de l'AC	ANG	5 février 2019
Aéroport international Pearson de Toronto	10	11	ASF	ANG	5 février 2019
Vancouver	10	4	ASF	ANG	6 février 2019
Vancouver	10	11	ASF	ANG	6 février 2019
Total	60	50			

1.2.1.2 Entrevues individuelles

Léger a mené des entrevues individuelles avec des participants de chaque profil principal (employés sur le terrain, employés d'un bureau régional et employés de l'AC). Chaque séance a duré environ 45 minutes et a été enregistrée à des fins d'analyse.

Léger était responsable de l'établissement du guide d'entrevue, de la préparation de l'exercice du tri de cartes et du déroulement des entrevues en français et en anglais. Le guide de recrutement et l'exercice du tri de cartes

ont été élaborés en collaboration avec le chargé de projet de l'ASFC.

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada et des *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada*. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était considérée comme volontaire. L'ASFC devait s'assurer de la participation et de la disponibilité de ses employés aux dates et aux heures prévues pour les entrevues. Aucun incitatif financier n'a été prévu pour assurer la participation des employés de l'ASFC.

Tableau 2. Recrutement détaillé

Ville	Employés recrutés	Participants	Population cible	Langue	Date
Montréal	5	5	Employés de l'AC et ASF	ANG/FRA	6 février et 8 février 2019
Ottawa	5	5	Employés de l'AC et ASF	ANG	12 février 2019
Ottawa	5	5	Employés de l'AC	ANG	15 février 2019
Total	15	15			

1.2.1.3 Création de personas

En fonction des renseignements recueillis au cours des phases 1 et 2, nous avons créé un ensemble de six personas. Le nombre final de personas a été établi selon les résultats de l'analyse des données. Les principaux objectifs des personas consistent à présenter et à communiquer efficacement les renseignements relatifs aux utilisateurs de l'intranet.

Plusieurs renseignements sur les personas sont fournis, tels que :

- Le rôle de l'employé;
- Le profil technologique;
- Les défis quotidiens;
- Les principaux mécontentements à l'égard d'Atlas;
- De courtes biographies pour donner vie aux personas.

1.2.1.4 Mise à l'essai de l'arborescence

Au cours de cette phase de la recherche, nous avons évalué une architecture de l'information avec les utilisateurs d'Atlas. L'architecture évaluée a été conçue en fonction des résultats des groupes de discussion et du tri de cartes réalisé lors des entrevues individuelles. Pour effectuer la mise à l'essai de l'arborescence, nous avons utilisé l'outil *Treejack* de la plateforme *OptimalWorkshop*. Les employés de l'ASFC qui ont consulté Atlas

entre les 12 et 22 mars ont été invités à participer à la mise à l'essai au moyen d'un lien ouvert. La mise à l'essai de l'arborescence consistait en dix tâches que les employés devaient exécuter dans la structure de l'information proposée. La mise à l'essai pouvait être effectuée en français et en anglais, au choix du répondant.

Au total, 1 164 répondants ont réalisé la mise à l'essai en anglais, et 200 répondants l'ont réalisée en français. De plus, 434 utilisateurs étaient des employés de première ligne, et les 930 autres ne l'étaient pas.

Pour chaque tâche, nous avons mesuré plusieurs indicateurs, tels que :

- Les taux de réussite et d'échec;
- Les chemins;
- La destination finale.

La méthodologie détaillée est présentée en annexe.

1.2.2 Volet portant sur le site Internet

Méthode quantitative

Afin d'atteindre les objectifs liés au site Internet, une méthode en deux phases a été adoptée. Tout d'abord, une méthode quantitative a été établie, laquelle reposait sur un sondage à lien ouvert mené sur le site Web de l'ASFC. Ensuite, une série de groupes de discussion en ligne a été organisée, lesquels groupes étaient formés de visiteurs du site Web de l'ASFC.

1.2.2.1 Sondage à lien ouvert sur le site Web de l'ASFC

La recherche quantitative a été réalisée au moyen d'un sondage en ligne, à l'aide de la technologie d'entrevue Web assistée par ordinateur (CAWI). La consultation publique a été lancée au moyen d'un questionnaire de sondage à lien ouvert disponible sur le site Web de l'ASFC. Toute personne ayant visité la section Voyageurs du site entre les 4 février et 4 mars 2019 a été invitée à répondre au questionnaire en cliquant sur le lien.

Cette partie de la consultation publique a généré un volume important de réponses. Au total, 2 729 répondants ont été recrutés par l'intermédiaire du lien ouvert. Nous rappelons au lecteur que les résultats de cette partie de la consultation publique ne doivent pas être considérés comme représentatifs des opinions ou des points de vue de l'ensemble de la population canadienne ni comme représentatifs des visiteurs du site Web de l'ASFC. Il s'agit d'un groupe de répondants qui se sont portés volontaires pour répondre au questionnaire. Aucune pondération statistique n'a été effectuée relativement à cet échantillon.

Comme il s'agit d'un échantillon de volontaires, aucune marge d'erreur ne peut être calculée pour ce volet de l'étude. Nous ne pouvons pas non plus commenter le taux de participation, car nous ne connaissons pas le trafic

et le volume exact de visiteurs dans le site Web de l'Agence au cours de la période où le lien ouvert était actif sur la page Web.

Le sondage en ligne nous a donné l'occasion de recruter des participants pour organiser des groupes de discussion formés d'utilisateurs du site Web de l'Agence. Nous avons donc demandé à tous les participants au sondage s'ils étaient disposés à participer à la deuxième phase de l'étude. Ceux qui ont accepté ont été invités à laisser leur nom et leurs coordonnées afin que nous puissions communiquer avec eux et mener à bien le processus de recrutement.

Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. L'instrument de sondage était conforme aux *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada – série E – Recherche qualitative et quantitative*. Le questionnaire a été élaboré par Léger en collaboration avec les chefs de projet de recherche de l'ASFC.

Le détail de la procédure méthodologique et de plus amples renseignements sur les mécanismes de contrôle de la qualité de Léger sont présentés en annexe.

Le questionnaire de sondage est également disponible en annexe.

1.2.2.2 Groupe de discussion en ligne

Léger a organisé trois (3) groupes de discussion en ligne dont les participants étaient des visiteurs du site Web de l'ASFC. Les participants ont tous été recrutés à partir du sondage en ligne de la précédente phase de recherche de l'étude. Les trois séances se sont déroulées en ligne au moyen de la plateforme de vidéobavardage ITracks et ont fait intervenir des participants de différentes régions du Canada ou des États-Unis. Le tableau suivant résume les lieux, dates, profils et nombres de participants pour l'ensemble des groupes de discussion.

GROUPE	Profil du groupe	Langue	Visiteurs recrutés	Participants	Dates	Heure (heure de l'Est)	Type
GR01	Visiteurs du site Web de l'ASFC	FRA	10	8	7 mars 2019	16 h 30	En ligne
GR02	Visiteurs du site Web de l'ASFC	ANG	10	8	7 mars 2019	18 h	En ligne
GR03	Visiteurs du site Web de l'ASFC	ANG	10	7	7 mars 2019	20 h	En ligne

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada et des *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du*

Canada. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était volontaire. Léger était responsable du recrutement des participants et de l'animation des groupes de discussion en ligne.

Les recruteurs professionnels de Léger ont assuré la disponibilité et la participation des personnes recrutées. Léger était responsable de l'organisation des séances sur la plateforme de vidéoclavardage ITracks. Un incitatif financier de 100 \$ par participant a été offert à tous les participants des groupes pour les remercier de leur temps.

1.3 Aperçu des résultats de l'étude portant sur le site intranet

Étant donné qu'« Atlas » a suscité un certain mécontentement et que de nombreux employés l'ont décrit comme un outil de travail inefficace, nous croyons que le site intranet a besoin d'une refonte complète, qui se traduirait par un changement important au chapitre de l'orientation et de la convivialité, et par une indication claire que le nouvel outil a été en grande partie « conçu » par les utilisateurs. Cette refonte complète serait lancée sous un nouveau nom. Si la valeur de la marque Atlas est faible, il importe de changer de marque. Nous suggérons un nom dans la lignée de « Mes services frontaliers », soit un nom pertinent qui donne une indication claire aux utilisateurs : il s'agit de « leur » outil de travail, de « leur » chez-soi.

Afin d'atteindre cet objectif, nous recommandons fortement que l'équipe chargée de la modernisation d'Atlas forme un petit nombre de groupes de travail pour concevoir la nouvelle architecture. Ainsi, l'initiative recevra un bon soutien, et la convivialité de l'outil s'en trouvera améliorée. Nous constatons d'emblée le besoin d'un groupe des communications (y compris dans les régions), d'un groupe à l'AC (services des finances, des achats et des RH en particulier) et d'un groupe de superviseurs des ASF (comprenant des représentants des régions).

Le renforcement de la mobilisation devrait être au cœur de la nouvelle conception. Tous les employés ont exprimé le besoin d'une section commune « À la une » qui présenterait les réalisations de l'Agence et la façon dont elle remplit sa mission. Même si elle ne se limiterait pas aux activités de première ligne, cette section devrait porter essentiellement sur le fait de protéger et de servir les Canadiens à la frontière. Les employés de première ligne souhaitent qu'on parle un plus d'eux, et les employés de l'AC veulent en savoir plus sur la première ligne. Des initiatives comme les vidéos *L'ASFC en bref* (si elles sont conservées) peuvent servir à cette fin, mais le personnel régional a exprimé le besoin de recevoir des nouvelles de toutes les régions et de faire connaître les initiatives, les réussites, les histoires et les bons coups dans une formule qui est plus « ascendante » que « descendante ».

Atlas doit d'abord être conçu comme un « outil de travail ». Il doit soutenir les employés dans l'exercice de leurs fonctions, de leurs tâches et de leurs responsabilités. Aujourd'hui, les employés consultent Atlas pour le

travail, et non pas pour « savoir ce qu’il y a de nouveau ou ce qui se passe ». Les utilisateurs chercheront des informations « plus légères » seulement s’ils croient qu’Atlas leur permettra d’accomplir leur travail.

La nouvelle conception devrait viser la plus grande simplification qui soit. Elle doit compter moins de menus, et la possibilité d’inclure plus de niveaux devrait être envisagée. Ces idées seront évaluées lors de l’étape de validation au moyen d’une mise à l’essai de l’arborescence.

Le wiki dans sa forme actuelle peut être nuisible à l’Agence. Les participants à la recherche qui utilisent leur wiki régional ne le font que pour un nombre très limité de pages, et ils ont de sérieux doutes quant à la qualité, à l’exactitude et à la validité des renseignements contenus sur le wiki. Les groupes de travail devraient déterminer quelles sont les fonctions clés offertes actuellement par le wiki, et éventuellement les intégrer dans une zone de collaboration au sein d’Atlas.

L’adoption du système Apollo en tant que plateforme de dépôt de documents devrait se poursuivre. Bien que certains résistent encore au changement en raison d’une procédure d’ouverture de session considérée comme non optimale, et malgré les ralentissements et les temps d’arrêt, de nombreux employés estiment qu’une version « allégée » d’Atlas dirigeant efficacement les utilisateurs vers les documents Apollo pertinents serait une solution à envisager.

L’architecture de l’information proposée pour Atlas pourrait être la suivante :

Page d’accueil

Employés

- Prix et reconnaissance
- Programme d’aide aux employés
- Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés
- Équité en matière d’emploi et diversité
- Intégrité, valeurs et éthique
- Emplois et perfectionnement professionnel
- Santé et sécurité au travail
- Rémunération et avantages sociaux
- Formation et apprentissage
- Bien-être
- Sécurité

Outils

Gestion de l’information

Apollo

AIPRP

Bibliothèque de formulaires et de modèles

Immigration

Commerce

- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes
- Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents
 - Immigration
 - Commerce
 - Voyageurs
 - Exécution de la loi
 - Autres thèmes
- Guides, manuels et procédures normales d'exploitation
 - Immigration
 - Commerce
 - Voyageurs
 - Exécution de la loi
 - Autres thèmes
- Bibliothèque de politiques
 - Immigration
 - Commerce
 - Voyageurs
 - Exécution de la loi
 - Autres thèmes
- Volume des finances
- Approvisionnement et passation de marchés
- Locaux et installations
- L'organisation / À propos de nous
 - Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions
 - Bureaux de la haute direction
- Ressources humaines
 - Relations de travail
 - Gestion du rendement
 - Dotation en personnel
- Portail des TI
 - Service de dépannage
 - Portail des TI
 - SSMAEC
 - SIED
 - SAE
 - LSE
- Nouvelles quotidiennes
 - Priorités et initiatives de l'Agence et des directions générales
 - L'ASFC en bref* (série vidéo)
 - L'ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)
 - Calendrier des activités

Messages des dirigeants
Nouvelles et galeries de photos

D'importantes leçons ont été tirées de l'élaboration de l'architecture finale de l'information pour le renouvellement d'Atlas :

1. Les « bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » devraient être classés dans le menu principal « Outils » et non dans le menu « Nouvelles quotidiennes ».
2. Certains éléments, tels qu'ils figurent actuellement dans Atlas, devraient être renommés pour clarifier leur contenu.
 - a. On peut facilement confondre l'onglet « Emploi et perfectionnement professionnel » et l'onglet « Formation et apprentissage ».
 - b. Les onglets « Structure organisationnelle de l'Agence / Directions générales, directions et divisions » et « Bureaux de la haute direction » ne permettent pas aux utilisateurs de savoir de manière adéquate le contenu qu'ils pourraient y trouver.
 - c. Les renseignements qui se trouvent dans l'onglet « Ressources humaines » doivent être révisés. Pour l'instant, une partie des renseignements qui se trouve sous la rubrique « Ressources humaines » est également cherchée dans le menu « Employés ». Il faudrait s'employer à clarifier et à réorganiser ces renseignements.
 - d. L'emplacement du contenu de la série de vidéos hebdomadaires dans l'onglet « Nouvelles quotidiennes » devrait être clairement repérable pour faciliter la tâche des utilisateurs.
3. Les résultats de la mise à l'essai de l'arborescence indiquent que le menu principal créé par les employés lors du tri de cartes guide correctement les utilisateurs dans leur tâche sur l'intranet.
4. L'exactitude des bibliothèques de formulaires, de guides, de manuels, de politiques et de bulletins sur différents sujets, comme l'immigration, le commerce, les voyages, etc., aide les utilisateurs à orienter et à préciser leur recherche. Dans un environnement de travail réel, nous croyons que cette approche est prometteuse.
5. Nous ne prétendons pas avoir évalué, au moyen de la mise à l'essai de l'arborescence, toutes les catégories et tous les éléments des sous-menus. L'ASFC doit systématiquement s'efforcer de clarifier les libellés des catégories pour chaque élément.

1.4 Aperçu des résultats de l'étude portant sur le site Internet

En ce qui concerne la recherche portant sur le site Internet menée auprès des voyageurs, les phases de recherche quantitative et qualitative ont permis de confirmer que les visiteurs ont tendance à être satisfaits. En effet, ils ont « trouvé ce qu'ils cherchaient ». Au-delà de la critique habituelle concernant l'apparence et la convivialité des sites Web de type gouvernemental et le sentiment que les pages étaient « trop verbeuses » ou « trop chargées », la plupart des participants ont été en mesure de trouver les réponses voulues. Certains processus étaient toutefois plus laborieux. C'est notamment le cas des visiteurs qui cherchent à remplir une demande d'adhésion à NEXUS pour la première fois. Selon eux, le processus n'est pas facile ni pleinement transparent, et pourrait être revu. Les termes utilisés dans les menus donnent à penser qu'il s'agit de « mesures à prendre » ou d'« éléments transactionnels », alors que ce n'est pas le cas. Beaucoup ont été surpris d'être retirés de l'environnement du gouvernement du Canada plus tard dans le processus.

D'autres changements ont été suggérés par les participants. Premièrement, les menus devraient être changés pour utiliser des questions simples (c.-à-d., Comment faire une demande d'adhésion à NEXUS? Que puis-je rapporter au Canada?). Les

participants estiment qu'ils consultent le site Web dans le but d'obtenir une réponse à une question qu'ils se posent, et que si le site Web était conçu en ce sens, la navigation serait plus fluide. Ils estiment que les termes actuellement utilisés peuvent être ambigus ou faire en sorte que certains éléments du menu ne s'excluent pas mutuellement.

Deuxièmement, les participants croient que l'ASFC pourrait améliorer la transparence et la clarté des pages concernant le programme NEXUS (p. ex., il faudrait indiquer que les formulaires ne peuvent pas être remplis dans l'environnement du gouvernement du Canada et qu'il est « normal » d'être réorienté vers un site du gouvernement américain). L'entonnoir actuel donne l'impression à beaucoup de nouveaux demandeurs qu'ils vont déposer une demande et mener à bien le processus sur le site même.

Troisièmement, de nombreux participants ont dit ne pas avoir remarqué les éléments du menu bleu en haut de la page d'accueil ou de la page NEXUS; ils ont utilisé les menus au bas de la page. Ils ont trouvé que la barre bleue en haut se fond dans le logo de l'ASFC, ce qui fait qu'il est difficile de repérer le menu.

Enfin, ceux qui visitaient le site pour renouveler leur adhésion au programme NEXUS (mais qui ne connaissaient pas l'adresse du site du gouvernement américain) estimaient qu'il devrait y avoir un bouton évident sur lequel ils pourraient cliquer pour être redirigés immédiatement. Ils ont eu du mal à naviguer dans le site Web de l'ASFC et à trouver le lien nécessaire. Certains ont dit qu'ils avaient quitté le site de l'ASFC et qu'ils étaient retournés dans Google pour faire une autre recherche.

1.5 Énoncé des limites

La recherche qualitative donne un aperçu des opinions d'une population ou d'un groupe, plutôt qu'une mesure en pourcentage des opinions exprimées, comme le ferait une étude quantitative. Les résultats de ce type de recherche doivent être considérés comme purement indicatifs.

1.6 Remarques concernant l'interprétation des conclusions de la recherche

Les opinions et observations exprimées dans le présent document ne reflètent pas celles de l'Agence des services frontaliers du Canada. Le rapport a été rédigé par la firme Léger d'après la recherche menée expressément dans le cadre du projet.

1.7 Déclaration de neutralité politique et coordonnées

À titre d'agent principal de Leger, j'atteste par la présente que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et la [Directive sur la gestion des communications – annexe C](#) (annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique).

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ni l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signature :

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Christian Bourque".

Christian Bourque
Vice-président directeur et associé
Léger
507, Place d'Armes, bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 2W8
cbourque@leger360.com

2. Résultats détaillés

2.1 Intranet

2.1.1 Résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles

Les résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles sont présentés dans la section ci-dessous.

2.1.1.1 Motivation à visiter le site Atlas

Outre le fait qu'Atlas reste la page d'accueil des employés lorsqu'ils se connectent au début de leur journée de travail, très peu d'entre eux en profitent pour le visiter. L'une des principales constatations demeure le fait que la principale motivation des employés à visiter Atlas est d'effectuer une tâche liée au travail, ce qu'ils espèrent faire efficacement et dans une période de temps très limitée. La visite d'Atlas a pour objectif d'exécuter une tâche particulière, et non de « découvrir ce qui se passe », de « voir ce qui est nouveau » ou de « naviguer pour voir ce qui a changé » dans Atlas. Ce n'est pas une page « sociale »; il s'agit d'un outil de travail.

Bien que les employés souhaitent qu'Atlas contribue à favoriser un sentiment d'appartenance et à promouvoir la mobilisation des employés en réunissant les régions, les directions générales et tous les niveaux du personnel, la refonte devrait d'abord viser à faire d'Atlas un outil de travail efficace conçu pour améliorer la capacité du personnel à faire son travail. La possibilité de trouver efficacement et rapidement ce dont on a besoin et avec un degré élevé de confiance quant à l'exactitude des renseignements incitera les gens à visiter Atlas, et non sa fonction sociale. Cette fonction dépendra de la convivialité d'Atlas.

2.1.1.2 La satisfaction à l'égard d'Atlas est généralement faible

La satisfaction globale à l'égard d'Atlas est assez faible, mais elle varie en fonction d'un certain nombre de facteurs. Premièrement, la satisfaction à l'égard d'Atlas est la plus élevée chez le personnel de l'Administration centrale et la plus faible chez les ASF. Certains ASF interrogés visitent rarement Atlas; l'un d'entre eux ne se souvenait même pas l'avoir consulté, sauf pour accéder au portail libre-service. En général, les employés qui utilisent le moins souvent Atlas sont ceux qui sont les plus insatisfaits. Leur insatisfaction à l'égard de l'intranet est la raison pour laquelle ils l'utilisent rarement. Parmi le personnel de première ligne, beaucoup d'efforts ont été déployés pour trouver des façons de travailler sans Atlas afin d'améliorer le rendement au travail. Les lecteurs communs (lecteurs G) deviennent le dépôt des formulaires, des manuels, des mémorandums D et des bulletins opérationnels, alors qu'un faible contrôle externe, voire aucun, n'est exercé sur l'exactitude des documents qui se trouvent sur ces lecteurs. Le wiki a également une fonction similaire qui

permet au personnel de récupérer des documents SANS avoir à chercher dans Atlas. Certains archivent toujours des courriels dans Outlook s'ils contiennent des bulletins opérationnels qu'ils croient devoir consulter plus tard.

Les employés de première ligne utilisent également Atlas dans un contexte particulier, le plus souvent lorsqu'ils sont face à leur écran et à un client en même temps, ou encore lorsque des collègues traitent avec des clients dans la guérite voisine ou avec des clients qui attendent dans la salle. Leur capacité à trouver rapidement ce qu'ils cherchent est cruciale. Cet environnement de travail explique aussi pourquoi ils « naviguent » rarement dans Atlas, car on ne leur donne pas le temps de le faire pendant leur quart de travail, et pourquoi ils ratent des initiatives clés de mobilisation des employés comme *L'ASFC en bref*, car l'activation du son de la vidéo n'est pas envisageable.

Les employés qui n'utilisent pas Atlas quotidiennement sont les plus satisfaits de l'outil. Toutefois, leur niveau global de satisfaction demeure généralement faible. Pour eux, la mauvaise qualité du moteur de recherche, le trop grand nombre de pages « archivées », les ralentissements avec Apollo et d'autres facteurs expliquent la raison pour laquelle Atlas obtient rarement un taux de satisfaction de plus de 7 sur 10.

2.1.1.3 Principales faiblesses perçues

Parmi les caractéristiques d'Atlas que les employés devaient évaluer au cours de l'étape qualitative, la « facilité à trouver l'information qu'ils cherchent » et la « facilité de navigation » ont obtenu les taux de satisfaction les plus bas. Les renseignements contenus dans Atlas sont généralement perçus comme étant clairs... une fois que les employés réussissent à les trouver. Les raisons pour lesquelles la recherche de renseignements est souvent perçue par les employés comme étant plus ou moins aléatoire dans la version actuelle d'Atlas seront exposées plus loin. Bien qu'en général les employés aient tendance à être négatifs à l'égard d'Atlas, ils croient fondamentalement qu'un outil intranet est nécessaire et pourrait être extrêmement utile.

Parmi les autres attentes qu'Atlas n'arrive pas à combler dans l'esprit des employés, on relève le renforcement d'un sentiment d'appartenance à l'Agence et la représentation des employés. Même s'ils croient qu'Atlas s'est amélioré récemment à cet égard, ils aimeraient que le site en fasse plus. Le personnel de première ligne et les ASF ne croient pas qu'Atlas les représente en tant qu'employés et par rapport à ce qu'ils font. Ils considèrent Atlas comme un outil « trop axé sur l'AC », « trop axé sur l'organisation » ou « conçu à l'intention de la haute direction ». Ils aimeraient entre autres en savoir plus sur ce qui se passe dans les autres régions, sur les réalisations, les innovations, les trucs et les astuces qu'ils pourraient utiliser localement. Ils souhaitent qu'Atlas communique clairement ce qu'ils croient être la mission de l'Agence : servir et protéger les Canadiens. Bien que les membres du personnel de l'AC n'aient pas eu l'impression de ne pas être représentés dans Atlas, ils croient que le sentiment d'appartenance serait renforcé s'ils en apprenaient davantage sur les réalisations du personnel de première ligne dans les régions. Le personnel de l'AC semble également souhaiter qu'on adopte un ton et un aspect très semblables à ce que le personnel de première ligne recherche.

2.1.1.4 Temps de navigation et de recherche

La difficulté de naviguer dans Atlas et d'y trouver le bon renseignement est une préoccupation pour tous les employés, mais particulièrement pour les ASF. L'information sur les procédures, les règles et les politiques est souvent perçue comme fragmentée et répartie à plusieurs endroits, et les employés ont souvent de la difficulté à comprendre où un renseignement « devrait se trouver ». Ils ont souvent fait mention de renseignements sur le même sujet qui ne sont pas regroupés, et ils ne comprennent pas pourquoi il en est ainsi.

Les employés ont l'impression de perdre trop de temps à chercher des renseignements dans Atlas, ce qui les amène à vouloir « tricher » et à sauvegarder des versions sur des lecteurs locaux, qu'ils ne mettent pas toujours à jour comme il se doit. Certains ASF considèrent même qu'Atlas crée un problème de sécurité lorsqu'ils ont de la difficulté à trouver le formulaire ou les renseignements appropriés en présence d'un client qui s'emporte. Un des participants l'a exprimé ainsi : « Il est difficile de rester attentif au regard et aux gestes d'un client tout en cherchant un document de politique d'immigration pendant plusieurs minutes. »

Beaucoup d'employés, encore une fois en première ligne, disent qu'ils ont « abandonné » Atlas et préfèrent demander les renseignements à un collègue ou faire une recherche sur Google, avant d'envisager l'utilisation d'Atlas.

2.1.1.5 Renseignements en double et diffusion de l'information

La diffusion de l'information semble également problématique. Bon nombre de participants pensent qu'ils recevront chaque jour par courriel les renseignements « importants » dont ils ont besoin, et ils ne consulteront pas Atlas pour les obtenir. Parfois, le courriel du matin de leur superviseur contient les mêmes renseignements que ceux qui se trouvent dans le courriel quotidien. Cela crée de la confusion quant à l'endroit où se trouvent les renseignements transmis par courriel ainsi qu'à la façon dont les employés peuvent les récupérer plus tard.

Après avoir lu le courriel, la plupart des participants le suppriment, mais il est possible qu'ils ne soient pas en mesure de revenir rapidement et efficacement aux éléments clés du contenu qui s'y trouvent. Certains archivent les courriels, mais peuvent avoir de la difficulté à trouver le bon courriel lorsqu'ils sont confrontés à une situation où ils doivent faire une recherche dans de « vieux » courriels. De nombreux employés estiment que, pour diffuser l'information, Atlas devrait avoir préséance sur les courriels, qui sont considérés comme trop longs et pas vraiment amusants à lire ou à regarder.

Les courriels doivent être courts et rapides et comprendre des renvois (hyperliens) aux pages correspondantes dans Atlas.

2.1.1.6 Encombrement de la page d'accueil et nécessité de faire défiler la page vers le bas

De nombreux commentaires indiquent qu'il y a une surabondance de renseignements sur la page d'accueil d'Atlas ou que les mêmes renseignements peuvent se trouver à divers endroits. La plupart des employés ont du mal à comprendre la structure de la page ou la logique selon laquelle un renseignement se trouve à tel ou tel endroit.

Vu la taille de la page d'accueil et le nombre très élevé d'éléments cliquables qui s'y trouvent, de nombreux employés font rarement défiler la page vers le bas. La plupart des participants qui ont eu à examiner une version statique de la page d'accueil ont dit qu'ils n'avaient « jamais vu » certains des menus avant (tout en ayant l'occasion de les voir à l'écran quotidiennement). Les onglets ou les rubriques qui apparaissent au bas de la page d'accueil d'Atlas sont rarement utilisés par les employés.

2.1.1.7 Le moteur de recherche d'Atlas

Le moteur de recherche d'Atlas est la principale cause du faible degré de satisfaction des employés à l'égard d'Atlas dans son ensemble et la principale raison pour laquelle ils évitent d'utiliser Atlas pour trouver des renseignements. Ils croient souvent que le moteur de recherche actuel donnera une liste de liens « plus ou moins pertinents » et que « ce que vous cherchez réellement ne figurera pas dans les 100 premiers résultats affichés ».

Comme il s'agit d'un moteur de recherche d'une génération plus ancienne, les critères exacts imposés lors de la recherche de mots clés sont un important facteur de frustration chez les employés. Avant d'effectuer une recherche dans Atlas, la plupart d'entre eux chercheront ailleurs les mots exacts à utiliser. Si l'employé croit que le formulaire (document ou modèle) est peut-être mentionné dans un site Web public, il utilisera d'abord Google pour trouver le nom exact du formulaire, puis il copiera et collera l'acronyme, le numéro de formulaire ou le nom approprié dans le moteur de recherche d'Atlas pour trouver la plus récente ou la bonne version du document.

Les employés croient également que l'outil de recherche devrait permettre l'utilisation de la fonction de recherche avancée.

2.1.1.8 Les menus de la page d'accueil

Les menus d'Atlas sont puisés dans un lexique qui n'est pas clair pour beaucoup d'employés. Par exemple, ce qui se trouve sous la rubrique « Manchettes » ne correspond pas aux attentes des employés (« nouvelles ») et ceux-ci ne savent pas en quoi cela serait différent de la rubrique « Nouvelles », qui se trouve plus bas.

Il est difficile de comprendre la signification de chaque onglet simplement en lisant les mots. Certains menus, comme la barre de menu bleue au milieu de la page, passent complètement inaperçus ou demeurent largement inutilisés. De plus, certains employés ne pourraient deviner que cette barre de menu bleue contient des icônes cliquables.

2.1.1.9 Pages archivées

Lorsqu'on leur a posé directement la question, presque tous les employés ont indiqué s'être retrouvés sur des pages affichant la bannière jaune « Archivé ». À l'exception de quelques employés (qui étaient également créateurs de contenu dans Atlas), les employés de l'ASFC interprètent la bannière « Archivé » comme un avertissement que le contenu est incorrect, n'est plus valide ou est inexact, et qu'ils ne devraient pas l'utiliser. En ce moment, la principale raison pour laquelle la bannière « Archivé » engendre de la frustration est que les employés croient qu'ils ont été entraînés dans une impasse puisque l'information trouvée n'est pas utilisable.

Les employés avaient tendance à croire que l'information qu'ils cherchaient devait avoir été remplacée par une autre information, plus à jour, qui se trouverait « ailleurs » dans Atlas.

2.1.1.10 L'organigramme et le répertoire

Les employés ont parlé de la difficulté qu'ils ont à trouver quelqu'un en particulier au sein de l'Agence. Ils ont tendance à utiliser Outlook comme un répertoire, même si les capacités d'Outlook à cet égard sont limitées (vous devez connaître le nom de la personne que vous cherchez).

Les renseignements contenus dans le répertoire des employés ne sont pas à jour. Même si les employés comprennent parfaitement les difficultés liées à la mise à jour de l'organigramme, ils ont au moins la possibilité d'envoyer une demande de coordonnées aux boîtes aux lettres générales qui sont identifiées selon la fonction.

Certains employés ont également fait remarquer que les renseignements figurant dans le répertoire ne permettent pas de savoir exactement quel poste occupe une personne et quelles sont ses responsabilités.

2.1.1.11 Les préférences des employés de première ligne diffèrent de celles de la direction et du personnel administratif

Les employés de première ligne veulent consulter les bulletins de première ligne, connaître les nouvelles régionales et les nouvelles des autres régions, obtenir des mises à jour sur les initiatives des régions et de l'Agence, visionner les vidéos *L'ASFC en bref* (avec les sous-titres puisqu'ils peuvent rarement utiliser le son) et avoir accès aux tâches les plus demandées du personnel de première ligne.

Les autres employés souhaitent voir des mises à jour sur les initiatives de l'Agence, les bulletins de première ligne, les activités à venir, les messages des dirigeants, et avoir accès aux tâches les plus demandées. La page d'accueil a dû être adaptée en fonction du rôle dans l'organisation : 1) employé de première ligne ou 2) autre employé. Alors que les deux « portails » auraient un contenu commun, leur structure de menus particulière véhiculerait un message fort de personnalisation.

2.1.1.12 Interface et aspect visuel d'Atlas

Bien que l'aspect visuel de l'interface ne soit pas le principal problème, plusieurs employés ont mentionné que cet aspect pourrait être amélioré dans le cadre de la modernisation d'Atlas. Ils croient que, comparativement à d'autres sites intranet du gouvernement du Canada, Atlas est « bien », mais qu'il n'est pas à la hauteur des sites Web interactifs du « secteur privé » qu'ils utilisent à des fins personnelles.

Plusieurs employés ont souligné l'importance de pouvoir personnaliser Atlas en fonction de leurs préférences et de leurs besoins. Les employés aimeraient avoir la possibilité d'organiser l'information sur leur page d'accueil. L'utilisation d'un système de gadgets logiciels (widgets) ou à tout le moins d'une page de « favoris » serait un changement apprécié.

L'utilisation d'icônes serait également bien accueillie. Une critique à l'égard d'Atlas est que la page d'accueil contient trop de mots, qu'elle est trop verbeuse. La présence d'icônes cliquables, comme celles qu'on trouve sur les téléphones intelligents, serait une solution idéale pour moderniser l'intranet et éliminer l'encombrement.

Nombreux sont ceux qui souhaiteraient que la nouvelle structure d'Atlas compte moins d'options de menu, même si cela signifie qu'il y aura plus de niveaux. Il serait préférable de n'avoir que quelques boutons sur une seule page.

2.1.1.13 Les formulaires, les guides et les manuels

L'organisation actuelle des formulaires par ordre alphabétique et non par thème ou sujet ne correspond pas à la façon dont les employés cherchent des renseignements. Le personnel de première ligne préférerait que la documentation soit organisée d'abord selon le type (c.-à-d. immigration, secteur commercial, voyageurs), puis selon le type de bureau d'entrée (c.-à-d. mode routier, mode maritime, aéroport).

Les renseignements clés sur le même sujet ou thème devraient être regroupés. Actuellement, les renseignements sur le même sujet ou thème sont répartis à différents endroits dans Atlas. Il est extrêmement difficile pour le personnel de première ligne – plus que pour le personnel de l'AC – de trouver facilement tous les renseignements et outils en raison du classement actuel.

2.1.1.14 Structure actuelle du menu principal

Le menu principal actuel est souvent utilisé par les employés. Tout d'abord, plusieurs croient que le menu principal n'indique pas clairement ce qu'on trouve sous les rubriques (ce qu'il y a sous « direction générale » par rapport à « région », ou sous « employés » par rapport à « personnel de première ligne »). À l'exception de l'onglet « Gestionnaires », qui indique clairement qu'on y trouve des outils et des renseignements destinés à la direction, on relève que les autres rubriques sont la source d'une certaine confusion.

Quelle que soit la région, les employés n'accèdent pas à leur page régionale par le menu d'Atlas. Ainsi, de nombreux employés ne voient pas leurs nouvelles régionales, à moins qu'elles ne leur soient envoyées par courriel par leur superviseur sur le terrain. Il y a lieu de croire que certains employés ont pu configurer les pages d'accueil régionales comme page d'accueil du navigateur. En fait, le personnel de première ligne a demandé à voir plus de nouvelles de sa région ainsi que des autres régions.

2.1.1.15 Aucun besoin exprimé relativement à la mobilité

Les employés ne voient pas la nécessité de se doter d'une application mobile pour Atlas. Les ASF ne peuvent pas utiliser leur téléphone mobile lorsqu'ils sont en service, et les téléphones intelligents BlackBerry fournis par le gouvernement feraient en sorte que la version mobile d'Atlas ne serait pas attrayante ou utile. De plus, comme les employés utilisent Atlas pour obtenir des renseignements ou comme dépôt, les documents recherchés doivent être imprimés, triés ou remplis, ce qui, selon les employés, ne serait pas possible avec leur téléphone mobile actuel.

2.1.1.16 Wiki

La popularité du wiki reste assez faible. Ceux qui l'utilisent dans les régions ont tendance à consulter un nombre limité de pages dans lesquelles ils ont confiance. Cependant, ces mêmes employés ont de sérieux doutes quant à l'exactitude et à la validité des renseignements qui se trouvent sur le wiki, et ils préfèrent faire confiance à une source « officielle » comme Atlas... s'ils pensent qu'ils vont trouver facilement ce qu'ils cherchent.

Les participants ont donné seulement quelques exemples de « bons » renseignements impossibles à trouver dans Atlas et obtenus seulement grâce au wiki. Il s'agit d'un guide de référence rapide produit dans la région du Pacifique qui permet d'effectuer une recherche rapide des « cachettes » selon la marque et le modèle de voitures, pour plus d'efficacité à la douane routière. Puisqu'il n'existe aucun guide équivalent dans Atlas, le wiki devient la référence.

La plupart des employés croient que le wiki est une véritable « jungle », un « chaos » ou un « bazar », bref une source dans laquelle ils n'ont pas confiance.

2.1.1.17 Apollo

Les avis concernant Apollo sont plutôt partagés. Ceux qui ont une certaine expérience du système ont tendance à apprécier ses capacités fonctionnelles et la façon dont il actualise le contenu. Bien qu'ils aient formulé certaines plaintes au sujet de la vitesse et des temps d'arrêt, les participants ont mentionné qu'Apollo se rattrape toujours quant à sa capacité de mettre à jour les renseignements et d'en maintenir l'exactitude.

Le processus d'ouverture de session en double est quelque peu ennuyeux, mais les employés conviennent de façon générale qu'Atlas devrait être le « centre d'activité » où ils peuvent se renseigner sur les changements et les priorités à l'ASFC, et qu'Apollo pourrait être le véritable point de dépôt de documents (surtout pour les versions PDF).

2.1.2 Exercice du tri de cartes

Un exercice de tri de cartes a été effectué avec les utilisateurs d'Atlas pour dresser les grandes lignes d'une nouvelle architecture de l'information dans le cadre de la modernisation d'Atlas. Le recours à la méthode de tri de cartes est une nécessité lorsqu'on souhaite mettre au point une architecture de l'information centrée sur l'expérience des utilisateurs de la plateforme. En résumé, le tri de cartes consiste à demander aux utilisateurs de grouper les renseignements à l'aide d'un jeu de cartes auxquelles ils doivent donner un nom. Il convient de souligner que les renseignements figurant sur les cartes sont des renseignements qui se trouvent dans Atlas.

La technique du tri de cartes s'est déroulée en deux étapes : un tri ouvert et un tri fermé.

2.1.2.1 Tri de cartes ouvert et tri de cartes fermé

Tout d'abord, on a demandé aux participants de créer des catégories générales (ou rubriques) pour le menu principal d'Atlas. L'objectif de cette phase ouverte du tri de cartes était de créer de grandes catégories sans contraintes au chapitre du classement. Cette étape a permis de mieux comprendre la façon dont les employés conceptualisent les renseignements contenus dans Atlas en fonction de leur utilisation de l'intranet. Comme cette partie de l'exercice était complètement ouverte, elle nous a permis de saisir les termes ou les mots exacts utilisés par les participants pour créer le menu principal d'Atlas. Cette information nous permettra de tirer d'importantes conclusions sur les mots qui devraient être utilisés dans les catégories de la version remaniée d'Atlas.

Ensuite, nous avons demandé aux participants de classer les cartes (selon les catégories de renseignements qui figurent actuellement dans Atlas) sous les rubriques qu'ils ont créées dans l'exercice du tri de cartes ouvert. Cet exercice, qu'on pourrait qualifier de tri de cartes fermé, est particulièrement adapté à la refonte d'une architecture de l'information dont la structure ne peut être complètement modifiée ou réorganisée. Au cours de cette partie de l'entrevue, nous avons demandé aux participants de classer 32 éléments dans les rubriques de menu qu'ils avaient créées pendant le tri de cartes ouvert. Cet exercice a été réalisé à l'aide de cartes en carton; aucun logiciel n'a été utilisé dans cette partie de l'entrevue.

Voici le contenu des 32 cartes utilisées pour cet exercice :

1. Rémunération et avantages sociaux
2. Prix et reconnaissance
3. Santé et sécurité au travail
4. Sécurité
5. Gestion du rendement
6. L'ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)
7. Bien-être
8. Volume des finances
9. Approvisionnement et passation de marchés
10. Dotation en personnel
11. Messages des dirigeants
12. Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents
13. Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions
14. Relations de travail
15. Formation et apprentissage
16. Intégrité, valeurs et éthique
17. Nouvelles et galeries de photos
18. Calendrier des activités
19. Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés
20. Bureaux de la haute direction
21. Équité en matière d'emploi et diversité
22. Bibliothèque de formulaires et de modèles
23. Programme d'aide aux employés
24. Initiatives et priorités de l'Agence et des directions générales
25. Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence)
26. Gestion de l'information (Apollo, AIPRP)
27. Emplois et perfectionnement professionnel
28. Services de dépannage
29. Bibliothèque de politiques
30. *L'ASFC en bref* (série vidéo)
31. Bibliothèque de guides, de manuels et de procédures normales d'exploitation
32. Systèmes informatiques (SSMAEC, SIED, SAE, LSE)

Au cours de l'exercice du tri des cartes, les intervieweurs n'ont donné aucune directive aux participants quant à la façon de classer les cartes. Au besoin, après une première tentative de classement de toutes les cartes, l'intervieweur pouvait suggérer aux participants de créer de nouvelles rubriques ou de modifier celles qu'ils avaient créées afin de classer les 32 cartes. Ainsi, des catégories de menu ont pu être créées, supprimées ou redéfinies en fonction des besoins des participants. Ce processus a été répété jusqu'à ce que toutes les cartes soient triées ou classées dans les catégories du menu.

2.1.2.2 Les étapes de l'analyse du tri de cartes

L'analyse des résultats du tri de cartes s'effectue en deux étapes. Dans un premier temps, le tri de cartes ouvert est analysé en groupant qualitativement les catégories. En fait, il n'est pas rare que les participants à un processus de tri de cartes ouvert utilisent un vocabulaire différent pour nommer certaines rubriques, mais, en fin de compte, ces dernières ont la même signification. L'objectif de ce groupement qualitatif est d'attribuer un nom générique à chacun des ensembles, afin de créer la base du menu principal de l'architecture de l'information dans Atlas.

Dans un second temps, un tableau ou un histogramme est créé pour déterminer, pour chaque carte, le classement qui a été le plus fréquent. Il s'agit de déterminer le pourcentage de classement qui est commun entre les catégories (par exemple, dans 60 % des cas, la carte 1 a été classée dans la catégorie A, dans 20 % des cas dans la catégorie B et dans 20 % des cas dans la catégorie C). L'analyse des résultats du tableau de classement permet de concevoir l'architecture de l'information de l'intranet.

2.1.2.3 L'analyse

Groupement qualitatif des catégories

Nous avons demandé aux participants aux entrevues de créer un menu principal pour Atlas. Aucune limite n'a été imposée aux participants quant au nombre de rubriques. Les participants étaient libres de créer autant de rubriques qu'ils le souhaitent en fonction de leurs besoins et de leur utilisation d'Atlas. Nous avons donc observé des participants qui ont créé des menus peu développés ne comptant que trois rubriques, et d'autres qui ont conçu des menus très élaborés composés de plus de six rubriques.

Au total, 38 catégories ont été créées par les participants :

1. À propos de nous
2. Direction générale et région
3. Rémunération
4. Administration
5. Actualités
6. Employé
7. LSE
8. Activités
9. Formulaires
10. Formulaires et modèles
11. Tâches fréquentes
12. Première ligne
13. SMGC
14. Guides
15. Guides / Formulaires et manuels
16. Ressources humaines

17. RH
18. Information
19. TI
20. Portail des TI
21. Gestionnaire
22. Nouvelles
23. Nouvelles quotidiennes
24. Organisation
25. L'org.
26. Org.
27. Priorités
28. Approvisionnement
29. Programmes
30. Programmes et initiatives
31. Guides de référence
32. Sécurité
33. Service
34. Portail de services
35. Portail libre-service
36. Personnel
37. Outils
38. Autres

Il convient de souligner que bon nombre de participants ont nommé de façon spontanée plusieurs de ces catégories, ce qui fait croire en leur utilité dans la future architecture de l'information du site Atlas. Par exemple, les mots « outils », « employé », « nouvelles » et « portail des TI » ont été choisis par de nombreux participants pour classer les renseignements. Ce volume de réponses nous porte à croire que ces termes ont un sens pour une grande partie des employés et devraient être utilisés dans l'architecture de l'information de la prochaine version d'Atlas. Ces mots ont aussi le potentiel de permettre le classement d'autres éléments; ce n'est pas le cas pour toutes les rubriques qui ont été mentionnées par les participants.

En fait, certains des mots utilisés par les participants pour constituer leur menu principal sont trop semblables au contenu de la catégorie elle-même, laissant peu de place au classement d'autres éléments. C'est le cas des mots « sécurité », « guides », « approvisionnement » et « rémunération ». Cependant, ces mots ont été mentionnés par une minorité de participants. L'utilisation de ces catégories dans le menu principal apporte peu d'avantages à l'architecture de l'information de l'intranet.

À l'aide d'une analyse qualitative du contenu, nous avons groupé toutes les catégories créées par les participants en sept thèmes principaux. Les rubriques qui avaient un potentiel de classement plus faible ont été groupées dans des catégories plus générales qui permettent de classer un plus grand nombre de cartes. Ainsi, les termes « première ligne » et « gestionnaire » ont été groupés dans la catégorie plus générale « employé ». Dans la même logique, les termes « formulaires », « modèles », « bibliothèque » ont été groupés dans la catégorie plus générale « outils ».

Voici les résultats du groupement qualitatif des catégories :

Catégories groupées	Rubriques créées par les participants
Employé	Rémunération Employé Première ligne Gestionnaire Priorités Approvisionnement Programmes Programmes et initiatives Sécurité Service Personnel
Outils	Formulaires Formulaires et modèles Tâches fréquentes Guides Guides / Formulaires et manuels Bibliothèque Guides de référence Outils
L'organisation / À propos de nous	À propos de nous Direction générale et région Organisation L'org. Org.
Ressources humaines	Ressources humaines RH
Portail des TI	Information TI Portail des TI Portail de services Portail libre-service
Nouvelles quotidiennes	Actualités Nouvelles quotidiennes Activités Programmes et initiatives Nouvelles
Autres	Administration LSE SMGC Info Approvisionnement et passation de marchés Autres

Une fois les catégories groupées, nous avons retenu sept grandes rubriques qui offrent le plus grand potentiel de classement de l'information dans l'intranet : 1) Employé, 2) Outils, 3) L'organisation / À propos de nous, 4) Ressources humaines, 5) Portail des TI 6) Nouvelles quotidiennes et 7) Autres.

Analyse du tri de cartes

L'étape suivante consiste à déterminer la façon dont les 32 cartes ont été classées selon les sept rubriques créées à l'étape précédente. Le tableau suivant montre la répartition du classement optimal des 32 cartes sous les sept rubriques qui ont été élaborées lors du tri de cartes ouvert. Les résultats nous permettront de définir le classement optimal des cartes dans le menu.

	Employé	Outils	L'organisation / À propos de nous	Ressources humaines	Portail des TI	Nouvelles quotidiennes	Autres
Sécurité	43 %	29 %					29 %
Approvisionnement et passation de marchés	57 %						43 %
Guide, manuels et procédures normales d'exploitation	30 %	60 %					10 %
Programme d'aide aux employés	62 %	15 %		23 %			
Service de dépannage	25 %	38 %			38 %		
Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions	25 %	13 %	63 %				13 %
Bureaux de la haute direction	22 %	22 %	44 %				12 %
Volume des finances	29 %	29 %					42 %
Intégrité, valeurs et éthique	44 %	12 %	22 %	22 %			
Santé et sécurité au travail	33 %	25 %		25 %			17 %
Bien-être	50 %	10 %	10 %	30 %			
Dotation en personnel	33 %	11 %		44 %			12 %
Rémunération et avantages sociaux	64 %	11 %		25 %			
Bibliothèque de formulaires et de modèles		90 %				10 %	
Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence)		50 %					50 %

	Employé	Outils	L'organisation / À propos de nous	Ressources humaines	Portail des TI	Nouvelles quotidiennes	Autres
Bibliothèque de politiques		80 %				10 %	10 %
Systèmes informatiques (SSMAEC, SIED, SAE, LSE)		29 %			58 %		13 %
Relations de travail	33 %	22 %		45 %			
Formation et apprentissage	64 %			27 %		9 %	
Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés	50 %	17 %		33 %			
Emplois et perfectionnement professionnel	54 %			23 %		23 %	
Gestion du rendement	33 %	25 %		33 %			9 %
Prix et reconnaissance	55 %	11 %				11 %	23 %
Gestion de l'information (Apollo, AIPRP)	25 %	38 %			12 %		25 %
Équité en matière d'emploi et diversité	50 %	10 %	10 %	30 %			
L'ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)	43 %					43 %	14 %
Initiatives et priorités de l'Agence et des directions générales	23 %		15 %			46 %	16 %
<i>L'ASFC en bref</i> (série vidéo)	14 %					86 %	
Calendrier des activités	12 %					88 %	
Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents	45 %					55 %	
Nouvelles et galeries de photos	12 %					88 %	
Messages des dirigeants	14 %		29 %			43 %	14 %

L'analyse du tableau de classement est très simple. L'objectif est de déterminer sous quelle rubrique les participants ont classé le plus souvent chacune des cartes. Cette activité permet de concevoir l'architecture de l'information d'Atlas à partir de l'expérience et de la logique des utilisateurs de l'intranet. Dans les cas où une carte peut être classée sous deux rubriques avec des résultats identiques, une décision fondée sur un test de similarité entre les cartes est prise. Le test de similarité permet, comme son nom l'indique, de déterminer le pourcentage de différentes cartes qui ont été classées de façon similaire par les participants. Ainsi, le fait de déterminer les similarités entre les cartes peut aider à résoudre des cas moins évidents.

Voici les résultats du tableau de classement. Nous présentons les cas où un test de similarité est requis à la suite de la liste.

- Sécurité : Employé
- Approvisionnement et passation de marchés : Employé
- Guide, manuels et procédures normales d'exploitation : Outils
- Programme d'aide aux employés : Employé
- Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions : L'organisation / À propos de nous
- Bureaux de la haute direction : L'organisation / À propos de nous
- Intégrité, valeurs et éthique : Employé
- Santé et sécurité au travail : Employé
- Bien-être : Employé
- Dotation en personnel : Ressources humaines
- Rémunération et avantages sociaux : Employé
- Bibliothèque de formulaires et de modèles : Outils
- Bibliothèque de politiques : Outils
- Systèmes informatiques (SSMAEC, SIED, SAE, LSE) : Portail des TI
- Relations de travail : Ressources humaines
- Formation et apprentissage : Employé
- Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés : Employé
- Emplois et perfectionnement professionnel : Employé
- Prix et reconnaissance : Employé
- Gestion de l'information (Apollo, AIPRP) : Outils
- Équité en matière d'emploi et diversité : Employé
- Initiatives et priorités de l'Agence et des directions générales : Nouvelles quotidiennes
- *L'ASFC en bref* (série vidéo) : Nouvelles quotidiennes
- Calendrier des activités : Nouvelles quotidiennes
- Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents : Nouvelles quotidiennes
- Nouvelles et galeries de photos : Nouvelles quotidiennes
- Messages des dirigeants : Nouvelles quotidiennes

Il y a quatre cartes que les utilisateurs d'Atlas n'ont pas été en mesure de classer de façon précise. Il n'y a pas de consensus ou de majorité claire qui nous permette de les grouper sous une seule rubrique. La carte « Service de dépannage » a été classée dans la même proportion sous la rubrique « Outils » et sous « Service informatique ». La carte « Locaux et installations » a été classée à parts égales dans les rubriques « Outils » et « Autres ». De même, la carte « Gestion du

rendement » a été classée dans les catégories « Employé » et « Ressources humaines ». Enfin, la carte « L'ASFC donne! / CCMTGC » a été classée sous « Employé » et sous « Nouvelles du jour ». Pour sa part, la carte « Volume des finances » est la seule carte qui a été clairement classée sous la rubrique « Autres ».

Nous avons donc effectué un test de similarité pour ces cartes. Lors du test de similarité de la carte « Service de dépannage », celle qui est la plus proche est celle des « Systèmes informatiques (SSMAEC, SIED, SAE, LSE) ». Son taux de similarité avec la carte « Service de dépannage » est de 47 % alors qu'avec d'autres cartes, le taux ne dépasse pas 40 %. Nous allons donc classer la carte « Service de dépannage » avec la carte « Systèmes informatiques » sous la rubrique « Portail des TI ».

Étant donné qu'il n'y a que deux cartes qui seraient classées sous la rubrique « Autres », à savoir « Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence) » et « Volume des finances », nous recommandons que la carte « Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence) » soit classée sous « Outils » et que la carte « Volume des finances » soit classée en fonction de sa similarité avec les autres cartes. Cette façon de faire offre l'avantage d'éliminer la rubrique « Autres » du menu principal. L'analyse de la similarité de la carte « Volumes des finances » avec les autres cartes montre qu'elle est la plus proche de la carte « Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence) ». Nous allons donc classer les deux éléments sous la rubrique « Outils ».

L'analyse des résultats de similarité de la carte « Gestion du rendement » indique que le contenu de cette carte s'apparente à celui des cartes « Dotation en personnel », « Relations de travail » et « Formation et apprentissage ». Deux des trois cartes comparables à la carte « Gestion du rendement » sont classées sous la rubrique « Ressources humaines » tandis que la troisième est classée sous « Employé ». Nous suggérons de classer la carte « Gestion du rendement » sous la rubrique « Ressources humaines ».

L'analyse de la similarité de la carte « L'ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada) » ne permet pas de tirer une conclusion claire quant à l'emplacement de cette carte. En fait, le taux de similarité est très faible. Il est possible de la classer sous presque toutes les rubriques. Nous avons décidé de la placer sous « Nouvelles du jour ». La mise à l'essai de l'arborescence (phase 4) permettra d'établir si la rubrique sélectionnée est appropriée.

Plusieurs participants ont également mentionné qu'ils aimeraient que les renseignements contenus dans certaines des catégories d'Atlas soient subdivisés en catégories thématiques telles que l'immigration, le commerce, les voyageurs, l'exécution de la loi et d'autres thèmes. Cette demande fait également écho à ce que nous avons entendu dans les groupes de discussion. Vu le manque d'organisation de l'information dans Atlas et la difficulté qu'ont les employés à trouver les renseignements qu'ils cherchent, nous croyons qu'un classement des thèmes pourrait faciliter les recherches. Les catégories intitulées « procédures », « formulaires », « politiques » et « bulletins » ont été subdivisées en fonction de ces thèmes dans notre proposition d'arborescence.

2.1.2.4 Proposition d'une architecture de l'information

Voici l'architecture de l'information que nous obtenons à la suite de l'exercice du tri de cartes.

Page d'accueil

Employé

- Prix et reconnaissance
- Programme d'aide aux employés
- Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés
- Équité en matière d'emploi et diversité
- Intégrité, valeurs et éthique
- Emplois et perfectionnement professionnel
- Santé et sécurité au travail
- Rémunération et avantages sociaux
- Formation et apprentissage
- Bien-être
- Sécurité

Outils

Gestion de l'information

- Apollo
- AIPRP

Bibliothèque de formulaires et de modèles

- Immigration
- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes

Guides, manuels et procédures normales d'exploitation

- Immigration
- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes

Bibliothèque de politiques

- Immigration
- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes

Volume des finances

Approvisionnement et passation de marchés

Locaux et installations

L'organisation / À propos de nous

- Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions

- Bureaux de la haute direction

Ressources humaines

- Relations de travail
- Gestion du rendement

- Dotation en personnel
- Portail des TI
 - Service de dépannage
 - Portail des TI
 - SSAMEC
 - SIED
 - SAE
 - LSE
- Nouvelles quotidiennes
 - Priorités et initiatives de l'Agence et des directions générales
 - L'ASFC en bref* (série vidéo)
 - L'ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)
 - Calendrier des activités
 - Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents
 - Immigration
 - Commerce
 - Voyageurs
 - Exécution de la loi
 - Autres thèmes
 - Messages des dirigeants
 - Nouvelles et galeries de photos

Cette architecture de l'information est évaluée dans le cadre d'une mise à l'essai de l'arborescence (voir la phase 4). La mise à l'essai de l'arborescence permet d'évaluer le rendement de cette architecture de l'information avec de vrais utilisateurs de l'intranet.

Les participants qui évalueront cette architecture devront effectuer dix tâches (trouver des renseignements précis). Ils devront naviguer dans l'architecture pour déterminer l'emplacement (la catégorie de renseignements sous laquelle ils croient pouvoir trouver les renseignements demandés).

2.1.3 Création de personas

Dans les groupes de discussion et les entrevues individuelles avec les employés, les compétences numériques ont été définies de façon générale comme étant la capacité des employés d'utiliser avec succès les technologies à leur disposition au quotidien, tant au travail que dans leur vie privée. En général, les employés de l'ASFC ont relativement confiance dans leur niveau actuel de compétences numériques, mais on constate d'importantes différences entre les profils des employés. Cette confiance est cruciale dans le contexte du renouvellement d'Atlas, car elle influe sur la volonté de l'employé à intégrer de nouveaux outils numériques dans sa routine ou à composer avec les changements futurs touchant les technologies numériques utilisées dans le cadre de son travail. Ceux qui sont moins confiants ou qui se sentent moins compétents sont moins enclins à adopter les outils numériques et dépendront davantage du soutien de leurs collègues ou d'un soutien plus formel.

Les rôles et les responsabilités varient considérablement d'un employé à l'autre et, par conséquent, leur utilisation de la technologie est également différente. La tâche la plus courante que tous les employés doivent effectuer dans Atlas est la recherche de renseignements, qu'il s'agisse de bulletins d'information, de politiques, de procédures, de coordonnées, etc. Or, c'est aussi la recherche de renseignements qui fait d'Atlas une source de mécontentement chez la plupart des utilisateurs du site.

Une analyse sommaire des résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles révèle des différences fondamentales entre les deux principaux types d'employés de l'ASFC : les employés de première ligne et les autres employés.

De façon générale, les employés qui travaillent dans les bureaux régionaux se considèrent comme étant plus compétents et plus qualifiés dans le domaine des technologies numériques que leurs collègues de première ligne. Ils sont également plus susceptibles d'aimer travailler avec des outils numériques que les employés de première ligne. De plus, ils utilisent un peu plus souvent le site Web externe de l'ASFC que les employés de première ligne.

Les employées de ces deux profils admettent largement leur insatisfaction à l'égard des outils numériques mis à leur disposition par le gouvernement du Canada. Ils les trouvent généralement plus compliqués à utiliser que les outils numériques qu'ils utilisent dans leur vie privée. Dans la plupart des cas, à quelques exceptions près, ils s'entendent également sur leur insatisfaction à l'égard d'Atlas. Les employés de l'Administration centrale et les employés de première ligne ont de la difficulté à naviguer dans Atlas et à trouver des renseignements. Il s'agit là des principales critiques.

Les employés de première ligne ont affirmé qu'ils n'avaient pas autant de temps pour consulter Atlas que leurs collègues de l'Administration centrale. La fréquence à laquelle ils utilisent l'intranet est également moins élevée. C'est probablement aussi l'une des raisons pour lesquelles les employés de première ligne estiment qu'Atlas ne les tient pas suffisamment informés des nouvelles informations, procédures ou politiques.

Au-delà des quelques différences entre ces deux grands groupes d'employés, il est possible de distinguer davantage de profils d'employés. En effet, ces deux grands groupes ne sont pas complètement homogènes. Par exemple, il y a des employés de première ligne qui utilisent Atlas régulièrement et qui se considèrent comme bons avec les outils numériques. Dans la même logique, il y a des employés de l'Administration centrale qui utilisent rarement l'intranet et qui se considèrent comme ayant une faible culture numérique.

Les personas – Méthode

Dans la section suivante, nous présentons une série de six personas. Un persona est un personnage fictif qui représente un segment particulier au sein d'une population ou d'un groupe donné. Il s'agit d'un outil couramment utilisé dans les études de marché. L'utilisation de personas permet de représenter un groupe cible de manière plus vivante et émotive afin de développer des services ou produits adaptés. Le fait d'avoir des personas trop similaires serait en fait contre-productif; les personas sont utilisés pour mettre en évidence les différences.

Notre analyse par segmentation est fondée sur les résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles faisant intervenir des employés de l'ASFC. L'objectif de cette analyse est de former des groupes d'utilisateurs d'Atlas afin que chaque groupe soit le plus homogène possible, et aussi différent que possible des autres groupes. Cela signifie que

nous voulons réunir des segments de la collectivité des employés de l'ASFC qui entretiennent une relation comparable avec la technologie et qui ont un comportement comparable à cet égard.

Il faut aussi garder à l'esprit que chaque employé est en fait une combinaison de plusieurs personnes. Par exemple, nous avons rencontré des employés qui ont été confrontés aux défis de chacun de ces personnages. Comme l'objectif était de comprendre la façon dont les employés de l'ASFC utilisent Atlas, l'analyse repose sur des critères clés qui influent sur l'utilisation de l'intranet : la fréquence d'utilisation d'Atlas, la culture numérique, les sources de mécontentement à l'égard de l'intranet et les sujets importants pour les employés ainsi que, bien entendu, leur rôle au sein de l'Agence. Nous avons dégagé six profils distincts.

Employés de première ligne

1. Persona 1 : « Demander à un collègue ». Probablement un ASF de longue date.

« Quand j'ai commencé à travailler, tout se faisait sur papier. Maintenant, pratiquement tout se fait à l'aide des technologies. C'est tout un apprentissage. Je n'utilise pas vraiment Atlas, c'est très rare. C'est trop compliqué. On s'attend à ce que nous puissions utiliser Atlas pour chercher des renseignements et faire toutes sortes de recherches, mais ce n'est pas facile de naviguer dans l'intranet et de faire des recherches lorsqu'il y a une file de clients devant nous. De plus, Atlas ne donne pratiquement jamais les bons renseignements; c'est une perte de temps. Je préfère demander à mes collègues s'ils peuvent me donner les renseignements que je cherche, c'est plus rapide. Le plus important, c'est le bulletin d'information, mais je le reçois aussi par courriel. »

Pour ce persona, l'utilisation d'outils numériques dans le contexte du travail est un énorme défi. Sa faible culture numérique et les difficultés inhérentes à la navigation et à la recherche dans Atlas font en sorte qu'il évite autant que possible d'utiliser Atlas. Il compte beaucoup sur ses collègues pour obtenir les renseignements qu'il cherche. Cependant, ce faisant, il n'améliore pas sa culture ni ses compétences numériques. Il évite aussi Apollo autant que possible et n'utilise jamais le wiki. Il enregistre tous les documents qu'il utilise fréquemment dans un fichier pour pouvoir y accéder au besoin.

- Compétences et connaissances numériques : moyennes ou faibles
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : de moyenne à faible
- Utilisation des outils numériques du gouvernement : difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : utilisation mensuelle ou moins fréquente (rare)

Satisfaction à l'égard d'Atlas : très insatisfait

Défis quotidiens :

- Devoir utiliser des outils numériques et se familiariser avec de nouveaux outils numériques comme Apollo.
- Manquer de temps pour améliorer les compétences. L'employé n'a pas le temps de consulter l'intranet pendant ses quarts de travail.
- Trouver les bons renseignements pour les clients quand le temps est limité.

Caractéristiques les plus importantes : Tâches les plus fréquentes, bulletins de première ligne, nouvelles des autres régions, activités à venir et *L'ASFC en bref* (vidéos).

2. Persona 2 : « Où est ce formulaire? ». Un ASF pressé.

« Atlas est un outil essentiel dans notre travail en tant qu'agent de première ligne. Cependant, il doit absolument être amélioré puisqu'il présente d'énormes lacunes. De plus, il semble désuet par rapport aux outils qui ne sont pas produits par le gouvernement du Canada. Le moteur de recherche d'Atlas suit des règles incompréhensibles. Si vous ne connaissez pas les mots exacts, il est impossible de trouver le document que vous cherchez, et comme les documents changent souvent de nom, nous ne trouvons pratiquement rien. Nous devrions avoir la possibilité d'utiliser des critères de recherche avancée, et les documents devraient être triés selon la date. Pour l'instant, il vaut mieux utiliser Google. C'est plus rapide, plus efficace et vous trouvez toujours ce que vous cherchez. Atlas fait tout, mais très mal. »

Très à l'aise avec l'utilisation des technologies numériques, ce persona aime travailler avec les outils numériques dans le cadre de son travail. Cependant, il est extrêmement critique à l'égard des outils à sa disposition. Il n'utilise qu'occasionnellement Apollo et le site wiki parce qu'il ne sait pas s'il peut leur faire confiance. Il trouve qu'Apollo est utile, mais trop lent à utiliser au travail. Il est également irrité par la navigation entre Atlas, Apollo et le site wiki, laquelle n'est pas fluide.

- Compétences et connaissances numériques : de moyennes à élevées
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : modérée
- Utilisation des outils numériques du gouvernement : difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : hebdomadaire

Satisfaction à l'égard d'Atlas : plutôt insatisfait

Défis quotidiens :

- Trouver des procédures, des politiques et des formulaires.
- Les renseignements sont régulièrement archivés, ce qui fait qu'il est impossible de savoir s'ils sont toujours exacts, s'ils sont à jour ou s'ils sont désuets.
- Le dédoublement de l'information et la diffusion de renseignements à différents endroits font en sorte qu'il est difficile de trouver toute l'information sur un sujet.
- Liens brisés.

Mécontentements à l'égard d'Atlas :

- Décalage entre les exigences de l'AC et celles de la première ligne : Atlas est construit selon une perspective propre à l'AC. Atlas ne représente pas adéquatement le secteur opérationnel de l'Agence.

- La personne ne se sent pas représentée en tant qu'employé dans l'intranet : elle considère que l'intranet est très centré sur l'organisation et sur les employés de l'AC.

Caractéristiques les plus importantes : Mises à jour sur les initiatives régionales, nouvelles régionales, bulletins de première ligne, tâches les plus fréquentes, activités à venir.

3) Persona 3 : « La référence ». Cet ASF est la référence locale pour les autres.

« J'utilise Atlas tous les jours dans mon travail. Par contre, toute l'information est mal organisée dans l'intranet; les renseignements devraient être classés sous des rubriques telles que : immigration, commerce, voyageurs, etc. De plus, les renseignements sont dupliqués dans Atlas, et nous les recevons aussi par courriel. Sans compter qu'il est presque impossible de trouver des numéros de téléphone fiables dans Atlas. Si je veux communiquer avec l'aéroport de Calgary, je ne trouve pas le numéro de téléphone dans Atlas. L'intranet devrait servir à centraliser l'information. Pour ce faire, il devrait subir une profonde réorganisation, et les renseignements devraient être classés de façon à pouvoir les trouver. Beaucoup de choses à propos d'Atlas sont faites pour les employés de bureau, mais nous, à l'aéroport, nous n'avons pas le luxe de prendre le temps de tout regarder. »

Ce persona utilise Atlas fréquemment pour accéder aux formulaires et aux modèles, aux bulletins opérationnels, aux notes de service et aux feuilles de temps, ainsi qu'aux segments *L'ASFC en bref* (vidéos) qu'il visionne régulièrement. Bien qu'il soit insatisfait de son expérience dans Atlas, il estime que l'intranet est utile et essentiel à son travail. Il finit toujours par trouver les renseignements qu'il cherche, mais l'expérience est frustrante. Il souhaite qu'Atlas soit un outil purement opérationnel.

- Compétences et connaissances numériques : moyennes
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : modérée
- Utilisation des outils numériques du gouvernement : difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : quotidienne

Satisfaction à l'égard d'Atlas : faible

Défis quotidiens :

- La rapidité à trouver des renseignements.
- La clarté des renseignements.

Caractéristiques les plus importantes : Bulletins de première ligne, tâches les plus demandées, nouvelles régionales, mises à jour sur les initiatives des sections régionales, mises à jour sur les initiatives régionales, nouvelles des autres régions, *L'ASFC en bref* (vidéos) et messages de félicitations.

Administration centrale et bureaux régionaux

1) Persona 4 : « Je viens d'arriver ». Nouvel employé de l'Agence; doit trouver les moyens de s'orienter dans son travail.

« Je suis nouveau à l'Agence. Pour moi, il est très difficile d'utiliser les outils numériques qui sont à ma disposition. Il n'y a pas de formation sur la façon de les utiliser. C'est un véritable défi de trouver les bons renseignements dans Atlas. J'ai pris l'habitude d'appeler des collègues qui peuvent m'aider à trouver ce que je cherche. »

Ce persona éprouve de grandes difficultés à trouver des formulaires, des procédures et des politiques sur une base quotidienne. Il considère que l'intranet n'est pas un outil qui l'aide à accomplir ses tâches. Les liens et les menus sont difficiles à comprendre. Il préfère lire les renseignements qu'il reçoit par courriel. Il aimerait recevoir une formation pour améliorer ses compétences en ce qui concerne les outils numériques de l'Agence : Atlas et Apollo.

- Compétences et connaissances numériques : de moyennes à élevées
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : faible
- Utilisation des outils numériques du gouvernement : très difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : mensuelle ou rare

Satisfaction à l'égard d'Atlas : très faible

Défis quotidiens :

- Trouver les renseignements qu'il cherche.
- Comprendre l'information présentée dans les menus et les liens d'Atlas.

Caractéristiques les plus importantes : Tâches les plus demandées, mise à jour sur les initiatives régionales, nouvelles régionales et messages des dirigeants.

2) Persona 5 : « L'accro aux renseignements ». Ce responsable des politiques de l'AC en veut plus.

« Dans Atlas, tout bouge et change constamment. Semaine après semaine, les formulaires changent de nom ou de numéro, de sorte qu'on ne peut plus les retrouver. C'est très frustrant et c'est une énorme perte de temps. De plus, les renseignements ne sont pas très clairs. Les menus sont répétitifs, et vous ne savez pas à quoi vous attendre une fois que vous quittez la page d'accueil d'Atlas vers une autre page. »

Ce persona cherche des renseignements quotidiennement et doit avoir accès à un large éventail de sources d'information pour faire son travail. Il trouve qu'Atlas le limite dans son travail plus qu'il ne l'aide. Il aimerait avoir accès à beaucoup plus de renseignements qu'il n'en trouve actuellement dans Atlas. Entre autres choses, il aimerait avoir accès à l'actualité internationale qui pourrait avoir une incidence sur le travail de l'Agence. Il souhaite également que les employés aient accès aux médias sociaux afin qu'ils puissent faire connaître et voir le travail accompli par l'Agence partout au pays.

- Compétences et connaissances numériques : moyennes
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : faible

- Utilisation des outils numériques du gouvernement : très difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : hebdomadaire à quotidienne

Satisfaction à l'égard d'Atlas : faible

Défis quotidiens :

- Trouver les renseignements qu'il cherche.
- Comprendre l'information présentée dans les menus et les liens d'Atlas.

Caractéristiques les plus importantes : Bulletins de première ligne, tâches les plus fréquentes, mises à jour sur les initiatives de l'Agence, mises à jour sur les initiatives régionales, mises à jour sur les initiatives des directions générales, messages des dirigeants et nouvelles régionales.

3) Persona 6 : « L'utilisateur expérimenté ». Excellente ressource de l'AC pour suggérer des améliorations!

« J'utilise beaucoup Atlas pour faire mes nombreuses recherches. Atlas est un outil essentiel et utile, mais il est très difficile à utiliser. Il y a beaucoup de choses qui devraient être améliorées dans l'intranet, mais la plus importante est le moteur de recherche. Si je tape un mot dans le moteur de recherche, j'obtiens des millions de pages de résultats qui ne sont pas classés correctement. Les résultats de recherche devraient être classés selon la date, mais ce n'est pas le cas. J'adore utiliser le wiki pour cette raison. Cet outil est plus dynamique qu'Atlas et nous savons exactement quand l'information a été modifiée pour la dernière fois. C'est très utile. De plus, on trouve beaucoup de renseignements sur le wiki qu'on ne trouve pas dans Atlas. »

Ce persona utilise largement les outils numériques mis à sa disposition par l'Agence. Atlas, Wiki et Apollo sont parmi les outils qu'il utilise régulièrement pour le travail. Cependant, il considère que plusieurs de ses collègues en font un mauvais usage, ce qui peut poser des problèmes. Il croit qu'une formation devrait être offerte pour s'assurer que tout le monde utilise correctement les outils, en particulier Apollo. Dans de nombreux cas, ce persona est déjà un créateur de contenu dans Atlas ou Apollo.

- Compétences et connaissances numériques : de moyennes à élevées
- Appréciation de l'utilisation des outils numériques au travail : élevée
- Utilisation des outils numériques du gouvernement : difficile

Fréquence d'utilisation d'Atlas : quotidienne

Satisfaction à l'égard d'Atlas : moyenne

Défis quotidiens :

- Effectuer des recherches au moyen du moteur de recherche dans Atlas.
- Naviguer entre les applications Apollo, wiki et Atlas, et avoir à s'identifier chaque fois.

Caractéristiques les plus importantes : Mises à jour sur les initiatives de l'Agence, bulletins de première ligne, activités à venir, mises à jour sur les initiatives des directions générales, mises à jour sur les initiatives régionales et nouvelles régionales.

2.1.4 Mise à l'essai de l'arborescence

Dans cette phase de l'étude, nous avons effectué un tri de cartes inversé, également appelé mise à l'essai de l'arborescence. L'objectif principal de cette mise à l'essai est d'évaluer le rendement d'une architecture de l'information avec les utilisateurs d'un site Web, d'un site intranet ou d'une application. La mise à l'essai de l'arborescence consiste en une série de tâches que les utilisateurs doivent effectuer. Dans une mise à l'essai de l'arborescence, l'architecture de l'information est évaluée sans artifice, c'est-à-dire dans un environnement épuré, sans couleur, sans thème, sans éléments de conception, afin d'éviter de fausser les résultats. Les résultats permettent de valider ou d'invalider l'architecture de l'information ou d'effectuer les ajustements nécessaires.

Dans le cadre de notre projet, nous avons mis à l'essai l'arborescence de navigation élaborée au cours de la phase 2 (entrevues et tri de cartes). L'arborescence a été évaluée par de vrais utilisateurs du site intranet Atlas. L'invitation à participer à la mise à l'essai a été faite au moyen d'un lien ouvert publié dans Atlas pendant une semaine. Au total, 1 194 utilisateurs ont testé l'arborescence anglaise, et 200 utilisateurs ont testé l'arborescence française.

Dix tâches ont été proposées aux utilisateurs. Pour chaque tâche, on a demandé aux répondants d'indiquer dans quelles branches du menu et sous quelles feuilles de l'arborescence ils pensaient pouvoir trouver les renseignements qu'ils cherchaient. Les éléments de menu qui ont été sélectionnés pour faire partie de la mise à l'essai ont été choisis au hasard. Une fois les éléments de menu choisis, nous avons élaboré les tâches correspondantes.

L'analyse des résultats de la mise à l'essai de l'arborescence a été effectuée en calculant le taux de réussite de chaque tâche : nous avons évalué les éléments de menu qui ont été visités en premier pour effectuer chaque tâche ainsi que les destinations finales des utilisateurs pour chaque tâche.

2.1.4.1 Les tâches

Les dix tâches qui ont été créées pour analyser l'arborescence sont les suivantes :

1. Vous aimeriez obtenir des renseignements sur le régime de soins de santé de la fonction publique.
2. Vous voulez apprendre de nouvelles façons de faire les choses et perfectionner vos compétences et aptitudes pour vous améliorer dans votre domaine professionnel.
3. Vous souhaitez passer en revue les procédures de contrôle des passagers et de l'équipage des navires.
4. Vous cherchez les renseignements biographiques et professionnels du vice-président de votre direction générale.
5. Vous voulez établir un contrat avec un fournisseur externe.
6. Vous cherchez de l'information sur les mesures d'adaptation de l'employeur pour les personnes handicapées.
7. Vous souhaitez connaître le numéro de téléphone du Bureau national de services de TI.
8. Vous aimeriez visionner la vidéo de la série de nouvelles hebdomadaires.
9. Vous voulez accéder à Apollo.
10. Vous voulez trouver le Bulletin opérationnel PRG-2019-09 – Nouvelle allégation pour le secteur commercial dans le Système intégré d'exécution des douanes (SIED) : renseignements inexacts.

Chaque tâche est associée à un élément particulier de l'arborescence, c'est-à-dire à un élément des menus qui correspond à la destination attendue des utilisateurs. Le taux de réussite d'une tâche est déterminé par la proportion de répondants qui ont correctement trouvé l'emplacement dans les menus où se trouvait le renseignement demandé, c'est-à-dire qu'ils

ont atteint la bonne destination. Voici les destinations de menu qui correspondent aux bonnes réponses pour chaque tâche :

Tâche 1 : Rémunération et avantages sociaux sous la rubrique « Employés » dans le menu principal

Tâche 2 : Formation et apprentissage sous la rubrique « Employés » dans le menu principal

Tâche 3 : Immigration sous la rubrique « Guides, manuels et procédures normales d'exploitation » du sous-menu « Outils »

Tâche 4 : Bureaux de la haute direction dans le menu « L'organisation / À propos de nous »

Tâche 5 : Approvisionnement et passation de marchés dans le menu « Outils »

Tâche 6 : Relations de travail dans le menu « Ressources humaines »

Tâche 7 : Service de dépannage dans le menu « Portail des TI »

Tâche 8 : *L'ASFC en bref* dans le menu « Nouvelles quotidiennes »

Tâche 9 : Apollo sous la rubrique « Gestion de l'information » du menu « Outils »

Tâche 10 : Commerce sous la rubrique « Bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » du menu « Nouvelles quotidiennes »

Le tableau suivant présente les taux de réussite pour chacune des tâches selon la langue de réponse au questionnaire et l'arborescence mise à l'essai. Un taux de réussite de 50 % ou plus est considéré comme bon alors qu'un taux de réussite inférieur à 50 % est considéré comme un faible taux de réussite qui mérite d'être étudié.

Tâche	Destination correspondant au taux de réussite	Taux de réussite en français	Taux de réussite en anglais
Vous aimeriez obtenir des renseignements sur le régime de soins de santé de la fonction publique.	Rémunération et avantages sociaux sous la rubrique « Employés » dans le menu principal	75 %	68 %
Vous voulez apprendre de nouvelles façons de faire les choses et perfectionner vos compétences et aptitudes pour vous améliorer dans votre domaine professionnel.	Formation et apprentissage sous la rubrique « Employés » dans le menu principal	24 %	57 %
Vous souhaitez passer en revue les procédures de contrôle des passagers et de l'équipage des navires.	Immigration sous la rubrique « Guides, manuels et procédures normales d'exploitation » du sous-menu « Outils »	9 %	5 %
Vous cherchez les renseignements biographiques et professionnels du vice-président de votre direction générale.	Bureaux de la haute direction dans le menu « L'organisation / À propos de nous »	22 %	53 %
Vous voulez établir un contrat avec un fournisseur externe.	Approvisionnement et passation de marchés dans le menu « Outils »	65 %	76 %
Vous cherchez de l'information sur les mesures d'adaptation de l'employeur pour les personnes handicapées.	Relations de travail dans le menu « Ressources humaines »	29 %	32 %

Vous souhaitez connaître le numéro de téléphone du Bureau national de services de TI.	Service de dépannage dans le menu « Portail des TI »	89 %	94 %
Vous aimeriez visionner la vidéo de la série de nouvelles hebdomadaires.	L'ASFC en bref dans le menu « Nouvelles quotidiennes »	67 %	40 %
Vous voulez accéder à Apollo.	Apollo sous la rubrique « Gestion de l'information » du menu « Outils »	77 %	69 %
Vous voulez trouver le Bulletin opérationnel PRG-2019-09 – Nouvelle allégation pour le secteur commercial dans le Système intégré d'exécution des douanes (SIED) : renseignements inexacts.	Commerce sous la rubrique « Bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » du menu « Nouvelles quotidiennes »	14 %	14 %

2.1.4.2 Résultats

Tout d'abord, analysons le taux de réussite de chaque tâche pour avoir une idée de celles qui ont été accomplies avec succès et de celles qui ont été moins réussies.

Taux de réussite des tâches

Les tâches 1, 5, 7 et 9 ont été accomplies avec succès par plus de 50 % des répondants aux mises à l'essai de l'arborescence en anglais et en français. Ces résultats confirment que l'arborescence et les étiquettes associées aux menus, et qui ont été utilisées dans ces tâches, sont adéquates et permettent aux utilisateurs d'effectuer correctement les tâches qu'ils doivent exécuter.

Les tâches 2, 4 et 8 ont été accomplies avec succès par plus de la moitié des répondants, mais seulement dans l'une ou l'autre langue, ce qui nous porte à croire que dans ces cas particuliers, un problème de formulation des menus ou des tâches à accomplir entre en jeu dans l'une ou l'autre des deux langues. Ces cas nécessitent une analyse plus approfondie.

Les tâches 3, 6 et 10 n'ont pas obtenu un taux de réussite supérieur à 50 %, et ce, dans les deux langues officielles. Ces résultats indiquent un problème assez grave dans l'exécution de ces tâches. Ces cas feront l'objet d'une analyse plus approfondie afin de déterminer la cause des taux d'échec élevés.

Analyse des premières visites

Dans le cadre de l'analyse des premières visites, on tient compte de la première place dans le menu principal, où les utilisateurs ont cliqué pour trouver l'information et exécuter la tâche demandée. Il s'agit d'un indice important pour savoir si la cause de l'échec de la recherche se trouve directement dans le menu principal.

La réponse attendue à la tâche 2 se trouve dans la rubrique « Formation et apprentissage » sous l'onglet « Employés » du menu principal. Le tableau suivant montre que 65 % des répondants au test en français et 60 % des répondants au test en anglais ont tenté d'accomplir la tâche sous la bonne rubrique du menu principal. C'est donc à un niveau inférieur de l'arborescence que se situe le problème.

Tâche 2	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	65 %	60 %
Outils	17 %	19 %
L'organisation / À propos de nous		1 %
Ressources humaines	18 %	18 %
Portail des TI	1 %	2 %
Nouvelles quotidiennes		1 %

Une fois dans le menu « Employés », de nombreux utilisateurs ont essayé d'effectuer la tâche en utilisant le sous-menu « Emploi et perfectionnement professionnel » plutôt que le sous-menu « Formation et apprentissage ». Il s'agit d'une erreur systématique relevée plus souvent en français qu'en anglais. Il s'agit probablement d'un effet induit par le vocabulaire utilisé pour ces éléments. Nous croyons qu'il serait sage de revoir le choix des mots de ces deux éléments pour les rendre plus distinctifs aux yeux des utilisateurs, et ainsi éviter toute confusion.

Destinations principales – Tâche 2	FRA	ANG
Prix et reconnaissance	3	
Programme d'aide aux employés	1	4
Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés	5	2
Équité en matière d'emploi et diversité		1
Intégrité, valeurs et éthique		
Emploi et perfectionnement professionnel	115	280
Santé et sécurité au travail		
Rémunération et avantages sociaux		3
Formation et apprentissage	47	673
Bien-être		2
Sécurité		2

La tâche 3 présente le plus faible taux de réussite de toutes les tâches qui ont été évaluées dans la mise à l'essai de l'arborescence. La bonne réponse à cette tâche a été trouvée sous la rubrique « Immigration » du sous-menu « Bibliothèque des guides, manuels et procédures normales d'exploitation » et sous la rubrique « Outils » du menu principal.

L'analyse de la première visite montre que les trois quarts des utilisateurs ont sélectionné le bon élément de menu : 76 % des utilisateurs francophones et 75 % des utilisateurs anglophones ont d'abord cliqué sur l'élément « Outils » du menu principal. L'emplacement de l'élément « Procédures » sous la rubrique « Outils » du menu principal est une bonne approche pour les utilisateurs. Cela signifie que les utilisateurs ont échoué à cette tâche au niveau inférieur de l'arborescence.

Tâche 3	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	16 %	13 %

Outils	76 %	75 %
L'organisation / À propos de nous	4 %	7 %
Ressources humaines	1 %	1 %
Portail des TI	3 %	2 %
Nouvelles quotidiennes	2 %	2 %

Une fois dans le sous-menu « Outils », la grande majorité des utilisateurs a cliqué sur « Bibliothèque des guides, manuels et procédures normales d'exploitation ». Il s'agit de la bonne chose à faire étant donné la destination à atteindre pour cette tâche. Tout indique qu'il s'agit du bon emplacement de l'élément « Procédures » dans l'arborescence de la rubrique « Bibliothèque des guides, manuels et procédures normales d'exploitation ».

Pour mener à bien la tâche qui consistait à « passer en revue les procédures de contrôle des passagers et de l'équipage des navires », des utilisateurs ont cliqué sur l'élément « Voyageurs » plutôt que sur l'élément « Immigration ». C'est au dernier niveau de l'arborescence que le problème est survenu. Selon notre analyse, il s'agit probablement d'un problème lié au fait que l'exercice de la mise à l'essai de l'arborescence est réalisé hors contexte. Nous croyons que dans un contexte de travail, les utilisateurs auraient probablement cliqué sur « Immigration » et non sur « Voyageurs » selon le contexte de la situation. On peut donc considérer que cet élément est classé comme il se doit.

Destinations principales – Tâche 3		FRA	ANG
Gestion de l'information			
	Apollo	2	4
	AIPRP		
Bibliothèque de formulaires et de modèles			
	Immigration		
	Secteur commercial		
	Voyageurs	1	1
	Exécution de la loi		
	Autres		
Guides, manuels et procédures normales d'exploitation			
	Immigration	17	58
	Secteur commercial	9	192
	Voyageurs	111	503
	Exécution de la loi	12	63
	Autres	10	151
Bibliothèque de politiques			
	Immigration		3
	Secteur commercial	1	15
	Voyageurs	9	25
	Exécution de la loi		2
	Autres		8
Volume des finances		1	
Approvisionnement et passation de marchés		1	3

Locaux et installations		2
-------------------------	--	---

Pour mener à bien la tâche 4, qui consiste à chercher le curriculum vitæ du vice-président de sa direction générale, les utilisateurs devaient cliquer sur « Bureaux de la haute direction » dans la section « L'organisation / À propos de nous » du menu principal. Le tableau suivant montre que la première visite a conduit les utilisateurs à la bonne destination : 72 % des utilisateurs francophones et 87 % des utilisateurs anglophones ont cliqué sur le bon élément. Il semble donc que le menu principal guide adéquatement les utilisateurs vers la bonne destination.

Tâche 4	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	11 %	4 %
Outils	1 %	
L'organisation / À propos de nous	72 %	87 %
Ressources humaines	17 %	7 %
Portail des TI	1 %	
Nouvelles quotidiennes	1 %	1 %

Cependant, la majorité des utilisateurs a choisi l'onglet « Structure organisationnelle de l'Agence / Directions générales, directions et divisions » plutôt que la rubrique « Bureaux de la haute direction » pour accomplir la tâche. Les utilisateurs anglophones n'ont pas fait cette erreur aussi souvent que les utilisateurs francophones. Nous croyons que le libellé des éléments de la rubrique « L'organisation / À propos de nous » du menu principal devrait être revu afin d'en clarifier le contenu et de présenter clairement le contenu des éléments.

Destinations principales – Tâche 4	FRA	ANG	
Structure organisationnelle de l'Agence / Directions générales, directions et divisions	125	475	
Bureaux de la haute direction	44	622	

Dans le cadre de la tâche 6, les utilisateurs devaient trouver des renseignements sur les mesures d'adaptation prévues par l'employeur pour les personnes handicapées. La destination de cette tâche se trouvait sous la rubrique « Relations de travail », qui se trouvait sous la rubrique « Ressources humaines » du menu principal. Cette tâche a connu un faible taux de réussite aux mises à l'essai de l'arborescence en français et anglais.

Tâche 6	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	39 %	39 %
Outils	4 %	4 %
L'organisation / À propos de nous	5 %	1 %
Ressources humaines	52 %	55 %

Portail des TI		
Nouvelles quotidiennes	1 %	1 %

L'analyse montre qu'un peu plus de la moitié des utilisateurs sont allés directement dans le menu principal sous la rubrique « Ressources humaines », mais la plupart d'entre eux ne pensaient pas trouver la bonne réponse à cette tâche dans « Relations de travail », qui aurait été la bonne destination pour mener à bien la tâche. Ils ont préféré revenir au menu « Employés » pour trouver l'élément qui correspondrait le mieux à la tâche demandée. Dans la plupart des cas, les utilisateurs ont sélectionné l'onglet « Équité en matière d'emploi et diversité ».

On peut conclure que le contenu du menu « Ressources humaines » n'est pas suffisamment clair et que les termes utilisés ne sont pas assez précis pour permettre aux utilisateurs de trouver ce qu'ils cherchent. Nous recommandons donc de revoir le libellé des éléments placés dans le sous-menu « Ressources humaines » en créant des catégories plus claires et en utilisant un vocabulaire précis.

Destination principale – Tâche 6	FRA	ANG
Relations de travail	58	376
Gestion du rendement	1	6
Dotation en personnel	7	96

La tâche 8 consistait à trouver le bon onglet pour visionner la vidéo de la série de nouvelles hebdomadaires. La destination se trouvait sous la rubrique « L'ASFC en bref », dans le menu principal sous la rubrique « Nouvelles quotidiennes ». Cette tâche a été moins réussie en anglais qu'en français. L'analyse de la première visite montre que huit utilisateurs sur dix ont cliqué sur le bon élément dans le menu principal pour trouver la vidéo. Il est donc possible de conclure que cet élément est placé au bon endroit dans le menu principal.

Tâche 8	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	8 %	3 %
Outils	2 %	1 %
L'organisation / À propos de nous	8 %	7 %
Ressources humaines	1 %	1 %
Portail des TI	2 %	1 %
Nouvelles quotidiennes	81 %	88 %

Cependant, une fois dans le sous-menu « Nouvelles quotidiennes », la plupart des utilisateurs ont pensé qu'ils pouvaient trouver la vidéo de la série de nouvelles hebdomadaires en cliquant sur « Nouvelles et galeries de photos ». Cette erreur a été commise plus régulièrement chez les utilisateurs de l'arborescence anglaise que chez les utilisateurs de l'arborescence française. Le libellé de la vidéo de la série de nouvelles hebdomadaires devrait probablement être révisé pour qu'il soit plus facile à repérer pour les utilisateurs d'Atlas. Notons cependant qu'il est placé sous la bonne rubrique.

Destinations principales – Tâche 8		FRA	ANG
Priorités et initiatives de l'Agence et des directions générales		3	2
<i>L'ASFC en bref</i>		133	474
L'ASFC donne!		1	7
Calendrier des activités		1	4
Bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents			
	Immigration		
	Secteur commercial		2
	Voyageurs	1	
	Exécution de la loi		2
	Autres	1	6
Messages des dirigeants		2	7
Nouvelles et galeries de photos		46	619

La tâche 10 est l'une des tâches ayant le plus faible taux de réussite parmi les utilisateurs. Elle consistait à trouver le Bulletin opérationnel PRG-2019-09 – Nouvelle allégation pour le secteur commercial dans le Système intégré d'exécution des douanes (SIED) : renseignements inexacts. La destination de cette tâche se trouvait sous la rubrique « Commerce » dans la section « Bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » et sous « Nouvelles quotidiennes » dans le menu principal.

Tâche 10	Première visite en français	Première visite en anglais
Employés	14 %	12 %
Outils	66 %	63 %
L'organisation / À propos de nous	4 %	5 %
Ressources humaines	1 %	1 %
Portail des TI	3 %	4 %
Nouvelles quotidiennes	13 %	14 %

Seulement un peu plus d'un utilisateur sur dix a correctement cherché l'information sous « Nouvelles quotidiennes » alors que la majorité d'entre eux est allée directement dans l'onglet « Outils » du menu principal. Cela indique clairement que les bulletins opérationnels de première ligne ne sont pas situés au bon endroit dans l'arborescence. Nous recommandons fortement de les classer sous l'onglet « Outils » dans l'arborescence proposée pour la refonte d'Atlas.

La plupart des utilisateurs ont indiqué qu'ils pensaient pouvoir trouver l'information qu'ils cherchaient pour accomplir cette tâche dans l'onglet « Affaires » de la « Bibliothèque des guides et manuels et des procédures normales d'exploitation ». Nous sommes en mesure de croire que si les bulletins opérationnels de première ligne avaient été placés sous la rubrique « Outils » du menu principal, le taux de réussite de cette tâche aurait été supérieur.

Destinations principales – Tâche 10	FRA	ANG
-------------------------------------	-----	-----

Gestion de l'information			
	Apollo	1	8
	AIPRP		3
Bibliothèque de formulaires et de modèles			
	Immigration	1	1
	Secteur commercial	4	10
	Voyageurs		
	Exécution de la loi	2	10
	Autres		2
Guides, manuels et procédures normales d'exploitation			
	Immigration	93	437
	Secteur commercial	2	15
	Voyageurs	17	140
	Exécution de la loi	5	58
	Autres	93	437
Bibliothèque de politiques			
	Immigration		1
	Secteur commercial	15	86
	Voyageurs	1	6
	Exécution de la loi	2	23
	Autres		5
Volume des finances			2
Approvisionnement et passation de marchés		2	1
Locaux et installations			1

2.1.4.3 Recommandations finales concernant l'architecture de l'information dans Atlas

L'analyse des premières visites et des principales destinations pour chacune des tâches correspond, dans la majorité des cas, adéquatement aux attentes des utilisateurs. Toutefois, il y a d'importantes leçons à tirer en vue de l'élaboration de l'architecture de l'information définitive pour la refonte du site Atlas :

6. L'élément « Bulletins opérationnels et publications du Centre national des documents » doit être classé dans le menu principal « Outils » et non dans le menu « Nouvelles quotidiennes ».
7. Certains éléments, tels qu'ils figurent actuellement dans Atlas, devraient être renommés pour clarifier leur contenu.
 - a. On peut facilement confondre l'onglet « Emploi et perfectionnement professionnel » et l'onglet « Formation et apprentissage ».
 - b. Les onglets « Structure organisationnelle de l'Agence / Directions générales, directions et divisions » et « Bureaux de la haute direction » ne permettent pas aux utilisateurs de savoir de manière adéquate le contenu qu'ils pourraient y trouver.
 - c. Les renseignements qui se trouvent dans l'onglet « Ressources humaines » doivent être révisés. Pour l'instant, une partie des renseignements qui se trouve sous la rubrique « Ressources humaines » est également cherchée dans le menu « Employés ». Il faudrait s'employer à clarifier et à réorganiser ces renseignements.

- d. L'emplacement du contenu de la série de vidéos hebdomadaires dans l'onglet « Nouvelles quotidiennes » devrait être clairement repérable pour faciliter la tâche des utilisateurs.
8. Les résultats de la mise à l'essai de l'arborescence indiquent que le menu principal créé par les employés lors du tri de cartes guide correctement les utilisateurs dans leur tâche sur l'intranet.
 9. L'exactitude des bibliothèques de formulaires, de guides, de manuels, de politiques et de bulletins sur différents sujets, comme l'immigration, le commerce, les voyages, etc., aide les utilisateurs à orienter et à préciser leur recherche. Dans un environnement de travail réel, nous croyons que cette approche est prometteuse.
 10. Nous ne prétendons pas avoir évalué, au moyen d'une mise à l'essai de l'arborescence, toutes les catégories et tous les éléments des sous-menus. L'ASFC doit systématiquement s'efforcer de clarifier le libellé des catégories pour chaque élément.

2.1.4.4 L'arborescence proposée

Page d'accueil

Employé

- Prix et reconnaissance
- Programme d'aide aux employés
- Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés
- Équité en matière d'emploi et diversité
- Intégrité, valeurs et éthique
- Emplois et perfectionnement professionnel
- Santé et sécurité au travail
- Rémunération et avantages sociaux
- Formation et apprentissage
- Bien-être
- Sécurité

Outils

Gestion de l'information

- Apollo
- AIPRP

Bibliothèque de formulaires et de modèles

- Immigration
- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes

Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents

- Immigration
- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes

Guides, manuels et procédures normales d'exploitation

- Immigration

- Commerce
- Voyageurs
- Exécution de la loi
- Autres thèmes
- Bibliothèque de politiques
 - Immigration
 - Commerce
 - Voyageurs
 - Exécution de la loi
 - Autres thèmes
- Volume des finances
- Approvisionnement et passation de marchés
- Locaux et installations
- L'organisation / À propos de nous
 - Organigramme de l'Agence / À propos des directions générales, directions et divisions
 - Bureaux de la haute direction
- Ressources humaines
 - Relations de travail
 - Gestion du rendement
 - Dotation en personnel
- Portail des TI
 - Service de dépannage
 - Portail des TI
 - SSMAEC
 - SIED
 - SAE
 - LSE
- Nouvelles quotidiennes
 - Priorités et initiatives de l'Agence et des directions générales
 - L'ASFC en bref* (série vidéo)
 - L'ASFC donne / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)
 - Calendrier des activités
 - Messages des dirigeants
 - Nouvelles et galeries de photos

2.2 Internet

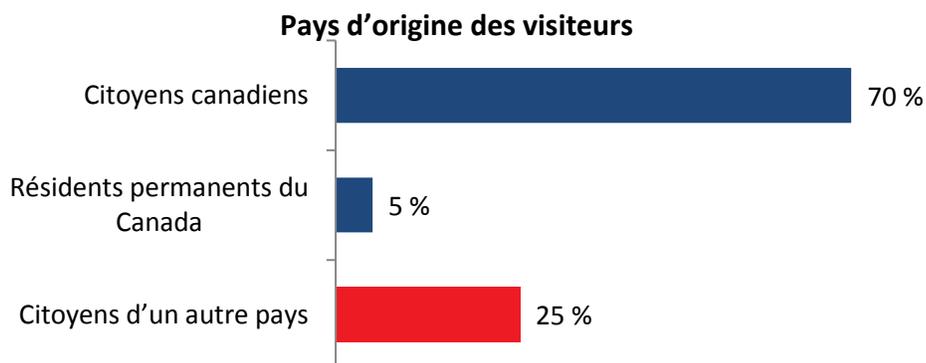
2.2.1 Sondage en ligne

Comme mentionné précédemment, ce volet de l'étude s'intéresse aux personnes visitant la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

2.2.1.1 Profil

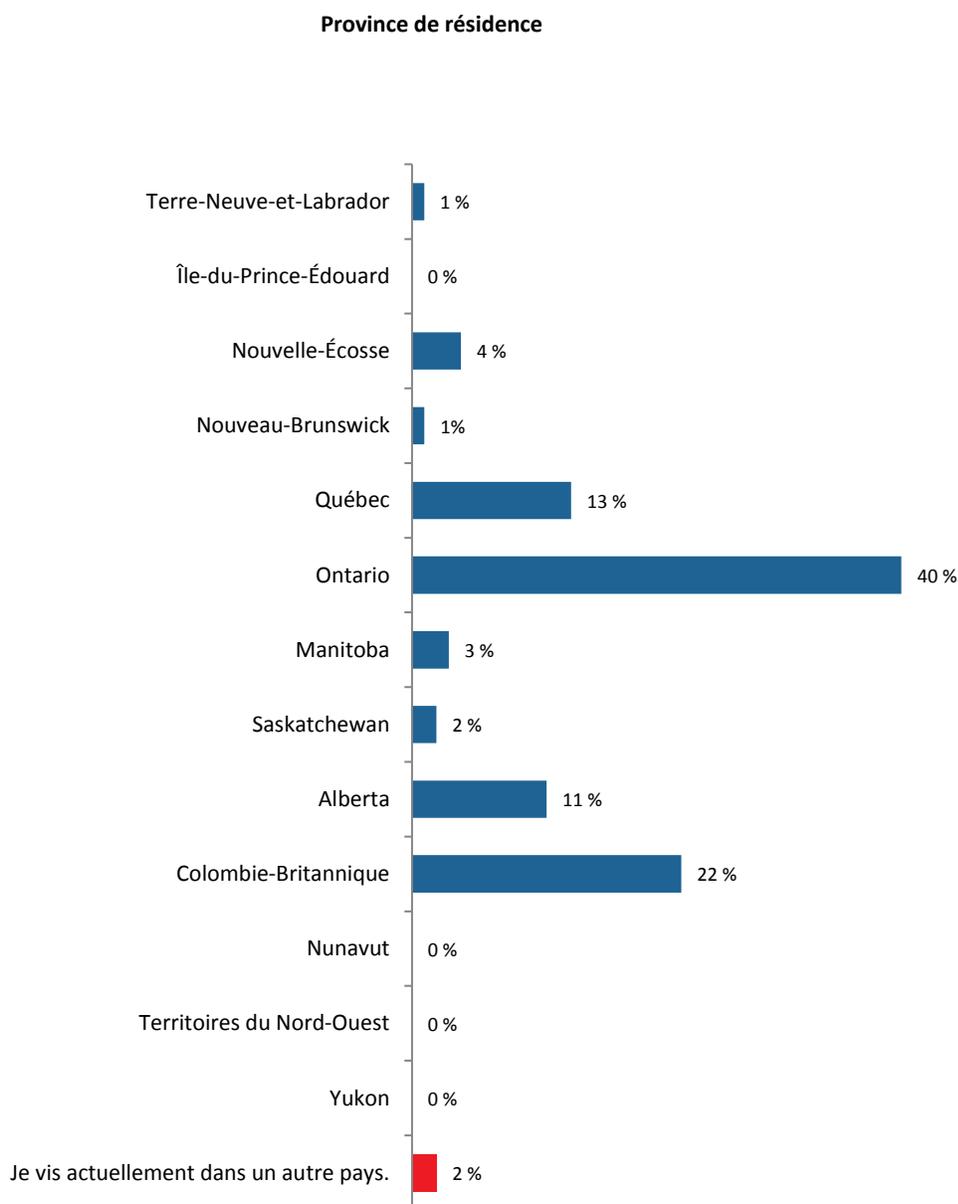
Les trois quarts (75 %) des visiteurs du site Web de l'ASFC sont des Canadiens ou des résidents permanents du Canada. Plus précisément sept sur dix (70 %) sont des citoyens canadiens, et 5 % sont des résidents permanents du Canada. Le dernier quart (25 %) des visiteurs sont citoyens d'un autre pays.

Figure 5.1. Réponse à la question D1 : Êtes-vous un citoyen canadien, un résident permanent du Canada ou un citoyen d'un autre pays? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



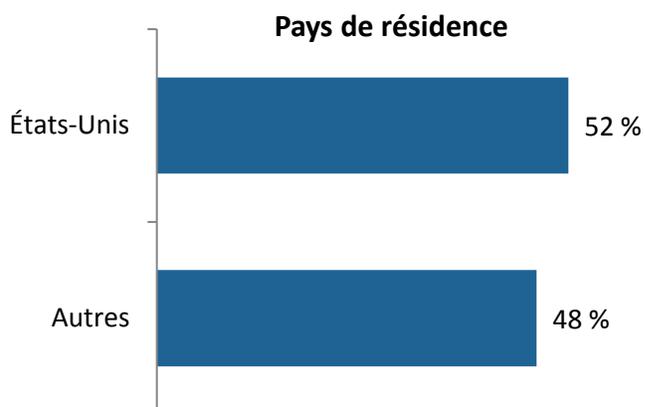
Les citoyens canadiens qui ont visité le site Web de l’ASFC sont en majorité des Ontariens (40 %), environ un sur cinq provient de la Colombie-Britannique (22 %), et environ un sur dix est Québécois (13 %) ou Albertain (11 %). Ils sont moins nombreux à vivre dans les provinces de l’Atlantique (6 %) ou dans les Prairies (5 %). Seule une minorité (2 %) vit actuellement dans un autre pays.

Figure 5.2. Réponse à la question D2 : Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous? Base : Canadiens ou résidents permanents (n = 2 042)



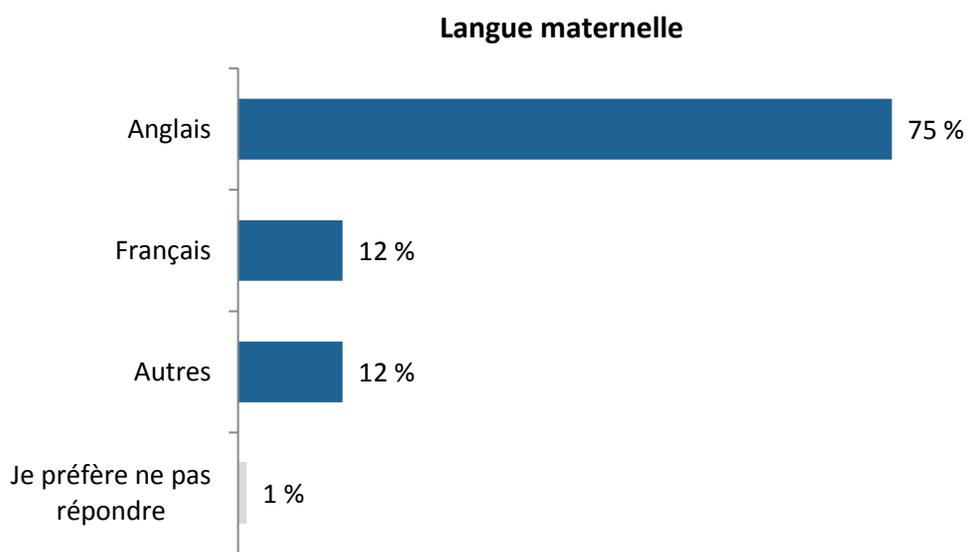
La moitié des visiteurs non-canadiens de l'ASFC sont des Américains (52 %). Les autres visiteurs vivent dans 20 autres pays. (Pour des résultats plus détaillés, veuillez-vous reporter à l'annexe H.)

Figure 5.3. Réponse à la question D3 : Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Non-Canadiens (n = 687)



Les trois quarts des visiteurs du site Web sont anglophones (75 %), et environ un sur dix est francophone (12 %) ou allophone (12 %).

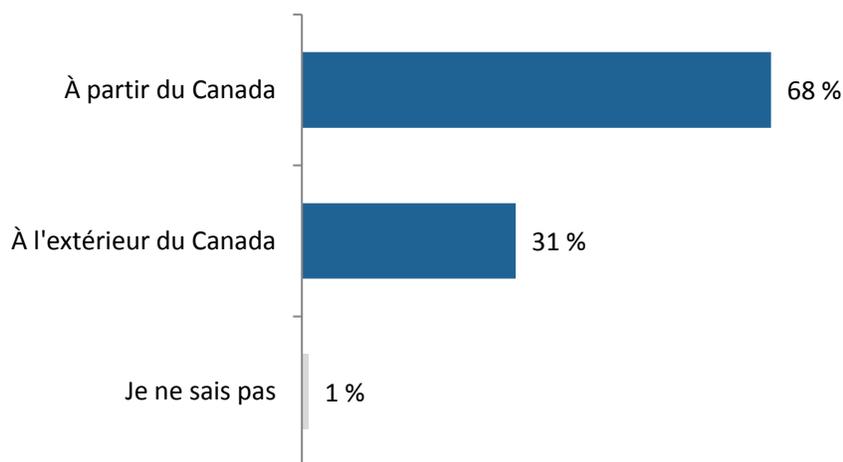
Figure 5.4. Réponse à la question D5 : Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants (n = 2 729)



Les deux tiers (68 %) des visiteurs ont accédé au site Web de l'ASFC à partir du Canada, et trois sur dix (31 %) à partir de l'extérieur du pays.

Figure 5.5. Réponse à la question D4 : Avez-vous accédé au site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada à partir du Canada ou à l'extérieur du pays? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants (n = 2 729)

Accès au site Web de l'ASFC à partir du Canada ou à l'extérieur du pays



Huit visiteurs sur dix (78 %) du site Web de l'ASFC planifient actuellement un voyage et 17 % ne prévoient pas de voyage actuellement. Les non-Canadiens (88 %) sont plus susceptibles de planifier actuellement un voyage.

Figure 5.6. Réponse à la question B7 : Planifiez-vous actuellement un voyage? Base : Tous les répondants (n = 2 729)

Visiteurs planifiant actuellement un voyage

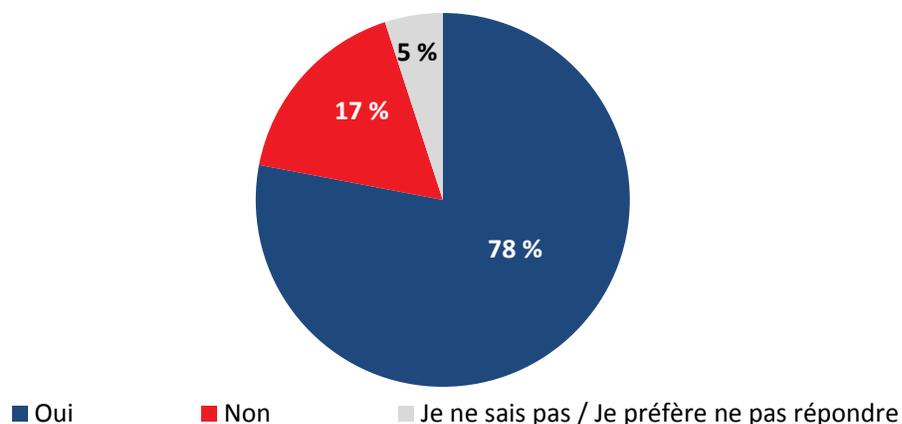


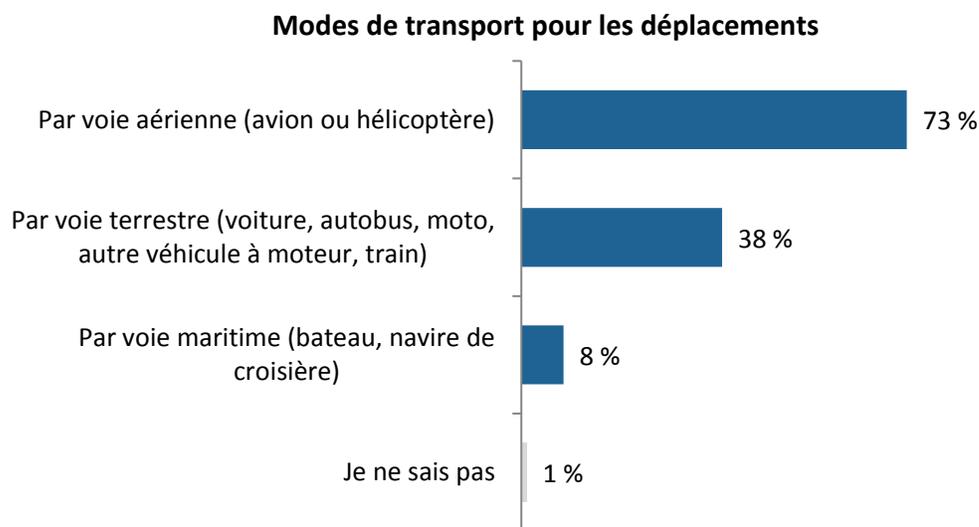
Tableau 5.1. Visiteurs planifiant actuellement un voyage selon le pays d'origine

B7. Planifiez-vous actuellement un voyage? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Oui	78 %	75 %-	88 %+
Non	17 %	21 %+	7 %-
Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre	5 %	5 %	5 %

Les trois quarts (73 %) des répondants qui planifient un voyage ont l'intention de le faire par voie aérienne, quatre sur dix (38 %) ont l'intention de voyager par voie terrestre, et 8 % prévoient le faire par voie maritime.

Figure 5.7. Réponse à la question B8 : Comment avez-vous l'intention de vous déplacer? PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Répondants qui planifient actuellement un voyage (n = 2 131)

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.



Les Canadiens et les résidents permanents (79 %) sont plus susceptibles d’avoir l’intention de voyager par voie aérienne, et les non-Canadiens sont plus susceptibles de le faire par voie terrestre (47 %) ou maritime (13 %).

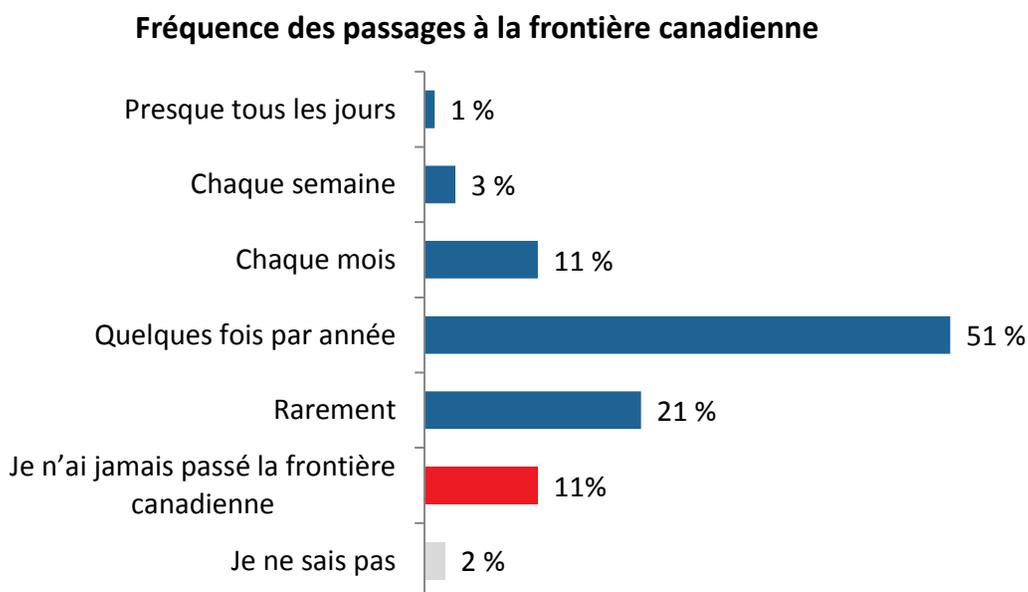
Tableau 5.2. Modes de transport pour les déplacements selon le pays d’origine des visiteurs

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.

B8. Comment avez-vous l’intention de vous déplacer? PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Répondants qui planifient actuellement un voyage	Total	Canadiens et résidents permanents	Non- Canadiens
n = (non pondéré)	2 131	1 526	605
Par voie aérienne (avion ou hélicoptère)	73 %	79 %+	56 %-
Par voie terrestre (voiture, autobus, moto, autre véhicule à moteur, train)	38 %	34 %-	47 %+
Par voie maritime (bateau, navire de croisière)	8 %	5 %-	13 %+
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %

La moitié (51 %) des visiteurs du site Web de l’ASFC traversent la frontière quelques fois par année, et 15 % le font moins souvent, surtout chaque mois (11 %). Deux visiteurs sur dix (21 %) le font rarement, et 11 % ne l’ont jamais fait.

Figure 5.8. Réponse à la question B10 : À quelle fréquence passez-vous la frontière canadienne? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de franchir la frontière canadienne au moins une fois par année (83 %). De leur côté, les non-Canadiens sont plus susceptibles de le faire rarement (43 %) ou de ne l'avoir jamais fait (38 %).

Tableau 5.3. Fréquence des passages à la frontière canadienne selon le pays d'origine des visiteurs

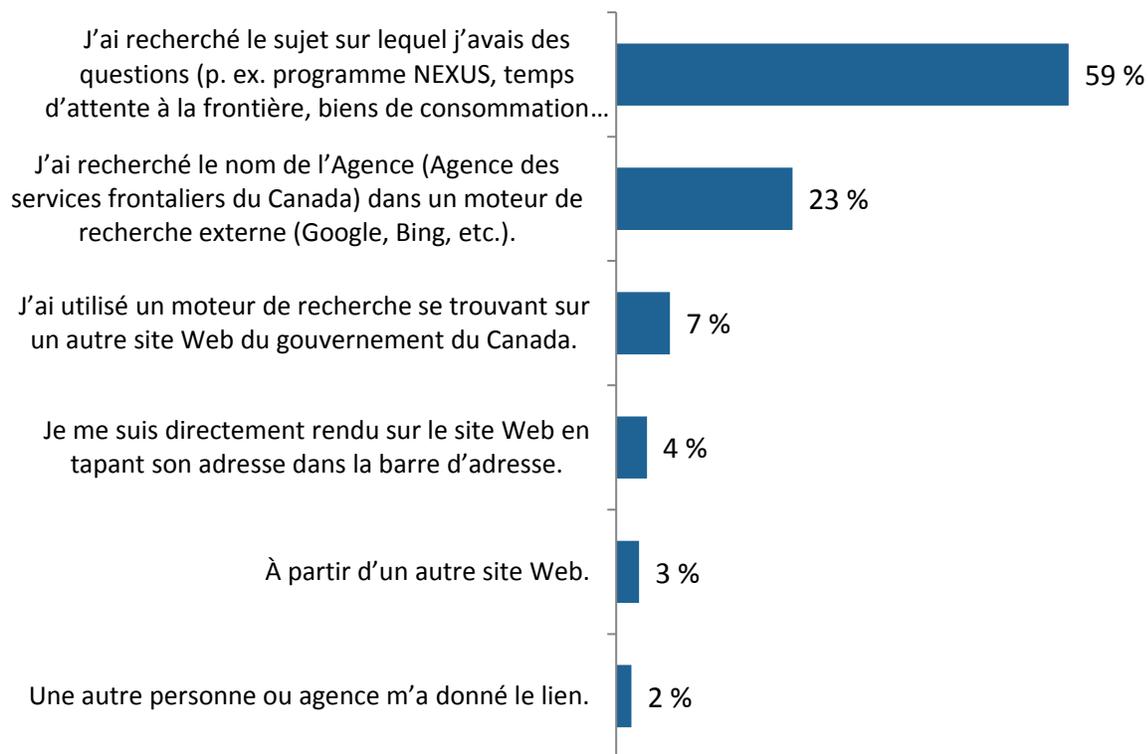
B10. À quelle fréquence passez-vous la frontière canadienne? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Presque tous les jours	1 %	1 %	1 %
Chaque semaine	3 %	4 %+	1 %-
Chaque mois	11 %	14 %+	2 %-
Quelques fois par année	51 %	64 %+	13 %-
Rarement	21 %	14 %-	43 %+
Je n'ai jamais passé la frontière canadienne	11 %	2 %-	38 %+
Je ne sais pas	2 %	1 %-	3 %+

2.2.1.2 Comportement des visiteurs du site Web

La plupart (59 %) des visiteurs du site Web de l'ASFC sont arrivés sur le site Web après avoir effectué une recherche dans un moteur de recherche externe, et près du quart (23 %) en faisant une recherche à l'aide des mots clés de recherche « Agence des services frontaliers du Canada » dans un moteur de recherche externe. Les visiteurs étaient moins nombreux à accéder au site Web en utilisant un moteur de recherche sur un autre site Web du gouvernement du Canada (7 %), en naviguant directement sur le site Web en inscrivant l'adresse dans la barre d'adresse (4 %) ou à partir d'un autre site Web (3 %).

Figure 5.9. Réponse à la question A1 : Comment êtes-vous arrivé sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants (n = 2 729)

Façons d'arriver sur le site Web de l'ASFC



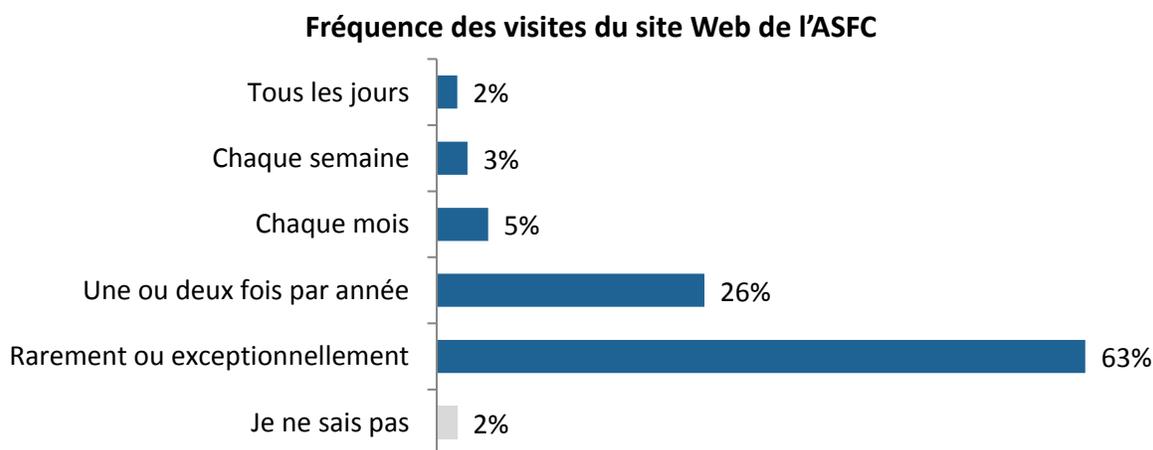
Les Canadiens et les résidents permanents (64 %) sont plus susceptibles d'être arrivés sur le site Web après avoir effectué une recherche dans un moteur de recherche externe. Les non-Canadiens sont plus susceptibles d'être arrivés sur le site Web en utilisant un moteur de recherche sur un autre site Web du gouvernement du Canada (13 %) ou à partir d'un autre site Web (9 %).

Tableau 5.4. Façons d'arriver sur le site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

A1. Comment êtes-vous arrivé sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
J'ai recherché le sujet sur lequel j'avais des questions (p. ex. : programme NEXUS, temps d'attente à la frontière, biens de consommation autorisés à la frontière, etc.) à l'aide d'un moteur de recherche externe (Google, Bing, etc.).	59 %	64 %+	46 %-
J'ai recherché le nom de l'Agence (Agence des services frontaliers du Canada) dans un moteur de recherche externe (Google, Bing, etc.).	23 %	23 %	22 %
J'ai utilisé un moteur de recherche se trouvant sur un autre site Web du gouvernement du Canada.	7 %	5 %-	13 %+
Je me suis directement rendu sur le site Web en tapant son adresse dans la barre d'adresse.	4 %	4 %	5 %
À partir d'un autre site Web.	3 %	2 %-	9 %+
Une autre personne ou agence m'a donné le lien.	2 %	1 %-	5 %+

Six visiteurs sur dix (63 %) du site Web de l'ASFC le visitent rarement ou exceptionnellement. Le quart des visiteurs (26 %) le visitent une ou deux fois par année, et environ 10 % le visitent plus souvent qu'une ou deux fois par année.

Figure 5.10. Réponse à la question A2 : À quelle fréquence visitez-vous le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



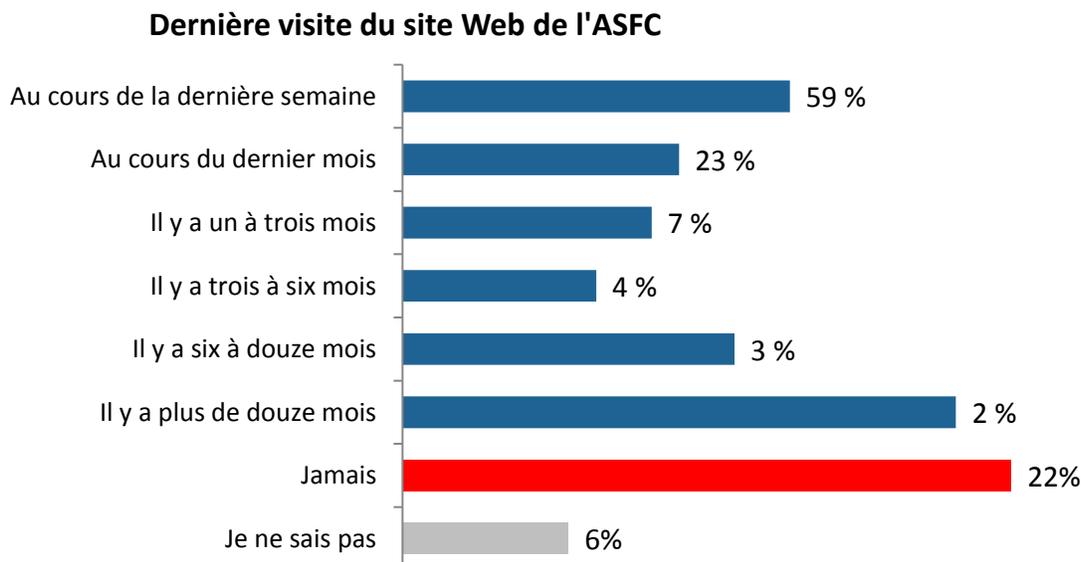
Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de visiter le site Web de l'ASFC une ou deux fois par année (30 %) ou tous les mois (5 %). De leur côté, les non-Canadiens sont plus susceptibles de le visiter rarement ou exceptionnellement (75 %).

Tableau 5.5. Fréquence des visites du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

A2. À quelle fréquence visitez-vous le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Tous les jours	2 %	1 %	2 %
Chaque semaine	3 %	3 %	4 %
Chaque mois	5 %	5 %+	3 %-
Une ou deux fois par année	26 %	30 %+	12 %-
Rarement ou exceptionnellement	63 %	58 %-	75 %+
Je ne sais pas	2 %	2 %-	5 %+

Un visiteur sur cinq (22 %) du site Web de l'ASFC le consultait pour la première fois. Quatorze pour cent (14 %) l'avaient visité la semaine précédente, environ deux sur dix (19 %) au cours des trois derniers mois, et une proportion semblable de visiteurs (19 %) l'avaient visité entre trois et douze mois auparavant. Enfin, un visiteur sur cinq (20 %) l'avait consulté il y a plus d'un an.

Figure 5.11. Réponse à la question A3 : Quand avez-vous visité le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada pour la dernière fois? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



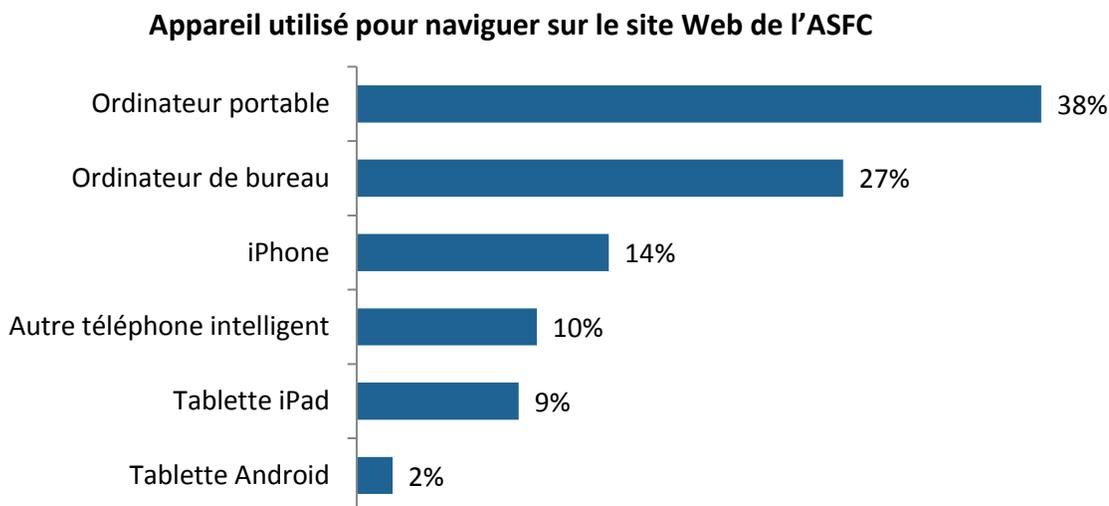
Les non-Canadiens sont plus susceptibles de n’avoir jamais visité le site Web auparavant (48 %) ou de l’avoir visité au cours de la dernière semaine (16 %). En revanche, les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de l’avoir visité entre une semaine et 12 mois auparavant (45 %) ou plus d’un an auparavant (23 %).

Tableau 5.6. Dernière visite du site Web de l’ASFC selon le pays d’origine des visiteurs

A3. Quand avez-vous visité le site Web de l’Agence des services frontaliers du Canada pour la dernière fois? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Au cours de la dernière semaine	14 %	13 %-	16 %+
Au cours du dernier mois	10 %	12 %+	5 %-
Il y a un à trois mois	9 %	11 %+	5 %-
Il y a trois à six mois	7 %	8 %+	4 %-
Il y a six à douze mois	12 %	14 %+	7 %-
Il y a plus de douze mois	20 %	23 %+	11 %-
Jamais	22 %	13 %-	48 %+
Je ne sais pas	6 %	7 %+	4 %-

Quatre visiteurs sur dix (38 %) ont utilisé leur ordinateur portable pour naviguer dans le site Web de l’ASFC, et un quart des visiteurs (27 %) ont utilisé un ordinateur de bureau. Un quart (24 %) des visiteurs ont plutôt utilisé un téléphone intelligent, comme un iPhone (14 %) ou un autre appareil mobile (10 %). Enfin, une personne sur dix (9 %) a utilisé une tablette iPad, et 2 % une tablette Android.

Figure 5.12 Réponse à la question A4 : Quel appareil utilisez-vous pour naviguer sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles d'avoir navigué sur le site Web à l'aide de leur tablette iPad (10 %), tandis que les non-Canadiens sont plus susceptibles d'avoir utilisé un autre type de téléphone intelligent que l'iPhone (15 %).

Tableau 5.7. Appareil utilisé pour naviguer sur le site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

A4. Quel appareil utilisez-vous pour naviguer sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Ordinateur portable	38 %	39 %	36 %
Ordinateur de bureau	27 %	27 %	27 %
iPhone	14 %	14 %	14 %
Autre téléphone intelligent	10 %	8 %-	15 %+
Tablette iPad	9 %	10 %+	6 %-
Tablette Android	2 %	2 %	2 %

Seule une minorité de répondants qui avaient déjà visité le site Web de l'ASFC (6 %) ont eu de la difficulté à y accéder. Il n'y a aucune différence entre les Canadiens, les résidents permanents et les non-Canadiens.

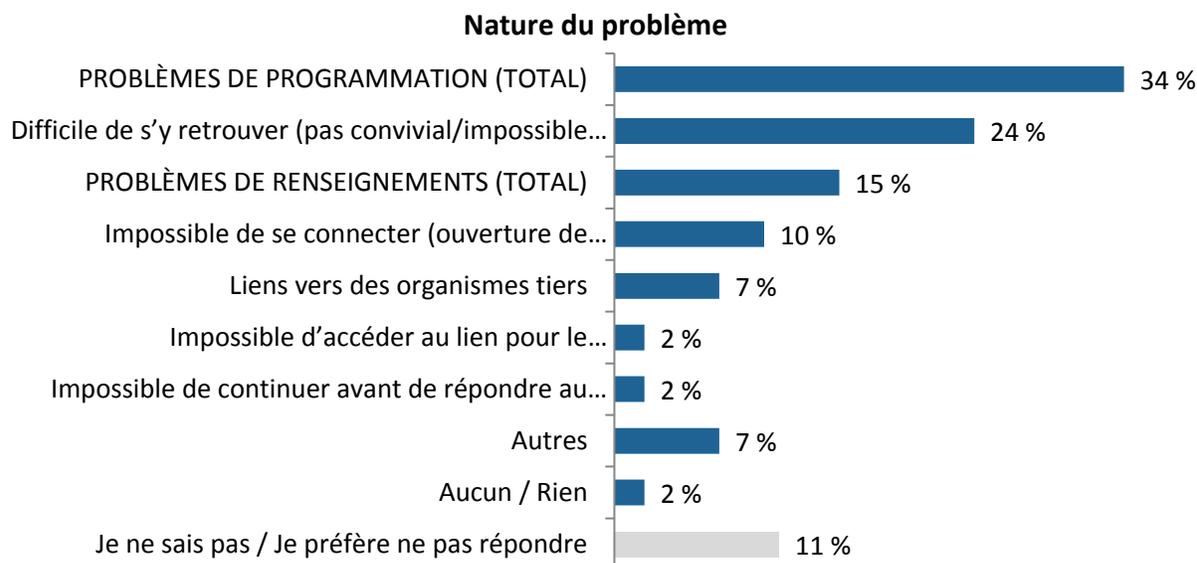
Figure 5.13. Réponse à la question A5 : Avez-vous déjà eu de la difficulté à accéder au site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Répondants ayant visité le site Web de l'ASFC (n = 1 961)

Problèmes antérieurs d'accès au site Web de l'ASFC



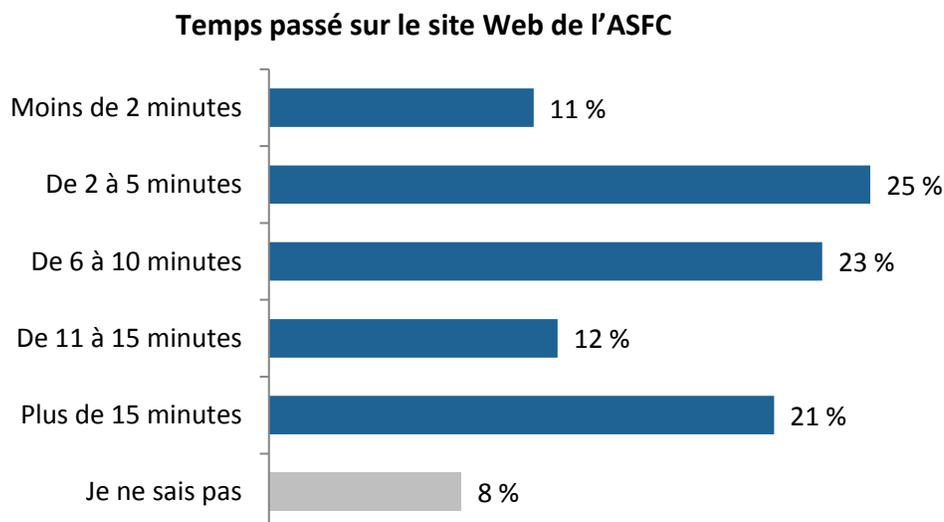
Le tiers des répondants qui ont déjà eu de la difficulté à accéder au site Web de l'ASFC ont mentionné divers problèmes de programmation (34 %), le quart des répondants (24 %) ont mentionné qu'il était difficile de s'y retrouver, et 15 % ont mentionné des problèmes relatifs aux renseignements. De plus, une personne sur dix ne pouvait pas se connecter (10 %). D'autres ont mentionné les liens vers les organismes tiers (7 %), et seulement quelques répondants ont mentionné d'autres problèmes, comme le fait qu'ils ne pouvaient pas accéder au lien pour le renouvellement NEXUS sur leur appareil mobile (2 %) ou qu'ils ne pouvaient pas continuer avant de répondre au sondage (2 %). (Pour des résultats plus détaillés, veuillez consulter le tableau A.1 de l'annexe C).

Figure 5.14. Réponse à la question 5A : Quelle était la nature du problème? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants qui ont déjà eu de la difficulté à accéder au site Web de l'ASFC (n = 123)



Un tiers (36 %) des visiteurs du site Web de l'ASFC y ont consacré 5 minutes ou moins, environ un quart (23 %) y ont consacré de 6 à 10 minutes, et un autre tiers des visiteurs (33 %) y ont consacré plus de 10 minutes.

Figure 5.15. Réponse à la question A6 : Combien de temps avez-vous passé sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada pendant votre visite? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



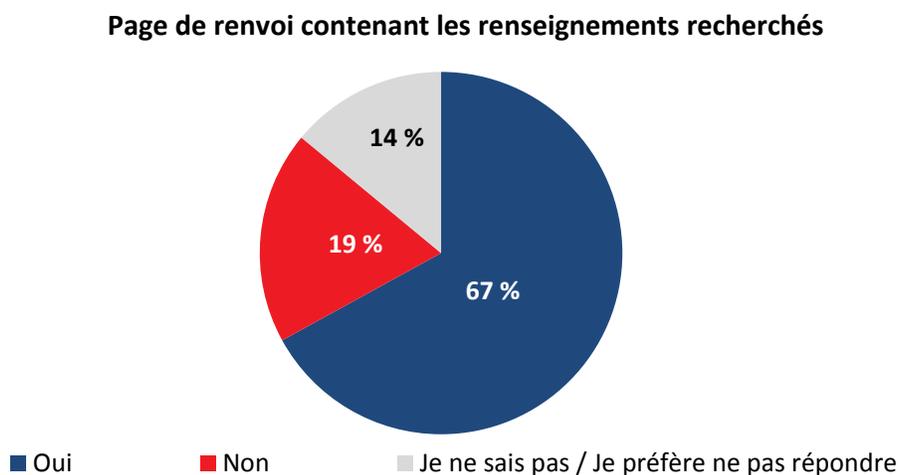
Les visiteurs non-canadiens (37 %) sont plus susceptibles d’avoir passé plus de 10 minutes à naviguer sur le site Web de l’ASFC.

Tableau 5.10. Temps passé sur le site Web de l’ASFC selon le pays d’origine des visiteurs

A6. Combien de temps avez-vous passé sur le site Web de l’Agence des services frontaliers du Canada pendant votre visite? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
5 minutes ou moins (total)	36 %	37 %	33 %
Moins de 2 minutes	11 %	12 %+	8 %-
De 2 à 5 minutes	25 %	25 %	25 %
De 6 à 10 minutes	23 %	24 %	22 %
Plus de 10 minutes (total)	33 %	31 %-	37 %+
De 11 à 15 minutes	12 %	12 %	12 %
Plus de 15 minutes	21 %	19 %-	25 %+
Je ne sais pas	8 %	8 %	8 %

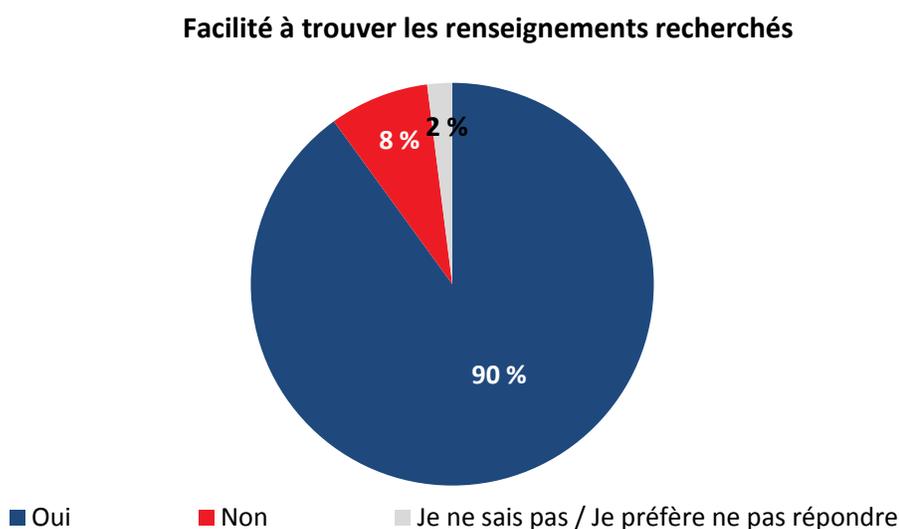
Les deux tiers (67 %) des visiteurs du site Web de l’ASFC ont trouvé les renseignements qu’ils cherchaient sur la page de renvoi, mais 19 % ne les ont pas trouvés.

Figure 5.16. Réponse à la question A7 : La page sur laquelle vous êtes tombé contenait-elle les renseignements que vous recherchez? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



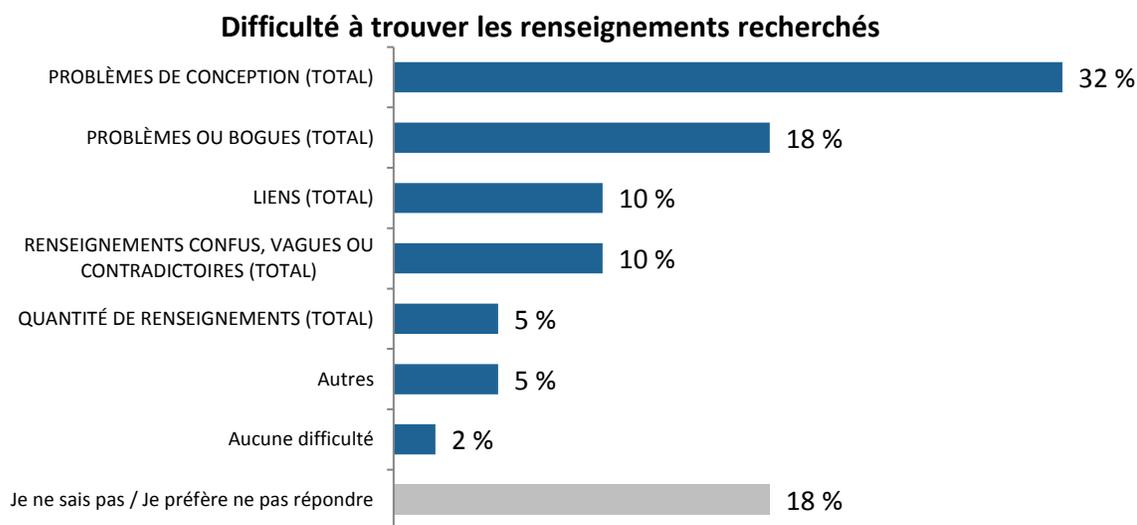
La majorité (90 %) des visiteurs a mentionné qu'il était facile de trouver les renseignements sur la page de renvoi. À l'inverse, 8 % ont affirmé le contraire.

Figure 5.17. Réponse à la question A8 : Avez-vous eu de la facilité à trouver des renseignements sur la page sur laquelle vous êtes tombé? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les renseignements qu'ils cherchaient sur la page de renvoi (n = 1 829)



Les principales difficultés rencontrées pour trouver les renseignements sur la page de renvoi découlent de problèmes de conception (32 %). Des problèmes ou des bogues ont également été mentionnés par un répondant sur cinq (18 %) qui a affirmé qu'il n'était pas facile de trouver les renseignements cherchés. Un répondant sur dix a également mentionné des problèmes concernant les liens (10 %) et la présence de renseignements confus, vagues ou contradictoires (10 %). Enfin, 5 % ont mentionné que la quantité de renseignements fournis leur posait problème. (Pour des résultats plus détaillés, veuillez consulter le tableau A.2 de l'annexe C.)

Figure 5.18. Réponse à la question A8A : En quoi était-il difficile de trouver des renseignements sur la page? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants qui ont dit qu'il n'était pas facile de trouver les renseignements recherchés (n = 146)



Les non-Canadiens sont plus susceptibles de se plaindre du caractère confus, vague ou contradictoire des renseignements (32 %).

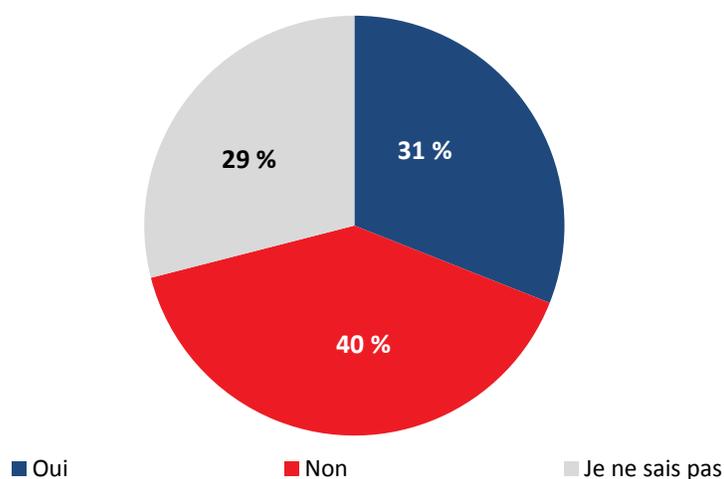
Tableau 5.13. Difficulté à trouver les renseignements recherchés selon le pays d'origine des visiteurs

A8A. En quoi était-il difficile de trouver des renseignements sur la page? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants qui ont dit qu'il n'était pas facile de trouver les renseignements recherchés	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	146	115	31
PROBLÈMES DE CONCEPTION (TOTAL)	32 %	36 %	19 %
PROBLÈMES OU BOGUES (TOTAL)	18 %	17 %	19 %
LIENS (TOTAL)	10 %	11 %	6 %
RENSEIGNEMENTS CONFUS, VAGUES OU CONTRADICTOIRES (TOTAL)	10 %	4 %-	32 %+
QUANTITÉ DE RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	5 %	5 %	6 %
Autres	5 %	4 %	6 %
Aucune difficulté	2 %	3 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	18 %	20 %	13 %

Un peu moins du tiers (31 %) des répondants qui n'avaient pas trouvé les renseignements qu'ils cherchaient sur la page de renvoi ont fini par les trouver, mais 40 % ne les ont pas trouvés. De plus, parmi ces derniers, trois sur dix (29 %) ne sont pas certains de les avoir trouvés.

Figure 5.19. Réponse à la question A10 : Vous avez mentionné que vous n'aviez pas trouvé l'information que vous recherchez sur la page où vous êtes arrivé. Avez-vous fini par trouver l'information que vous recherchez sur d'autres pages du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les renseignements qu'ils cherchaient sur la page de renvoi (n = 900)

Visiteurs ayant fini par trouver l'information qu'ils recherchaient



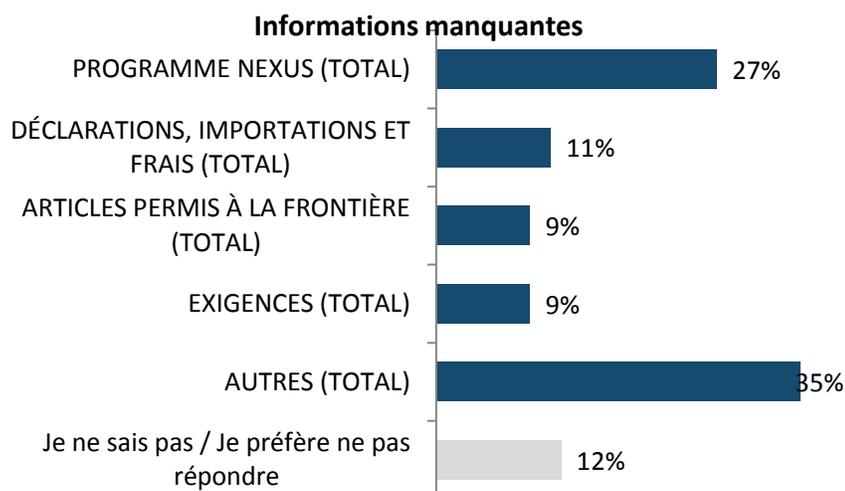
Les Canadiens et les résidents permanents (34 %) sont plus susceptibles de dire qu'ils ont fini par trouver ce qu'ils cherchaient que les non-Canadiens.

Tableau 5.14. Visiteurs ayant fini par trouver l'information qu'ils recherchaient selon leur pays d'origine

A10. Vous avez mentionné que vous n'aviez pas trouvé l'information que vous recherchez sur la page où vous êtes arrivé. Avez-vous fini par trouver l'information que vous recherchez sur d'autres pages du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé l'information qu'ils recherchaient sur la page de renvoi	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	900	672	228
Oui	31 %	34 %+	23 %-
Non	40 %	39 %	42 %
Je ne sais pas	29 %	27 %-	35 %+

Un quart (27 %) des visiteurs qui n'ont pas trouvé les renseignements qu'ils cherchaient tentaient d'obtenir des renseignements sur le programme NEXUS. Environ une personne sur dix n'a pas pu trouver de renseignements sur les déclarations ou les importations et leurs frais (11 %), sur les articles autorisés à la frontière (9 %) ou sur les exigences (9 %). D'autres renseignements étaient manquants, mais dans une plus faible proportion. (Pour des résultats plus détaillés, veuillez consulter le tableau A.3 de l'annexe C.)

Figure 5.20. Réponse à la question A10A : Quelles informations cherchez-vous que vous n'avez pas trouvées? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les informations qu'ils recherchaient (n = 619)



Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de se plaindre de renseignements manquants concernant NEXUS (36 %) ou les déclarations, les importations et leurs frais (14 %). Les non-Canadiens étaient plus susceptibles de ne pas avoir trouvé de renseignements sur les exigences (26 %) et d'autres renseignements (45 %).

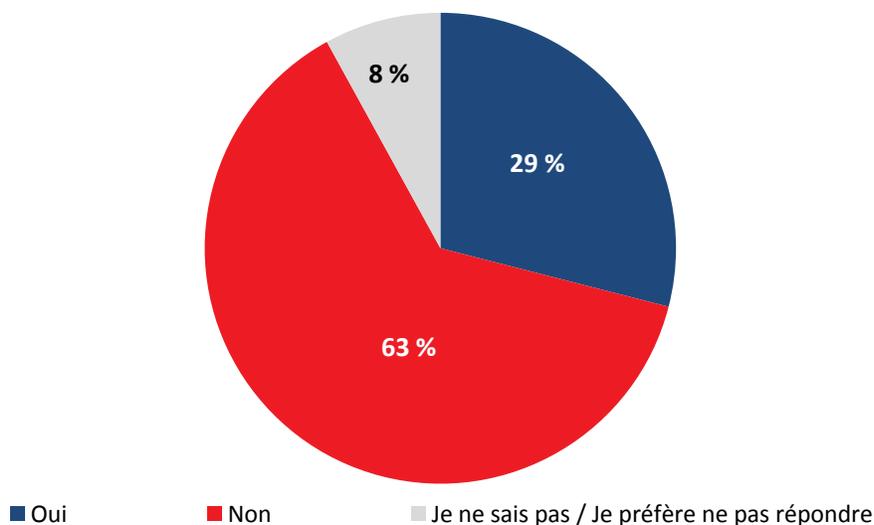
Tableau 5.15. Temps passé sur le site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

A10A. Quelles informations cherchiez-vous que vous n'avez pas trouvées? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les informations qu'ils recherchaient	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens.
n = (non pondéré)	619	444	175
PROGRAMME NEXUS (TOTAL)	27 %	36 %+	3 %-
DÉCLARATIONS, IMPORTATIONS ET FRAIS (TOTAL)	11 %	14 %+	3 %-
ARTICLES PERMIS À LA FRONTIÈRE (TOTAL)	9 %	8 %	10 %
EXIGENCES (TOTAL)	9 %	2 %-	26 %+
AUTRES (TOTAL)	35 %	31 %-	45 %+
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	12 %	11 %	15 %

Un peu moins du tiers (29 %) des visiteurs ont utilisé la barre de recherche au cours de leur visite dans le site Web de l'ASFC, alors que six sur dix (63 %) ne l'ont pas fait.

Figure 5.21. Réponse à la question A9 : Au cours de votre visite sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, avez-vous utilisé la barre de recherche sur la page? Base : Tous les répondants (n = 2 729)

Utilisation de la barre de recherche



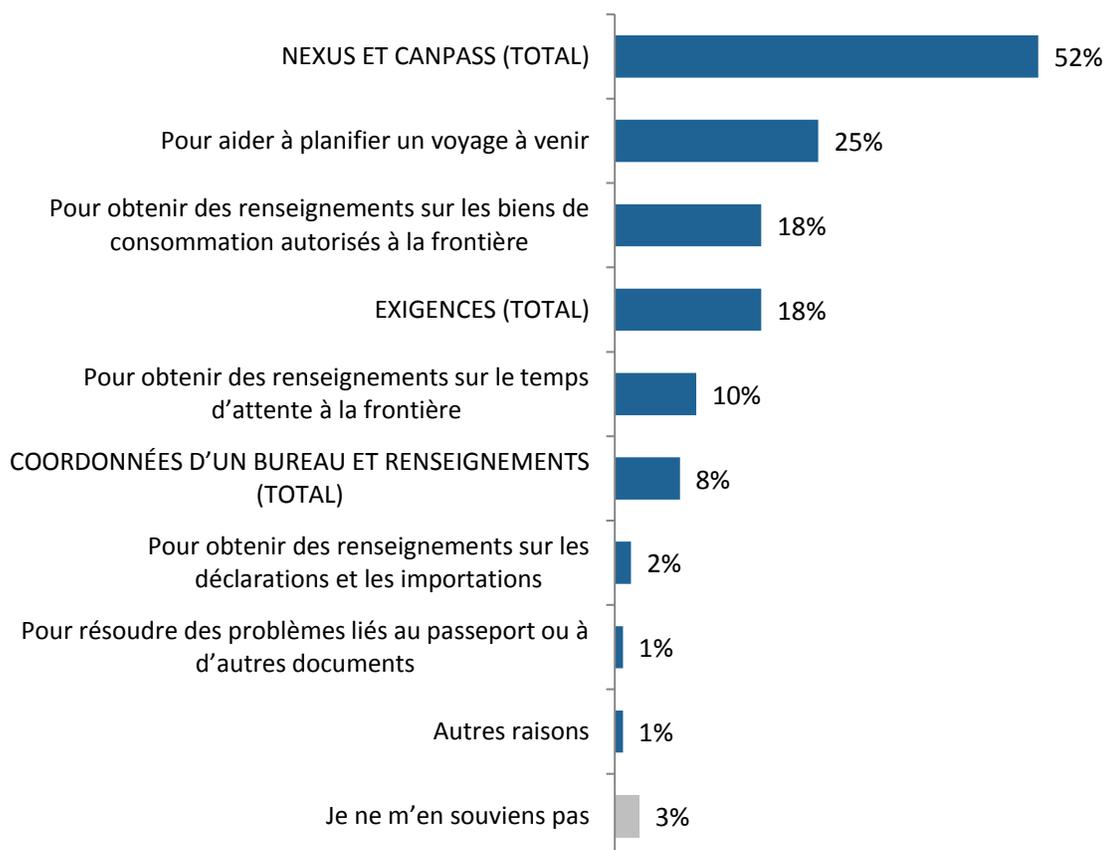
2.2.1.3 Évaluation et satisfaction des visiteurs de la section Voyageurs

La principale raison de visiter le site Web de l'ASFC se rapporte à NEXUS et à CANPASS; plus précisément, la moitié des visiteurs (52 %) consultent la section Voyageurs de l'ASFC pour cette raison. Les visiteurs mentionnent d'autres raisons principales, notamment pour aider à planifier un voyage à venir (25 %), pour obtenir des renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière (18 %) ou pour connaître les exigences relatives aux non-Canadiens (18 %). D'autres le visitent pour obtenir des renseignements sur le temps d'attente à la frontière (10 %) ou sur les bureaux et les coordonnées (8 %). (Pour des résultats plus détaillés, veuillez consulter le tableau A.4 de l'annexe C.)

Figure 5.22. Réponse à la question B1 : Veuillez indiquer, en vous basant sur la liste ci-dessous, les raisons pour lesquelles vous avez visité la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants (n = 2 729)

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.

Raisons de visiter la section Voyageurs du site Web de l'ASFC



Les Canadiens et les résidents permanents s'intéressent davantage à tout ce qui touche les programmes NEXUS et CANPASS (66 %) ou souhaitent obtenir des renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière (19 %). De leur côté, les non-Canadiens sont plus susceptibles d'avoir visité le site Web de l'ASFC pour obtenir des renseignements sur les exigences (57 %), pour planifier un voyage à venir (51 %) ou pour trouver les coordonnées d'un bureau ou des renseignements (11 %).

Tableau 5.17. Raisons de visiter la section Voyageurs du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

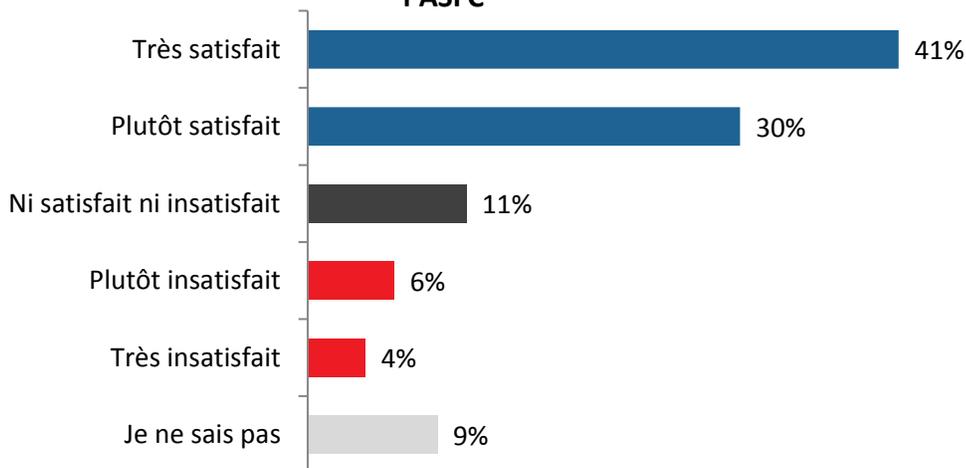
B1. Veuillez indiquer, en vous basant sur la liste ci-dessous, les raisons pour lesquelles vous avez visité la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
NEXUS ET CANPASS (TOTAL)	52 %	66 %+	12 %-
Pour aider à planifier un voyage à venir	25 %	15 %-	51 %+
Pour obtenir des renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière	18 %	19 %+	15 %-
EXIGENCES (TOTAL)	18 %	4 %-	57 %+
Pour obtenir des renseignements sur le temps d'attente à la frontière	10 %	10 %	9 %
COORDONNÉES D'UN BUREAU ET RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	8 %	7 %-	11 %+
Pour obtenir des renseignements sur les déclarations et les importations	2 %	2 %	1 %
Pour résoudre des problèmes liés au passeport ou à d'autres documents	1 %	1 %	2 %
Autres raisons	1 %	1 %	1 %
Je ne m'en souviens pas	3 %	3 %	2 %

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.

Dans l'ensemble, sept visiteurs du site Web de l'ASFC sur dix (70 %) sont satisfaits, environ un sur dix (11 %) n'est ni satisfait ni insatisfait, et une proportion semblable (10 %) est insatisfaite.

Figure 5.23. Réponse à la question B2 : Veuillez évaluer votre degré de satisfaction général à l'égard de la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. Base : Tous les répondants (n = 2 729)

Satisfaction générale à l'égard de la section Voyageurs du site Web de l'ASFC



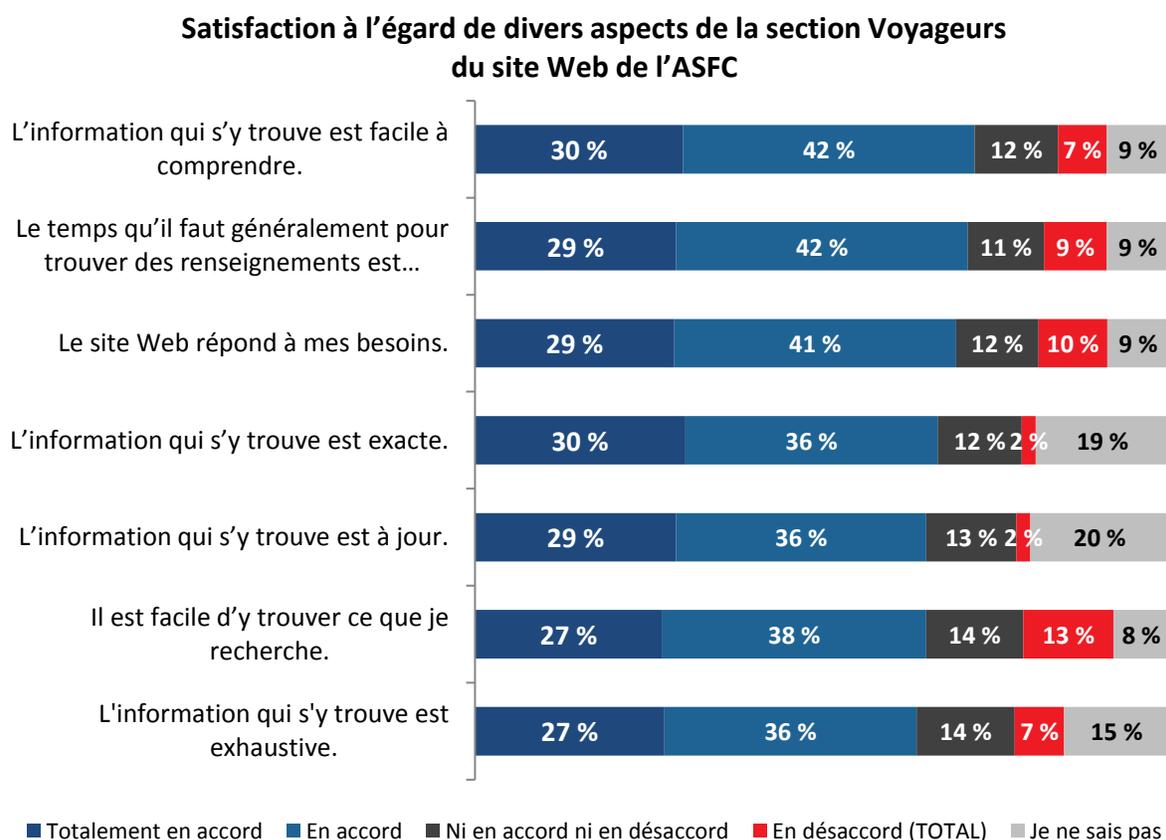
Les non-Canadiens (44 %) sont plus susceptibles d'être très satisfaits du site Web. Il convient de noter qu'ils sont également plus susceptibles d'être très satisfaits de la plupart des aspects du site Web de l'ASFC.

Tableau 5.18. Satisfaction générale à l'égard de la section Voyageurs du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

B2. Veuillez évaluer votre degré de satisfaction général à l'égard de la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Satisfait (total)	70 %	70 %	72 %
Très satisfait	41 %	40 %-	44 %+
Plutôt satisfait	30 %	30 %	28 %
Ni satisfait ni insatisfait	11 %	12 %	9 %
Insatisfait (total)	10 %	10 %	11 %
Plutôt insatisfait	6 %	5 %	7 %
Très insatisfait	4 %	4 %	4 %
Je ne sais pas	9 %	9 %	8 %

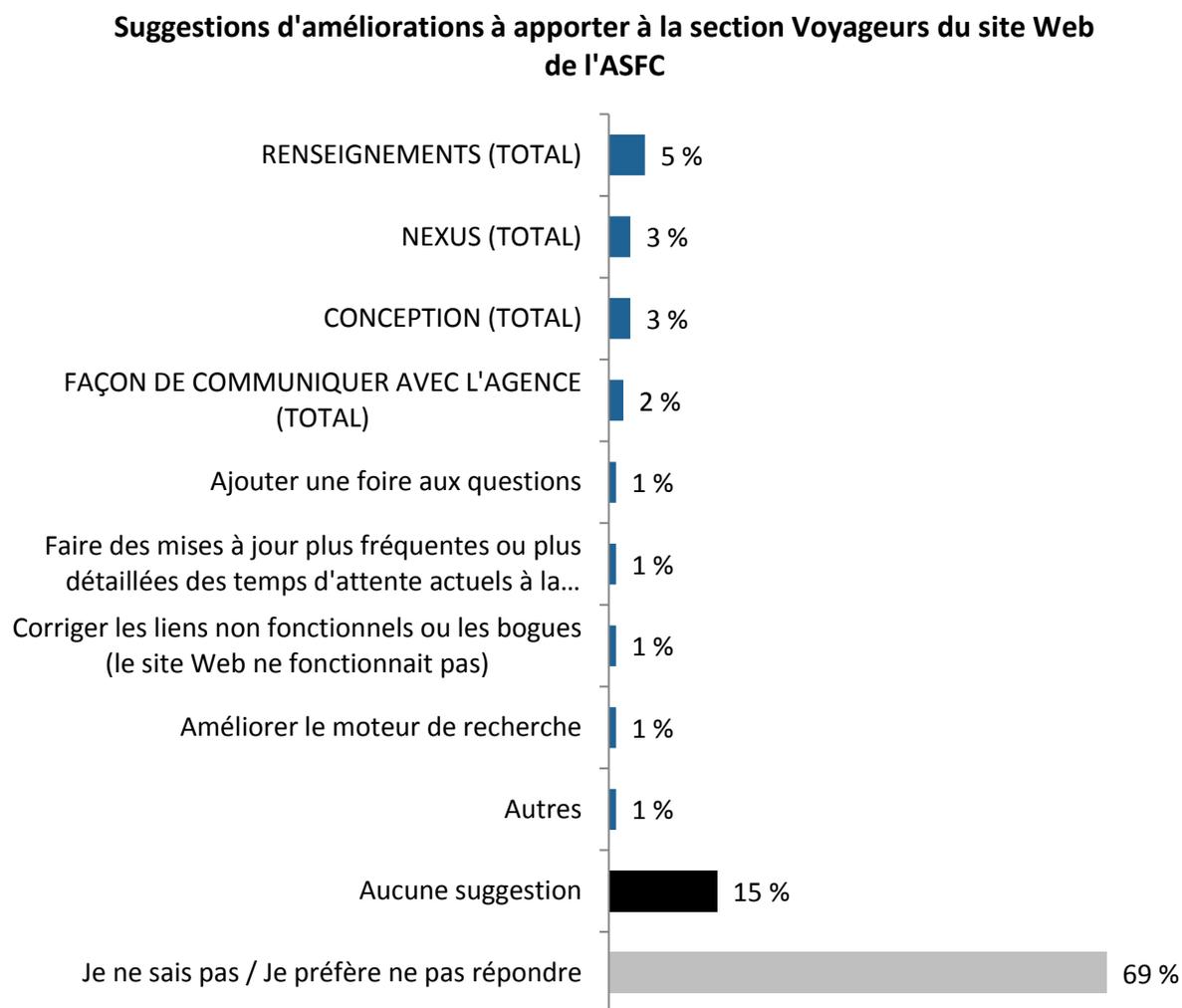
Environ sept visiteurs du site Web de l'ASFC sur dix sont d'accord pour dire que les renseignements disponibles dans la section Voyageurs sont faciles à comprendre (72 %), qu'ils répondent à leurs besoins (69 %) et que le temps généralement nécessaire pour les trouver est raisonnable (71 %). Environ les deux tiers d'entre eux sont également d'accord pour dire qu'il est facile de trouver ce qu'ils cherchent (65 %) et que les renseignements sont exacts (67 %), à jour (65 %) et exhaustifs (63 %).

Figure 5.24. Réponse à la question B3 : Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants concernant la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. Base : Tous les répondants (n = 2 729)



Dans l'ensemble, la plupart des visiteurs (69 %) ne savent pas ce qui pourrait améliorer la section Voyageurs de l'ASFC, et 15 % n'ont pas de suggestions. Seuls quelques-uns ont des suggestions concernant les renseignements (5 %), NEXUS (3 %) et la conception du site Web (3 %). Les autres suggestions sont d'offrir une façon de communiquer avec l'Agence (2 %), d'ajouter une foire aux questions (1 %), de corriger les liens non fonctionnels (1 %) ou d'améliorer le moteur de recherche (1 %). (Pour des résultats plus détaillés, veuillez consulter le tableau A.5 de l'annexe C.)

Figure 5.25. Réponse à la question B4 : Avez-vous des suggestions qui permettraient d'améliorer la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants (n = 2 729)



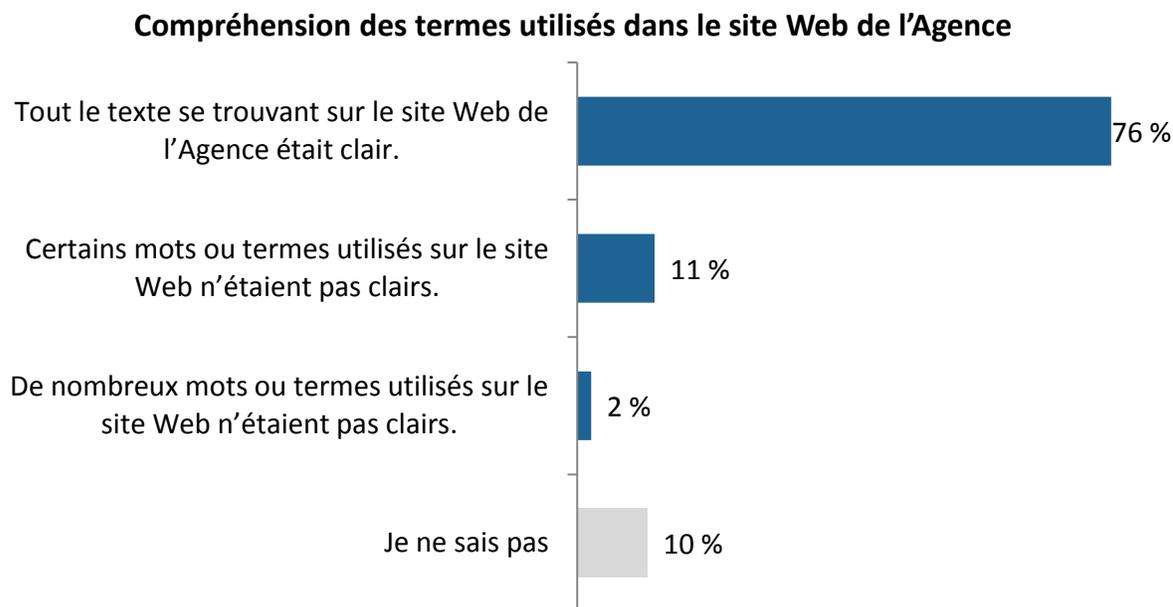
Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de suggérer des améliorations liées à NEXUS (4 %) ou la mise à jour plus fréquente des temps d'attente actuels à la frontière (1 %). Les non-Canadiens sont plus susceptibles d'avoir des suggestions concernant les renseignements (8 %).

Tableau 5.20 Suggestion d'améliorations à apporter à la section Voyageurs du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

B4. Avez-vous des suggestions qui permettraient d'améliorer la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	5 %	4 %-	8 %+
NEXUS (TOTAL)	3 %	4 %+	1 %-
CONCEPTION (TOTAL)	3 %	3 %	3 %
FAÇON DE COMMUNIQUER AVEC L'AGENCE (TOTAL)	2 %	2 %	2 %
Ajouter une foire aux questions	1 %	1 %	1 %
Faire des mises à jour plus fréquentes ou plus détaillées des temps d'attente actuels à la frontière	1 %	1 %+	0 %-
Corriger les liens non fonctionnels ou les bogues (le site Web ne fonctionnait pas)	1 %	1 %	1 %
Améliorer le moteur de recherche	1 %	1 %	1 %
Autres	1 %	1 %	1 %
Aucune suggestion	15 %	15 %	16 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	69 %	69 %	68 %

Les trois quarts (76 %) des visiteurs du site Web ont indiqué que les termes utilisés dans le site Web de l'Agence étaient clairs, et environ un sur dix (11 %) a mentionné que certains mots ou termes utilisés n'étaient pas clairs pour lui. Seule une minorité (2 %) a admis que de nombreux mots ou termes utilisés dans le site Web n'étaient pas clairs.

Figure 5.26. Réponse à la question B5 : Lorsque vous pensez à votre visite sur le site Web de l'Agence, laquelle des situations suivantes décrit le mieux votre expérience? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



Il n'y a aucune différence importante entre les Canadiens, les résidents permanents et les non-Canadiens.

Tableau 5.21. Compréhension des termes utilisés dans le site Web de l'Agence selon le pays d'origine des visiteurs

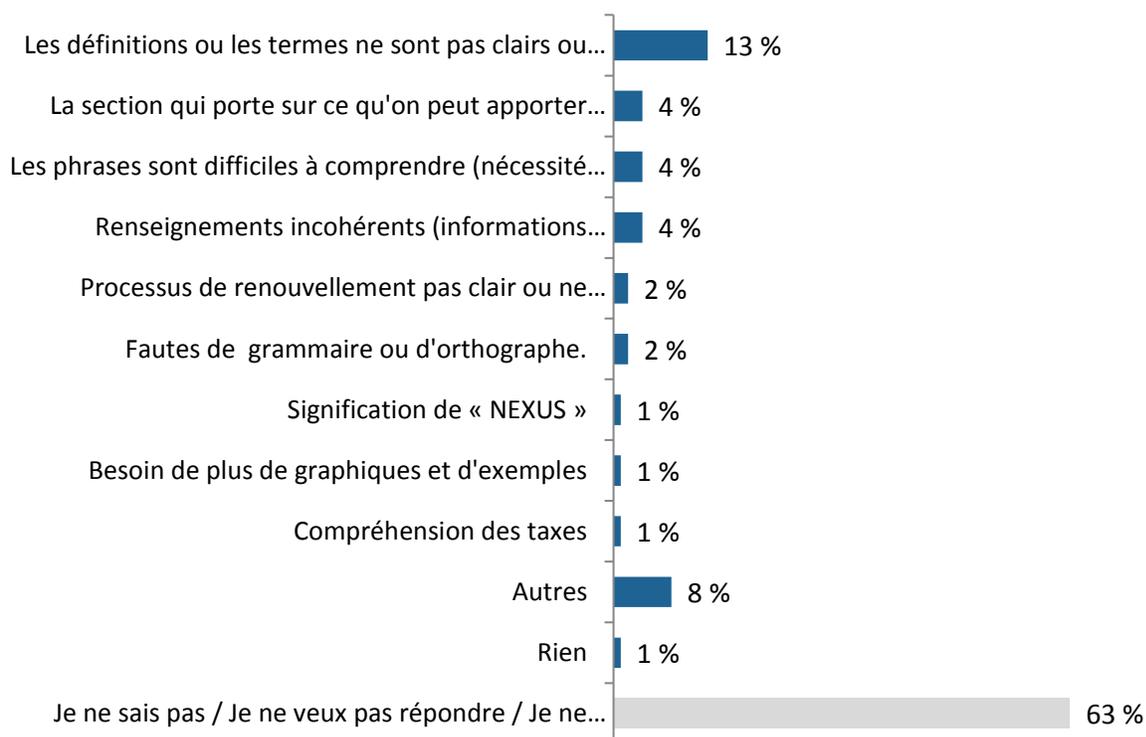
B5. Lorsque vous pensez à votre visite sur le site Web de l'Agence, laquelle des situations suivantes décrit le mieux votre expérience? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Tout le texte se trouvant sur le site Web de l'Agence était clair.	76 %	75 %	78 %
Certains mots ou termes utilisés sur le site Web n'étaient pas clairs.	11 %	11 %	11 %
De nombreux mots ou termes utilisés sur le site Web n'étaient pas clairs.	2 %	2 %	2 %
Je ne sais pas	10 %	11 %+	8 %-

Près des deux tiers (63 %) des répondants pour qui de nombreux mots ou termes utilisés dans le site Web n'étaient pas clairs ne savent pas ou ne se souviennent pas lesquels étaient les plus problématiques pour eux. Environ un répondant sur dix (13 %) a seulement répété que les définitions ou les termes n'étaient pas clairs ou étaient trop techniques. D'autres ont précisé que certaines sections n'étaient pas claires, comme celle qui porte

sur ce que les voyageurs peuvent apporter (4 %) ou celle qui concerne le processus de renouvellement NEXUS (2 %).

Figure 5.27. Réponse à la question B6 : Vous avez indiqué avoir éprouvé de la difficulté à comprendre certains mots ou termes utilisés sur le site Web. Veuillez nous préciser lesquels. MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants pour qui de nombreux mots ou termes utilisés sur le site Web n'étaient pas clairs (n = 367)

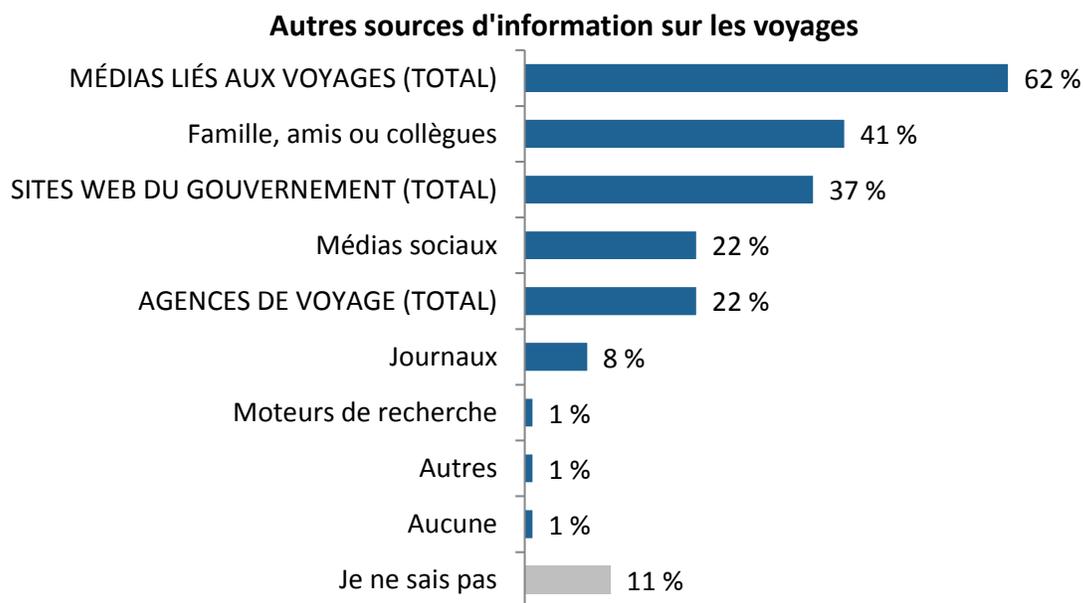
Termes ou mots difficiles à comprendre



Six répondants sur dix (62 %) visitent des médias liés aux voyages pour se renseigner à ce sujet. Quatre répondants sur dix consultent leur famille, leurs amis ou leurs collègues (41 %) et les sites Web du gouvernement (37 %). Environ deux répondants sur dix utilisent les médias sociaux (22 %) ou consultent des agences de voyage (22 %). D'autres sources d'information sont moins populaires, comme les journaux (8 %) ou les moteurs de recherche (1 %).

Figure 5.28. Réponse à la question B9 : Mis à part la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, quel autre site visitez-vous pour obtenir des renseignements sur les voyages? PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants (n = 2 729)

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.



Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de s'informer sur divers médias liés aux voyages (63 %), sur les médias sociaux (23 %) et auprès d'agences de voyage (22 %). Les non-Canadiens, par contre, sont moins susceptibles d'utiliser ces mêmes sources d'information.

Tableau 5.23. Autres sources d'information sur les voyages selon le pays d'origine des visiteurs

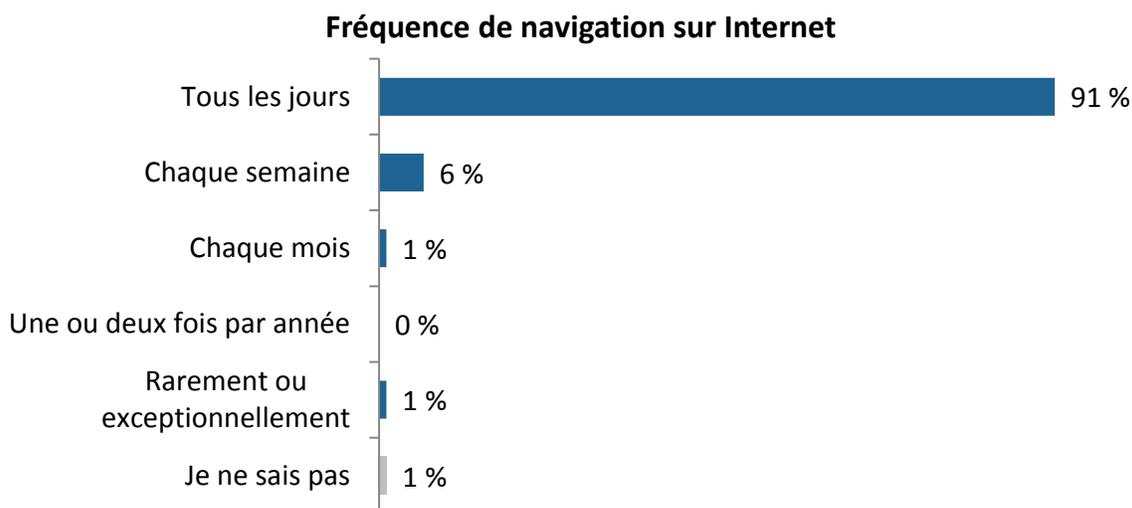
B9. Mis à part la <u>section Voyageurs</u> du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, quel autre site visitez-vous pour obtenir des renseignements sur les voyages? PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
MÉDIAS LIÉS AUX VOYAGES (TOTAL)	62 %	63 %+	58 %-
Famille, amis ou collègues	41 %	42 %	38 %
SITES WEB DU GOUVERNEMENT (TOTAL)	37 %	37 %	39 %
Médias sociaux	22 %	23 %+	19 %-
AGENCES DE VOYAGE (TOTAL)	22 %	23 %+	18 %-
Journaux	8 %	8 %	7 %
Moteurs de recherche	1 %	1 %	2 %
Autres	1 %	0 %-	2 %+
Aucune	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas	11 %	11 %	11 %

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.

2.2.1.4 Fréquence d'utilisation d'Internet et préférences

La grande majorité (91 %) des visiteurs du site Web de l'ASFC naviguent sur Internet tous les jours, 6 % le font chaque semaine et seulement quelques-uns (2 %) le font moins souvent.

Figure 5.29. Réponse à la question C1 : À quelle fréquence naviguez-vous sur Internet? Base : Tous les répondants (n = 2 729)



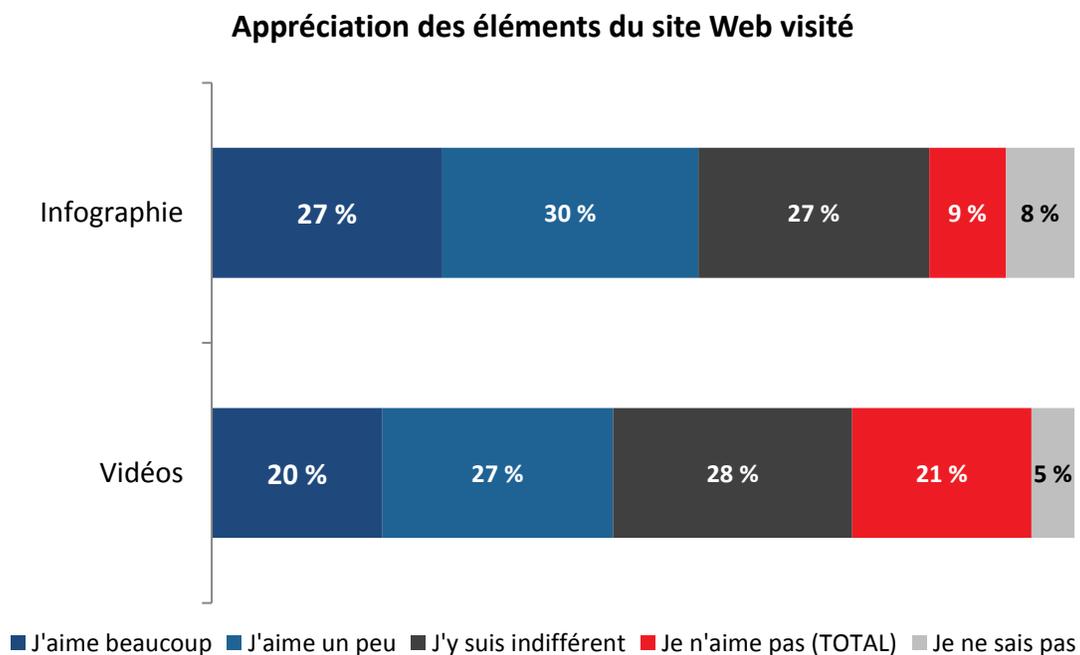
Les Canadiens et les résidents permanents sont plus susceptibles de naviguer sur Internet tous les jours (92 %), et les non-Canadiens sont plus susceptibles de le faire chaque semaine (7 %), ou rarement ou exceptionnellement (2 %).

Tableau 5.24. Fréquence de la navigation sur Internet selon le pays d'origine des visiteurs

C1. À quelle fréquence naviguez-vous sur Internet? Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non- Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
Tous les jours	91 %	92 %+	87 %-
Chaque semaine	6 %	5 %-	7 %+
Chaque mois	1 %	1 %	1 %
Une ou deux fois par année	0 %	0 %	0 %
Rarement ou exceptionnellement	1 %	0 %-	2 %+
Je ne sais pas	1 %	1 %	2 %

Lorsqu'ils visitent le site Web, six répondants sur dix (57 %) aiment les infographies et la moitié d'entre eux (47 %) aiment les vidéos.

Figure 5.30. Réponse à la question C4 : Veuillez indiquer dans quelle mesure vous aimez ou n'aimez pas voir les éléments suivants sur le site Web que vous visitez. Base : Tous les répondants (n = 2 729)



2.2.2 Groupes de discussion en ligne

2.2.2.1 Introduction et résumé de la méthodologie

Le présent document est le rapport sommaire de la recherche qualitative en ligne menée par l'ASFC auprès des voyageurs ayant récemment visité le site Web externe de l'ASFC. Il vise uniquement à compléter l'évaluation quantitative des visiteurs du site Web de l'ASFC. Les résultats de l'enquête quantitative sont présentés intégralement dans une autre section du rapport complet.

Ce rapport sommaire est fondé sur un total de trois groupes de discussion organisés en ligne au moyen de la technologie ITracks, soit un groupe en français et deux en anglais. Comme les séances de discussion avaient lieu en ligne, la répartition géographique des participants a permis à sept provinces d'être représentées, de l'Atlantique à la Colombie-Britannique, mais aussi à quatre citoyens des États-Unis, du New Jersey à la Californie, de participer aux discussions.

Les participants ont été recrutés dans le cadre de la recherche quantitative (plus de 2 700 répondants potentiels), parmi les gens qui avaient répondu qu'ils se porteraient volontaires pour participer à une phase ultérieure axée sur des groupes de discussion. Les principaux critères d'admissibilité aux groupes de discussion étaient liés au fait que les participants avaient récemment visité le site Web de l'ASFC, peu importe le motif de leur visite.

2.2.2.2 Motif de la dernière visite et de l'arrivée sur la page de renvoi

Les groupes de discussion en ligne étaient dominés par deux profils de voyageurs. Le premier groupe, et le plus important, se rend sur le site Web pour renouveler l'adhésion au programme NEXUS ou pour adhérer au programme. Le deuxième groupe se rend sur le site pour déterminer ce qu'il peut rapporter au pays à la fin de son séjour à l'étranger. En ce qui concerne les participants aux groupes de discussion qui sont des résidents des États-Unis, la principale raison de leur visite concernait les règles et règlements relatifs à ce que les voyageurs peuvent apporter au Canada, ou toute restriction quant aux personnes pouvant entrer au Canada (par exemple, le conjoint d'une personne accusée de conduite avec facultés affaiblies). Les autres motifs de la visite concernaient les frais de douane imposés pour des articles achetés ou commandés dans un pays étranger. Enfin, un répondant a visité le site Web pour consulter les avertissements de sécurité du gouvernement du Canada liés à un pays en particulier au moment de planifier un voyage dans un pays actuellement en conflit.

Il convient de noter que, bien que les nouveaux demandeurs et les personnes souhaitant renouveler leur adhésion au programme NEXUS aient été représentés dans les groupes, ils ont vécu des expériences très différentes au cours de leur visite. Même les visiteurs qui souhaitaient renouveler leur adhésion se rappelaient que leur première visite au moment de la demande d'adhésion n'avait pas été simple du tout.

La plupart des participants sont arrivés sur le site par l'entremise d'un moteur de recherche. Un petit groupe a commencé par visiter le site Web général (Canada.ca) et y a saisi une requête, alors qu'un nombre très limité de personnes qui visitent souvent le site Web de l'ASFC avaient déjà mis l'adresse en signet (une personne était un citoyen canadien possédant un visa de travail aux États-Unis). Parmi ceux qui ont utilisé Google ou un autre moteur de recherche, la plupart ont saisi une question directe au lieu de faire une recherche au moyen du nom de l'Agence. Il s'agissait généralement de questions génériques comme « Où peut-on présenter une demande d'adhésion au programme NEXUS? », « Peut-on rapporter des aliments au Canada? », « Quelle est la quantité maximale d'alcool que je peux rapporter au pays? ».

Lorsqu'elle leur a été présentée, des participants se sont souvenu de la page de renvoi Voyageurs, et seuls certains d'entre eux se sont rappelé que leur requête dans le moteur de recherche les avait dirigés à un niveau inférieur, directement là où ils devaient se rendre. Un participant qui cherchait des renseignements sur NEXUS a dit qu'il avait immédiatement quitté la page Voyageurs pour essayer d'accéder directement au site Web des États-Unis concernant NEXUS, car il estimait que la page Voyageurs de l'ASFC n'indiquait pas clairement qu'il était « à la bonne place ».

2.2.2.3 Satisfaction globale à l'égard de la dernière visite

En général, les participants étaient plutôt satisfaits de leur visite dans le site Web de l'ASFC. La note « bonne, mais pas excellente » provient du fait que de façon générale, les sites Web gouvernementaux ont tendance à ne pas satisfaire à leurs attentes en ce qui a trait à l'aspect et à la convivialité, mais tous les participants ont dit avoir fini par « trouver ce qu'ils cherchaient ». Essentiellement, le site Web a permis d'obtenir le résultat souhaité, même si certains participants estimaient que le processus n'était pas toujours facile ou que la visite prenait trop de temps.

De façon générale, les commentaires des participants concernant la navigation, l'apparence et la convivialité sont demeurés positifs. Ils s'attendent à ce que les sites Web du gouvernement soient plus « verbeux » et rédigés dans un langage formel plutôt que dans un langage clair, mais ils disent que le contenu est « compréhensible ». Les sujets abordés et la nécessité d'être explicite expliquent en partie la raison pour laquelle, selon eux, on ne devrait pas s'attendre à ce que les sites Web gouvernementaux fassent concurrence aux sites Web de vente au détail ou aux autres sites commerciaux. Ainsi, ils estimaient que du point de vue de l'aspect et de la convivialité, le site Web de l'ASFC se situait au-dessus de la moyenne et, bien que certains termes ne leur aient pas semblé intuitifs, les participants ont convenu qu'ils étaient capables de s'y retrouver facilement. Un participant américain a dit : « Comparativement au site Web du gouvernement des États-Unis que je visite, c'était bien mieux! »

Ceux qui ont rencontré plus de difficultés restent les nouveaux demandeurs dans le cadre du programme NEXUS. Ils estimaient que le processus n'était pas si simple, car bon nombre d'entre eux ont dû revenir en arrière dans le site Web ou le quitter pour essayer de nouveau. De plus, ils estimaient que les menus n'étaient pas clairs, et ils s'attendaient à pouvoir présenter une demande et payer directement par l'entremise du site Web. La plupart des participants qui présentaient une première demande ne connaissaient pas clairement le programme et ne savaient pas qu'ils devaient présenter leur demande par l'entremise d'un site Web du gouvernement des États-Unis.

2.2.2.4 Perceptions générales au sujet du site Web : Navigation et terminologie

Lorsqu'on leur a présenté la page d'accueil de nouveau, la plupart des participants ont dit qu'ils sont allés directement dans le menu du bas plutôt que de cliquer sur « Voyageurs » dans le haut. La page d'accueil a créé une certaine confusion, car les avertissements occupaient une grande partie de la page. Bien qu'ils n'aient pas lu expressément les avertissements, les participants estimaient que ceux-ci avaient détourné leur attention de l'objet de leur recherche.

Bon nombre de participants ont mentionné que les termes n'étaient pas tout à fait clairs. Par exemple, lorsqu'on a demandé aux participants où ils cliqueraient pour présenter une demande d'adhésion au programme NEXUS (parmi ceux qui n'avaient pas récemment visité le site à cette fin), certains ont répondu qu'ils ne le savaient pas, et d'autres ont répondu : « Je suppose que je cliquerais sur Gagnez du temps à la frontière, n'est-ce pas? » Les participants se demandaient pourquoi le texte n'était pas plus explicite et direct. « Il devrait être écrit Cliquez ici pour présenter une demande d'adhésion au programme NEXUS ou Cliquez ici pour en savoir plus sur NEXUS. »

Certains estimaient également que les catégories pouvaient prêter à confusion ou ne semblaient pas s'exclure mutuellement. Certains ont dit : « Si je voulais savoir si je peux rapporter des fromages fins de la France au Canada, je ne saurais pas si je dois cliquer sur À quoi s'attendre à la frontière ou Rapporter des marchandises à la frontière. » Beaucoup ont mentionné que les termes utilisés font en sorte que les visiteurs doivent essayer de deviner où se trouve la réponse à leur question. Plusieurs ont suggéré de modifier les menus pour qu'ils « ressemblent davantage à ce qu'on trouve sur les sites Web de voyage, et [qu'ils] soient formulés sous forme de questions comme Que faire? Où aller? ». Certains ont indiqué que cette approche simplifierait leur visite parce qu'ils viennent sur le site Web pour répondre à une question qu'ils se posent : « Quelle quantité puis-je rapporter? Puis-je apporter cet article au Canada? Comment puis-je faire une demande d'adhésion au programme NEXUS? Comment renouveler ma carte NEXUS? » Bien que certains répondants aient souligné qu'ils s'attendent à trouver des termes bureaucratiques sur les sites Web gouvernementaux pour des raisons juridiques, ils croient aussi que la navigation pourrait se faire dans un langage simple.

La personne qui voulait connaître la position officielle du gouvernement du Canada sur les voyages dans des pays touchés par la guerre a dit qu'elle aurait probablement cliqué sur « Conseils de voyage » pour trouver les renseignements qu'elle cherchait.

Les participants américains ont dit avoir parcouru le site Web avant de voir le lien cliquable « non-Canadiens » sur la page d'accueil. Après avoir cliqué sur ce lien, ils ont ensuite eu l'impression qu'ils pouvaient facilement trouver ce qu'ils cherchaient.

2.2.2.5 Perceptions des visiteurs au Canada

Les citoyens américains qui ont visité le site Web de l'ASFC l'ont fait principalement pour obtenir des renseignements sur ce à quoi ils pouvaient s'attendre à la frontière. Certains voulaient savoir ce qu'ils pouvaient apporter au Canada, d'autres voulaient savoir si une personne se verrait refuser ou non l'entrée au pays, et l'un d'eux ne savait pas quels documents il lui faudrait pour entrer au Canada.

Comme leurs confrères canadiens, ils sont arrivés sur le site après avoir lancé une requête sur un moteur de recherche, qui les a menés directement à la page d'accueil.

Tous les citoyens américains ont cliqué sur la case à l'intention des non-Canadiens sur la page d'accueil pour lancer leur recherche. Tous ont trouvé les renseignements qu'ils cherchaient lors de leur visite. Ils ont indiqué que les menus au bas de la page « Non-Canadiens » étaient clairs et efficaces. Tous avaient cliqué sur « Visiteurs au Canada » pour poursuivre leur visite et finalement obtenir les renseignements qu'ils cherchaient.

De façon générale, les non-Canadiens au sein des groupes étaient assez satisfaits de leur visite. Même s'ils estiment que les pages avaient tendance à être « trop verbeuses » et « trop chargées », ils ont considéré que leur visite s'était mieux passée que prévu par rapport aux sites du gouvernement américain qu'ils avaient visités dans le passé.

2.2.2.6 Demande d'adhésion au programme NEXUS et renouvellement de l'adhésion

Plusieurs problèmes ont été soulevés au sujet de la demande d'adhésion au programme NEXUS chez les répondants qui ont visité le site pour obtenir des renseignements sur le programme ou pour remplir la demande. Bien que ceux qui ont visité le site pour un renouvellement aient estimé que le processus était assez simple, ils se sont rappelé que leur première demande avait aussi été problématique.

Les nouveaux demandeurs ne savaient pas trop sur quel lien cliquer sur la page d'accueil pour accéder à la page qui permet d'adhérer au programme NEXUS. Certains se sont directement dirigés vers l'outil de recherche en haut de la page, tandis que d'autres ont dit qu'ils avaient « deviné » que les renseignements pouvaient se trouver sous la rubrique « Gagnez du temps à la frontière ». Lorsqu'ils ont commenté l'accès à la page d'accueil, les participants se sont demandé pourquoi le programme NEXUS n'était pas mis davantage en évidence ou pourquoi il n'y avait pas d'élément de menu à ce sujet.

Une fois sur la page NEXUS, les participants ont hésité quant à l'endroit où ils devaient cliquer pour remplir la demande. Ils s'attendaient à ce qu'il s'agisse d'une page transactionnelle sur laquelle ils pouvaient remplir leur demande en ligne, et que le processus se déroule sur le site du gouvernement du Canada. Bien que certains participants aient dit qu'ils savaient que NEXUS était un programme exécuté « conjointement » avec le gouvernement des États-Unis, ils ne savaient pas au préalable qu'à un certain point, ils allaient devoir accéder à un site du gouvernement américain. Cela a posé problème à plusieurs d'entre eux. Certains ont dit que le processus n'était ni clair ni transparent et qu'ils avaient fait « marche arrière » et étaient retournés sur Google pour en savoir plus sur le processus de demande en soi. Certains ont dit qu'ils sont revenus sur le site et ont recommencé le processus. D'autres ont mis fin au processus et craignaient d'accéder au site du gouvernement américain sans savoir si celui-ci était « digne de confiance ». De plus, ils ont eu l'impression d'arriver sur ce site sans savoir si cela était normal. En outre, certains répondants se souvenaient d'avoir été invités à visiter des sites Web tiers (des sites « privés » indiquant qu'on souhaitait les aider à remplir la demande).

Sur la page NEXUS, les participants ont trouvé que l'onglet « Renouvellement d'adhésion » était « enseveli » dans une longue liste, et qu'ils ne l'avaient pas remarqué en arrivant sur la page. Certains sont ensuite allés directement sur le site Web du gouvernement américain par d'autres moyens. À ce titre, ils estiment que leur visite sur le site Web de l'ASFC n'était pas fructueuse.

Alors que la plupart des participants ont dit qu'ils cliqueraient sur le bouton vert « Adhérez à NEXUS », certains ont également remarqué le lien « demandes d'adhésion » en haut à droite et se sont demandé quelle était la différence entre les « deux types de demandes ». Aucun participant n'a regardé la vidéo, principalement en raison de sa durée (3 min 50 s), jugée « trop longue ».

Les participants estimaient qu'il devrait y avoir, en haut de la page, des « mises en garde » ou des « énoncés » clairs indiquant que les Canadiens peuvent remplir le formulaire en ligne, que s'ils poursuivent, ils seront redirigés vers un site Web du gouvernement américain digne de confiance, et que le processus ne peut pas être achevé en ligne. Bien qu'ils aient souligné que cette information est généralement indiquée, elle n'était pas assez évidente ou visible.

Une fois rendus sur la page « Adhérez à NEXUS », de nombreux nouveaux demandeurs avaient encore l'impression que le site Web n'était pas transparent en ce qui concerne le processus. Ils estiment que le menu étape par étape au bas de la page semble indiquer qu'ils peuvent remplir la demande, transmettre des documents, payer les frais et planifier leur entrevue directement à partir du site Web de l'ASFC. Encore une fois, certains sont d'avis que la page devrait indiquer de façon plus évidente, en substance, que l'ASFC peut seulement fournir des renseignements et des liens utiles, mais que pour avoir accès aux formulaires et être en mesure d'effectuer le paiement, les visiteurs seront redirigés vers un site Web du gouvernement américain.

2.2.2.7 Pages d'information à l'intention des voyageurs

Lorsqu'on leur a demandé de trouver la page portant sur la quantité permise de boissons alcoolisées et de tabac qu'un citoyen canadien peut rapporter au pays, les participants ont répondu qu'ils auraient trouvé l'information s'ils avaient cliqué sur « Rapporter des marchandises à la frontière » depuis le menu de la page d'accueil. Or, pour ces participants, ce choix reposait sur une supposition. Certains participants pensaient que l'information aurait pu se trouver sous la rubrique « Conseils de voyage » ou « À quoi s'attendre à la frontière ». Certains estimaient que les éléments du menu devraient être formulés sous la forme d'une question comme « Que puis-je rapporter au Canada? ». Cette question représente ce qu'ils ont en tête lorsqu'ils visitent le site Web de l'ASFC.

Même s'ils estiment que la page « Limites de boissons alcoolisées et de produits du tabac » est quelque peu verbeuse et chargée, ils considèrent qu'elle demeure assez claire. Certains ont suggéré que le tableau à gauche relatif aux boissons alcoolisées porte la mention « OU » entre les différentes lignes. Pour certains, il n'est pas clair que la limite est de 1,5 litre de vin OU 8,5 litres de bière OU 1,14 litre de boissons alcoolisées.

La plupart des participants n'avaient pas remarqué le lien « Je déclare » en visitant le site. Ils estiment qu'il est trop petit et isolé, et que l'en-tête « Citoyens canadiens » de l'encadré ne laisse pas entrevoir que c'est à cet endroit qu'ils trouveront des renseignements concernant la déclaration.

Les participants ont toutefois aimé la disposition de la page « Je déclare » une fois qu'ils y sont arrivés. La conception bilatérale indiquant clairement les mentions « À savoir avant de partir » et « Le retour au Canada » a facilité la compréhension et la navigation. Bien que certains participants aient exprimé que des menus déroulants, des boutons ou des onglets donneraient un aspect plus moderne à la page par rapport aux liens cliquables, la plupart d'entre eux estimaient qu'ils pouvaient facilement obtenir les renseignements qu'ils cherchent.

2.2.2.8 Changements proposés par les participants

Les participants ont proposé plusieurs changements au cours des séances de groupe de discussion, dont certains ont été présentés dans les sections précédentes. Voici la liste des changements proposés pour le site Web de l'ASFC :

1. Le texte actuel des menus devrait être remplacé par des questions simples (p. ex., « Comment présenter une demande d'adhésion au programme NEXUS? » et « Que puis-je rapporter au Canada? »). Les participants estiment qu'ils accèdent au site Web dans le but de répondre à une question qu'ils se posent, et que si le site Web était conçu en ce sens, la navigation serait plus fluide. Ils trouvent que les termes actuellement utilisés peuvent être ambigus ou faire en sorte que certains éléments du menu ne s'excluent pas mutuellement.
2. Il faudrait améliorer la transparence et la clarté des pages concernant le programme NEXUS (p. ex., les formulaires ne peuvent pas être remplis sur le site du gouvernement du Canada, la redirection vers un site du gouvernement américain est « normale »). L'entonnoir actuel donne l'impression à beaucoup de nouveaux demandeurs qu'ils vont déposer une demande et mener à bien le processus sur le site même.
3. De nombreux participants ont dit ne pas avoir remarqué les éléments du menu bleu en haut de la page d'accueil ou de la page NEXUS; ils ont utilisé les menus au bas de la page. Ils ont trouvé que la barre bleue en haut se fond dans le logo de l'ASFC, ce qui fait qu'il est difficile de repérer le menu.
4. Ceux qui visitaient le site pour renouveler leur adhésion au programme NEXUS (mais qui ne connaissaient pas l'adresse du site du gouvernement américain) estimaient qu'il devrait y avoir un bouton évident sur lequel ils pourraient cliquer pour être redirigés immédiatement. Ils ont eu du mal à naviguer dans le site Web de l'ASFC et à trouver le lien nécessaire. Certains ont dit qu'ils avaient quitté le site de l'ASFC et qu'ils étaient retournés dans Google pour faire une autre recherche.

Annexe A – Méthodologie de recherche détaillée

A1 Volet portant sur le site intranet

Une méthode en quatre étapes a été élaborée pour le volet « intranet » de la recherche sur l'opinion publique menée auprès des employés de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Léger a organisé une série de six groupes de discussion composés d'employés aux profils très variés dans plusieurs régions du Canada. Les objectifs de ces groupes de discussion consistaient à élaborer leur profil numérique ainsi qu'à déterminer leur utilisation d'Atlas, les défis auxquels ils sont confrontés dans leur travail relativement à l'utilisation des technologies numériques, leurs attentes et leurs besoins concernant le renouvellement d'Atlas.

Les groupes de discussion ont été suivis d'une série de quinze entrevues individuelles avec des employés de diverses origines dans différentes régions du Canada. Ces entrevues avaient pour objectif d'approfondir et de valider les résultats des groupes de discussion concernant le profil numérique des employés, leur satisfaction à l'égard d'Atlas et des outils numériques ainsi que leurs besoins et leurs attentes concernant le renouvellement d'Atlas. De plus, ces entrevues ont permis d'expérimenter le tri de cartes afin de cerner une structure de l'information idéale pour Atlas en fonction de l'utilisation de l'intranet par les employés.

Les résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles ont été combinés pour établir des segments fondés sur le profil numérique des employés de l'ASFC. Une série de six personas a été créée au cours de l'exercice de segmentation.

Enfin, une mise à l'essai de l'arborescence (ou un tri de cartes inversé) a été réalisée pour évaluer, ajuster et valider la structure de l'information élaborée lors des entretiens individuels.

A1.2 Six groupes de discussion

Léger a organisé une série de six groupes de discussion composés d'employés de l'ASFC. Pour former les groupes, des employés ont été recrutés parmi 1) les employés sur le terrain, 2) les employés des bureaux régionaux et 3) les employés de l'Administration centrale (AC) à Ottawa. Toutes les séances ont eu lieu dans les bureaux de l'ASFC. Les participants ont été recrutés par l'ASFC. Chaque séance a duré environ 120 minutes et a été enregistrée à des fins d'analyse. Léger était responsable de l'établissement des guides de modération et de l'animation des groupes. Le guide a été élaboré en collaboration avec le chargé de projet de l'ASFC. L'animation des groupes s'est faite en français et en anglais selon les besoins des employés. Les guides et les outils étaient offerts dans les deux langues.

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements*

personnels du Canada et des Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était volontaire. L'ASFC avait la responsabilité d'assurer la participation et la disponibilité de ses employés aux dates et aux heures prévues pour les entrevues. Il n'y avait aucun incitatif financier pour assurer la participation des employés de l'ASFC.

Lieux et dates

Des groupes ont été organisés dans les villes suivantes aux dates indiquées.

Tableau 1. Recrutement détaillé

Ville	Employés recrutés	Participants	Population cible	Langue	Date
Ottawa	10	8	Employés de l'AC	ANG/FRA	28 janvier 2019
Ottawa	10	7	Employés de l'AC	ANG/FRA	28 janvier 2019
Mississauga	10	9	Employés de l'AC	ANG	5 février 2019
Aéroport international Pearson de Toronto	10	11	ASF	ANG	5 février 2019
Vancouver	10	4	ASF	ANG	6 février 2019
Vancouver	10	11	ASF	ANG	6 février 2019
Total	60	50			

Le guide de discussion est présenté plus loin dans les annexes.

A1.3 Entrevues individuelles

Léger a mené des entrevues individuelles avec des participants de chaque profil principal (employés sur le terrain, employés d'un bureau régional et employés de l'AC). Chaque séance a duré environ 45 minutes et a été enregistrée à des fins d'analyse.

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada et des *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada*. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était considérée comme volontaire. L'ASFC devait s'assurer de la participation et de la disponibilité de ses employés aux dates et aux

heures prévues pour les entrevues. Il n’y avait aucun incitatif financier pour assurer la participation des employés de l’ASFC.

Tableau 2. Recrutement détaillé

Ville	Employés recrutés	Participants	Population cible	Langue	Date
Montréal	5	5	Employés de l’AC et ASF	ANG/FRA	6 février et 8 février 2019
Ottawa	5	5	Employés de l’AC et ASF	ANG	12 février 2019
Ottawa	5	5	Employés de l’AC	ANG	15 février 2019
Total	15	15			

Léger était responsable de l’établissement du guide d’entrevue, de la préparation de l’exercice du tri de cartes et du déroulement des entrevues en français et en anglais. Le guide de recrutement et l’exercice du tri de cartes ont été élaborés en collaboration avec le chargé de projet de l’ASFC.

L’exercice du tri de cartes s’est déroulé en deux étapes : un tri de cartes ouvert a été effectué pour créer le menu principal de l’intranet et un tri de cartes fermé a été effectué pour organiser le contenu de l’intranet. Dans le processus de tri de cartes fermé, nous avons utilisé 32 cartes :

1. Rémunération et avantages sociaux
2. Prix et reconnaissance
3. Santé et sécurité au travail
4. Sécurité
5. Gestion du rendement
6. L’ASFC donne! / CCMTGC (Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada)
7. Bien-être
8. Volume des finances
9. Approvisionnement et passation de marchés
10. Dotation en personnel
11. Messages des dirigeants
12. Bulletins de première ligne et publications du Centre national des documents
13. Organigramme de l’Agence / À propos des directions générales, directions et divisions
14. Relations de travail
15. Formation et apprentissage
16. Intégrité, valeurs et éthique
17. Nouvelles et galeries de photos
18. Calendrier des activités
19. Orientation des employés / Intégration / Nouveaux employés

20. Bureaux de la haute direction
21. Équité en matière d'emploi et diversité
22. Bibliothèque de formulaires et de modèles
23. Programme d'aide aux employés
24. Initiatives et priorités de l'Agence et des directions générales
25. Locaux et installations (procédures d'évacuation, salles de conférence)
26. Gestion de l'information (Apollo, AIPRP)
27. Emplois et perfectionnement professionnel
28. Services de dépannage
29. Bibliothèque de politiques
30. *L'ASFC en bref* (série vidéo)
31. Bibliothèque de guides, de manuels et de procédures normales d'exploitation
32. Systèmes informatiques (SSAMEC, SIED, SAE, LSE)

A1.4 Création de personas

L'analyse par segmentation est fondée sur les résultats des groupes de discussion et des entrevues individuelles faisant intervenir des employés de l'ASFC. L'objectif de cette analyse est de former des groupes d'utilisateurs d'Atlas afin que chaque groupe soit le plus homogène possible, et aussi différent que possible des autres groupes. Cela signifie que nous voulons réunir des segments de la collectivité des employés de l'ASFC qui entretiennent une relation comparable avec la technologie et qui ont un comportement comparable à cet égard.

Il faut aussi garder à l'esprit que chaque employé est en fait une combinaison de plusieurs personnes. Par exemple, nous avons rencontré des employés qui ont été confrontés aux défis de chacun de ces personnages. Comme l'objectif était de comprendre la façon dont les employés de l'ASFC utilisent Atlas, l'analyse repose sur des critères clés qui influent sur l'utilisation de l'intranet : la fréquence d'utilisation d'Atlas, la culture numérique, les sources de mécontentement à l'égard de l'intranet et les sujets importants pour les employés ainsi que, bien entendu, leur rôle au sein de l'Agence. Nous avons dégagé six profils distincts.

En fonction des renseignements recueillis au cours des phases 1 et 2, nous avons créé un ensemble de six personas. Le nombre final de personas a été établi selon l'analyse des données. Les principaux objectifs des personas consistent à présenter et à communiquer efficacement les renseignements relatifs aux utilisateurs de l'intranet.

De nombreux renseignements sur les personas sont fournis, tels que :

- Le rôle de l'employé;
- Le profil technologique;
- Les défis quotidiens;
- Les principaux mécontentements à l'égard d'Atlas;
- De courtes biographies pour donner vie aux personas.

A1.5 Mise à l'essai de l'arborescence

Au cours de cette phase de la recherche, nous avons évalué une architecture de l'information avec les utilisateurs d'Atlas. L'architecture évaluée a été conçue en fonction des résultats des groupes de discussion et du tri de cartes réalisé lors des entrevues individuelles. Pour effectuer la mise à l'essai de l'arborescence, nous avons utilisé l'outil *Treejack* de la plateforme *OptimalWorkshop*. Les employés de l'ASFC qui ont consulté Atlas entre les 12 et 22 mars ont été invités à participer à la mise à l'essai au moyen d'un lien ouvert. La mise à l'essai de l'arborescence consistait en dix tâches que les employés devaient exécuter dans la structure de l'information proposée. La mise à l'essai pouvait être effectuée en français et en anglais, au choix du répondant.

Au total, 1 164 répondants ont réalisé la mise à l'essai en anglais, et 200 répondants l'ont réalisée en français. De plus, 434 utilisateurs étaient des employés de première ligne, et les 930 autres ne l'étaient pas.

Pour chaque tâche, nous avons mesuré plusieurs indicateurs, tels que :

- Les taux de réussite et d'échec;
- Les chemins;
- La destination finale.

Le questionnaire est disponible dans la section des annexes du présent rapport de recherche.

A2 Volet portant sur le site Internet

Méthode quantitative

Afin d'atteindre les objectifs liés au site Internet, une méthode en deux phases a été suivie. Tout d'abord, une méthode quantitative a été établie, laquelle reposait sur un sondage à lien ouvert mené sur le site Web de l'ASFC. Ensuite, une série de groupes de discussion en ligne a été organisée, lesquels groupes étaient formés de visiteurs du site Web de l'ASFC.

A2.1 Sondage à lien ouvert sur le site Web de l'ASFC

La recherche quantitative a été réalisée au moyen d'un sondage en ligne, à l'aide de la technologie d'entrevue Web assistée par ordinateur (CAWI). La consultation publique a été lancée au moyen d'un questionnaire de sondage à lien ouvert disponible sur le site Web de l'ASFC. Toute personne ayant visité la section Voyageurs du site entre les 4 et 21 février 2019 a été invitée à répondre au questionnaire en cliquant sur le lien.

Cette partie de la consultation publique a généré un volume important de réponses. Au total, 2 729 répondants ont été recrutés par l'intermédiaire du lien ouvert. Nous rappelons au lecteur que les résultats de cette partie de la consultation publique ne doivent pas être considérés comme représentatifs des opinions ou des points de vue de l'ensemble de la population canadienne ni comme représentatifs des visiteurs du site Web de l'ASFC. Il

s'agit d'un groupe de répondants qui se sont portés volontaires pour répondre au questionnaire. Aucune pondération statistique n'a été effectuée relativement à cet échantillon.

Comme il s'agit d'un échantillon de volontaires, aucune marge d'erreur ne peut être calculée pour ce volet de l'étude. Nous ne pouvons pas non plus commenter le taux de participation, car nous ne connaissons pas le trafic et le volume exact de visiteurs dans le site Web de l'Agence au cours de la période où le lien ouvert était actif sur la page Web.

Le sondage en ligne nous a donné l'occasion de recruter des participants pour organiser des groupes de discussion formés d'utilisateurs du site Web de l'Agence. Nous avons donc demandé à tous les participants au sondage s'ils étaient disposés à participer à la seconde phase de l'étude. Ceux qui ont accepté ont été invités à laisser leur nom et leurs coordonnées afin que nous puissions communiquer avec eux et mener à bien le processus de recrutement.

Léger respecte les lignes directrices les plus strictes en matière de recherche quantitative. L'instrument de sondage était conforme aux *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada* – série E – Recherche qualitative et quantitative. Le questionnaire a été élaboré par Léger en collaboration avec les chefs de projet de recherche de l'ASFC.

Le questionnaire de sondage est disponible en annexe.

La validité des réponses

En répondant à un sondage en ligne, les participants sentent qu'ils représentent une portion anonyme d'un groupe cible, ce qui les rassure quant à la confidentialité et à la validité des réponses. Aussi, le questionnaire a été conçu de façon à ce qu'il compte un nombre minimal de clics et un nombre raisonnable de questions, car l'expérience a montré qu'après un certain temps, les répondants perdent leur intérêt et ne se soucient plus de répondre correctement.

Une simulation informatique a été effectuée avant le lancement du sondage sur le site Web afin de déceler toute erreur de saut entre les questions, et les analystes de la recherche ont testé la fluidité de la navigation d'une question à l'autre. On procède par élimination pour éviter de conserver un questionnaire dans lequel des ratios de fatigue associés aux questions sont décelés à la fin du questionnaire.

L'expertise d'une équipe qui se consacre aux sondages en ligne

L'équipe de *LegerWeb* est composée d'environ dix professionnels et techniciens spécialisés dans les technologies de l'information et le cybermarketing, qui assurent un suivi de 8 h à 19 h tous les jours de la semaine. La plupart des membres de notre équipe ont travaillé dans le domaine des sondages téléphoniques ou des entrevues en personne, et ils tirent parti de leur maîtrise de l'art de l'entrevue.

Grâce à son soutien à la clientèle, l'équipe de *LegerWeb* est en mesure d'offrir aux experts toute l'aide et l'information technique dont ils pourraient avoir besoin lorsqu'ils répondent à un sondage en ligne.

L'équipe de *LegerWeb* travaille en étroite collaboration avec l'équipe chargée des statistiques et l'équipe de recherche, et elle transmet tous les renseignements pertinents relatifs au projet de sondage. Puisque nous communiquons de façon constante, nous sommes en mesure d'agir très rapidement, de détecter des erreurs ou des problèmes dès qu'ils surviennent et de les résoudre en un temps record.

Le logiciel développé par l'équipe de *LegerWeb* dans le but d'effectuer des sondages en ligne a été conçu pour offrir une souplesse, une efficacité et une sécurité optimales lors de l'administration du questionnaire. De plus, l'équipe exerce une surveillance continue de chaque sondage en ligne.

Léger utilise les innovations les plus récentes en matière de sondages en ligne et agit en pleine connaissance des limites et des possibilités des recherches effectuées par le biais de sondages en ligne.

Enfin, il convient de préciser que Léger s'efforce de développer son expertise en matière de sondages en ligne en mettant en œuvre les mêmes normes et critères de qualité que ceux régissant ses célèbres sondages téléphoniques.

En outre, pour tous ses projets de recherche quantitative, Léger a établi des mesures de contrôle de la qualité qui sont identiques au processus ISO, et en vertu desquelles toutes les étapes sont vérifiées, y compris les étapes précédentes. Concrètement, le processus d'assurance de la qualité est fondé sur les éléments suivants :

- La désignation d'un gestionnaire de projet responsable de la qualité du produit final pour éviter de diluer les responsabilités à l'interne.
- L'examen minutieux de la mesure dans laquelle les objectifs des clients cadrent avec le questionnaire final, en veillant à ce que chaque aspect se retrouve dans le questionnaire.
- La vérification de la formulation de chaque question, du point de vue de la simplicité et de la signification sans équivoque de la syntaxe en fonction d'une idée précise qui doit être abordée pendant l'entrevue.
- L'examen des effets de la contamination a priori, c'est-à-dire, veiller à ce que l'ordre de chaque question dans l'ensemble du sondage n'ait pas d'effets indus sur les réponses suivantes (ce qui se produit généralement lorsqu'on fournit indirectement de l'information aux répondants, et qui a pour conséquence de rendre l'échantillon non représentatif).
- La comparaison minutieuse de la version informatisée du questionnaire au questionnaire de référence approuvé par le client.
- La vérification des sauts programmés dans le système informatisé avant le prétest.
- La réalisation d'un prétest permettant de vérifier la compréhension des questions et des concepts, les ambiguïtés possibles, les sauts de question logiques, etc.
- L'équipe hautement vigilante de *LegerWeb* détecte toutes les questions comportant des problèmes sur le terrain.
- L'utilisation du logiciel permet d'éviter les erreurs lors de la saisie de données, les sauts non établis, etc. La validation logique est donc effectuée au préalable et non après coup.

- Le codage des questions ouvertes est effectué à l'aide d'une première sélection des réponses au dossier, puis par l'établissement de codes qui sont envoyés au client à des fins d'approbation.

Nous estimons que l'établissement de ces procédures permet de garantir une qualité optimale lorsque nous effectuons des sondages en ligne.

Nettoyage des données

Les analystes de données et le service de traitement des données de Léger ont ensuite effectué un nettoyage complet pour s'assurer que :

- toutes les questions fermées étaient situées dans la plage permmissible ou logique (les plages permmissibles sont confirmées auprès du client dans toutes les circonstances, que ce soit clair ou non d'après le questionnaire);
- les écarts étaient vérifiés et, au besoin, exclus des données;
- toutes les instructions « passez à » avaient été suivies correctement;
- les données étaient complètes (sauf dans les cas où c'était intentionnel et conforme aux attentes du client);
- l'information était constante et logique tout au long du questionnaire, sans contradictions dans les données.

Les données ont été vérifiées et nettoyées après la première soirée de travail de terrain et à la fin du projet. Pendant l'analyse, tous les chiffres ont été contre-vérifiés. Les écarts ont été vérifiés deux fois pour confirmer que les données avaient bien été entrées avec justesse.

Comme pour toutes les recherches menées par Léger, les coordonnées sont restées entièrement confidentielles, et toute information susceptible de permettre l'identification des répondants a été supprimée des données, conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada.

A2.2 Groupes de discussion en ligne

Léger a organisé trois (3) groupes de discussion en ligne dont les participants étaient des visiteurs du site Web de l'ASFC. Ils ont tous été recrutés à partir du sondage en ligne de la précédente phase de recherche de l'étude. Les trois séances se sont déroulées en ligne au moyen de la plateforme de vidéobavardage ITracks et ont fait intervenir des participants de différentes régions du Canada ou des États-Unis. Le tableau suivant résume les lieux, dates, profils et nombres de participants pour chacun des groupes de discussion.

GROUPE	Profil du groupe	Langue	Visiteurs recrutés	Participants	Dates	Heure (heure de l'Est)	Type
GR01	Visiteurs du site Web de l'ASFC	FRA	10	8	7 mars 2019	16 h 30	En ligne
GR02	Visiteurs du site Web de l'ASFC	ANG	10	8	7 mars 2019	18 h	En ligne
GR03	Visiteurs du site Web de l'ASFC	ANG	10	7	7 mars 2019	20 h	En ligne

Les participants ont été informés de tous leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada et des *Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada*. Plus précisément, leur confidentialité était garantie et leur participation était volontaire. Léger était responsable du recrutement des participants et de l'animation des groupes de discussion en ligne.

Les recruteurs professionnels de Léger ont assuré la disponibilité et la participation des personnes recrutées. Léger était responsable de l'organisation des séances sur la plateforme de vidéobavardage ITracks. Un incitatif financier de 100 \$ par participant a été offert à tous les participants des groupes pour les remercier de leur temps.

Annexe B – Guide d’animation – Groupes de discussion

Introduction : Présentation générale

Durée : 10 minutes

Avant le début de la séance, les participants sont invités à remplir un bref questionnaire d’auto-évaluation au sujet de leurs compétences numériques (**Questionnaire 1**).

PRÉSENTATION

- Mot de bienvenue aux participants
- Présentation du modérateur
- Présentation de Léger

OBJECTIF DE LA SÉANCE

- La séance a pour objectif de faire connaître vos idées et de discuter de l’environnement numérique de l’ASFC ainsi que de vos besoins pour faciliter votre méthode de travail.
- Définition de l’environnement numérique : *systèmes d’information, technologies numériques, plateformes, logiciels et services utilisés à l’ASFC.*
- La discussion portera principalement sur Atlas (l’intranet), le wiki et Apollo.

RÈGLES DE DISCUSSION

- La dynamique des échanges (durée, discussion, tour de table)
- Il n’y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses
- L’importance de donner votre opinion personnelle de façon spontanée et honnête
- L’importance de réagir aux opinions des autres
- L’importance de parler à tour de rôle

PRÉSENTATION DE LA SALLE RÉSERVÉE AU GROUPE DE DISCUSSION

- Enregistrement audio pour analyse ultérieure
- Présence d'un observateur pour la prise de notes
- L'information n'est recueillie que pour orienter le processus de stratégie numérique et améliorer les services

RÉSULTATS CONFIDENTIELS

- Les discussions que nous aurons aujourd'hui resteront confidentielles en tout temps
- Le rapport ne fera aucunement mention de votre nom

Avez-vous des questions avant de commencer?

PRÉSENTATION DES PARTICIPANTS (FAIRE UN TOUR DE TABLE)

- Prénom seulement
- Poste
- Service ou département
- Nombre d'années de service à l'ASFC
- Employé à temps plein ou à temps partiel (feuille de temps)

PARTIE 1 : L'intranet au travail

Durée : 20 minutes

Réchauffement

Commençons par votre utilisation générale de la technologie.

1.1 Dans le bref questionnaire d'auto-évaluation, comment avez-vous évalué votre maîtrise globale des outils numériques énumérés à la question 1?

Questions de suivi pour faciliter la conversation :

- Les appareils (p. ex., téléphone intelligent, tablette)? *Lesquels et pourquoi?*
- Les médias sociaux? *Lesquels et pourquoi?*
- Les sites Web? *Lesquels visitez-vous le plus et pourquoi?*
- Les applications mobiles? *Lesquelles utilisez-vous le plus et pourquoi?*
- Les logiciels et plateformes (p. ex., Google Docs, Office 365)? *Lesquels et pourquoi?*
- Les messages textes? *Pourquoi?*

Discutons maintenant de la façon dont vous utilisez la technologie dans le cadre de votre travail.

1.2 Mis à part Atlas (nous y reviendrons dans une minute), pouvez-vous décrire les technologies que vous utilisez dans le cadre de votre travail et la façon dont vous les utilisez?

- Améliorent-elles votre expérience de travail? Si oui, comment? (plus rapide, plus agréable, plus autonome)
- Pensez-vous que ces technologies sont pleinement exploitées? Comment pourraient-elles mieux être utilisées?
- Y a-t-il d'autres technologies qui pourraient être utiles dans le cadre de votre travail?

1.3 Maintenant, concentrons-nous sur votre utilisation de la technologie lors d'un jour de semaine ou de travail normal. Quel type d'outils technologiques utilisez-vous quotidiennement et à quel moment?

Attendez des réponses spontanées, puis posez des questions :

- Les appareils (p. ex., téléphone intelligent, tablette)? *Lesquels et pourquoi?*
- Les médias sociaux? *Lesquels et pourquoi?*
- Le site Web de l'ASFC? *Comment l'utilisez-vous?*
- Les applications mobiles? *Utilisez-vous des applications mobiles au travail? Lesquelles et pourquoi?*
- Le site intranet Atlas

- Le wiki
- Apollo
- Les messages textes? *Pourquoi?*
- Les espaces physiques (p. ex., salles de réunion)? *Lesquels et pourquoi?*

1.4 Questions propres aux ASF :

- Comment obtenez-vous vos bulletins d'information sur les quarts de travail et bulletins opérationnels? Est-ce qu'un chef d'équipe les imprime? Les imprimez-vous vous-mêmes? Les consultez-vous dans Atlas?
- Prévoyez-vous du temps pendant votre quart de travail pour lire les communications de l'Agence ou pour visiter Atlas?
- Accéderiez-vous à Atlas à partir d'un appareil mobile si vous en aviez la possibilité?

1.5 Concentrons-nous maintenant sur Atlas. Continuons à discuter d'une journée typique à titre d'employé de l'ASF. Cela peut être hier, aujourd'hui, ou même la façon dont vous envisagez la journée de demain. Imaginez simplement une journée typique. Pendant cette journée :

- Qu'êtes-vous susceptible de faire? Quels sont vos principaux objectifs? Quelles tâches devez-vous accomplir? (accéder aux bases de données, transmettre des documents à d'autres employés, communiquer avec d'autres employés)
- À quelle heure de votre journée de travail allez-vous dans Atlas? Pourquoi y allez-vous à ce moment précis?
- Veuillez écrire sur ce deuxième questionnaire les cinq principales tâches que vous devez ou que vous voulez accomplir à l'aide d'Atlas.
- Parmi ces tâches que vous voulez accomplir, certaines sont-elles difficiles pour vous en ce moment? Pourquoi?

PARTIE 2 : Utilisation d'Atlas (et d'autres outils) et satisfaction à cet égard

Durée : 40 minutes

2.1 Tout d'abord, comment évalueriez-vous votre connaissance d'Atlas en général? Comment expliquez-vous ce niveau de connaissance et de familiarité?

2.2 Que pensez-vous du site intranet **Atlas de l'ASFC**?

- Si vous deviez lui attribuer une note de 1 à 10, quelle note donneriez-vous à Atlas? Pourquoi?
- Qu'est-ce que vous aimez d'Atlas? En quoi vous aide-t-il dans votre travail?
- Avez-vous déjà eu une expérience négative avec Atlas? Que s'est-il passé?
- Trouvez-vous toujours, le plus souvent, rarement ou jamais ce que vous cherchez? Quels sont les exemples de choses que vous avez cherchées dans Atlas, mais que vous n'avez pas pu trouver?
- Avez-vous des idées sur la façon dont Atlas pourrait être amélioré? Qu'est-ce qui vous aiderait à trouver plus facilement ce que vous cherchez?

2.3 Voici la page d'accueil d'Atlas. Que cherchez-vous en premier lieu? Qu'est-ce qui devrait être mis en évidence pour répondre à vos besoins?

- Qu'en est-il des éléments du menu dans le haut? Est-ce les bons? Est-il clairement indiqué ce que vous trouverez dans chaque élément du menu si vous cliquez dessus?
- Pensez-vous que la page d'accueil est représentative de vous-même et de votre rôle au sein de l'Agence?
- Pensez-vous qu'Atlas contribue à créer un sentiment d'appartenance à l'ASFC? Pourquoi ou pourquoi n'est-ce pas le cas?
- Voulez-vous savoir ce qui se passe dans les autres régions ou directions générales de l'Agence? Pourquoi ou pourquoi n'est-ce pas le cas?
- Atlas devrait-il comprendre plus de renseignements qui ne sont pas directement liés à votre travail ou à votre tâche? Par exemple, des activités sociales, des nouvelles et des félicitations.
- Qu'en est-il de la structure organisationnelle? Vous y reportez-vous? Est-elle utile?
- À votre avis, que signifie la bannière « Archivé »? Quelles sont vos suppositions concernant le contenu d'une page portant le titre « Archivé » dans le haut de la page?

2.3.1 Voici une liste de sujets qui pourraient figurer sur la page d'accueil d'Atlas (**Questionnaire 2**). Veuillez choisir les cinq principaux sujets que vous aimeriez voir sur la page d'accueil.

(PARCOURIR LA LISTE, DEMANDER AUX PARTICIPANTS DE LEVER LA MAIN ET DEMANDER POURQUOI CE SUJET A ÉTÉ CHOISI.)

2.4 Que pensez-vous de l'outil Wiki?

- À quelle fréquence l'utilisez-vous et à quelle fin? Si nous regardons le nombre total de pages consultées, le wiki est très populaire. Pourquoi?
- Faites-vous toujours confiance aux renseignements que vous trouvez sur le wiki (toujours exacts)?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos du wiki?
- Comment pourrait-on améliorer Atlas pour que vous n'ayez pas besoin d'aller sur le wiki aussi souvent?

2.5 Que pensez-vous d'Apollo?

- À quelle fréquence l'utilisez-vous pour télécharger ou imprimer des documents?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos d'Apollo?
- Plusieurs documents mentionnés dans Atlas doivent être téléchargés à l'aide d'Apollo. Cette procédure vous dérange-t-elle? Cela vous cause-t-il des problèmes?
- Lorsque vous téléchargez des documents depuis Apollo, préférez-vous les versions PDF ou le format original?

2.6 Que pensez-vous des médias sociaux de l'ASFC? *(Passer cette question si le temps presse.)*

- Quels médias sociaux suivez-vous? *Pourquoi les suivez-vous ou ne les suivez-vous pas?*
- À quelle fréquence les utilisez-vous et à quelle fin?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos des médias sociaux?
- Comment pourrait-on les améliorer?

PARTIE 3 : Possibilités de changement

Durée : 20 minutes

3.1 Aimeriez-vous qu'Atlas ait un aspect plus social? Vous pourriez ajouter votre profil, votre biographie, des photos, etc.

- Qu'en est-il du contenu modéré comme les billets de blogue sur les programmes ou les modifications apportées aux lois? Les messages du temps des fêtes?

3.2 Qu'en est-il si la structure organisationnelle pouvait être modifiée? Qu'est-ce qui la rendrait utile comme outil de référence?

3.3 Les renseignements dignes d'être publiés dans l'ensemble de l'Agence devraient-ils être mis plus en évidence?

- Qu'en est-il des idées suivantes au sujet des reportages? Leur attribueriez-vous une mention « J'aime »? Les partageriez-vous?
 - Les principales mesures d'exécution de la loi
 - La participation de l'Agence à des activités de bénévolat
 - Les innovations technologiques à l'ASFC
 - Les récompenses et distinctions
 - Les cérémonies du PFBA
 - Etc.

3.4 Voici une suggestion concernant une nouvelle présentation (montrer la page d'accueil du projet).

Serait-ce une amélioration par rapport à la version actuelle d'Atlas? Sous quels aspects? Au-delà de l'apparence et de la convivialité, qu'est-ce qui est différent ou mieux?

3.5 Si cela pouvait être effectué très facilement, devriez-vous être autorisé à signaler les renseignements lorsque vous savez que ceux-ci sont inexacts ou périmés?

3.6 Aimerez-vous pouvoir utiliser une fonction qui vous permettrait de mettre en signet certains contenus ou pages pour référence ultérieure?

3.7 Une version mobile serait-elle utile? Vous en serviriez-vous? Quand et pourquoi?

3.8 Les images, les vidéos et autres formats de contenu visuel sont-ils importants dans un site intranet comme Atlas?

3.9 Qu'en est-il d'un système d'alerte qui apparaît en cas d'urgence (ou d'alerte propre à une tempête)?

3.10 Qu'en est-il d'un « bureau d'administration » où vous trouveriez en un seul endroit l'ensemble des procédures, des formulaires et des modèles ainsi que d'autres fonctions d'aide?

3.11 Devrions-nous présenter des résumés de certaines politiques officielles à titre de guides de référence rapide? (comme le Code de conduite)

PARTIE 4 : Conclusion

Durée : 10 minutes

4.1 Avant de vous laisser partir, avez-vous d'autres suggestions ou recommandations pour améliorer Atlas?

MERCI BEAUCOUP DE VOTRE PARTICIPATION. VOS COMMENTAIRES SONT TRÈS IMPORTANTS POUR L'AGENCE!

FIN DU GROUPE

Annexe C – Guide d’entrevue

Introduction : Présentation générale

Durée : 10 minutes

Avant le début de la séance, les participants sont invités à remplir un bref questionnaire d’auto-évaluation au sujet de leurs compétences numériques.

(Questionnaire 1)

PRÉSENTATION

- Mot de bienvenue au participant
- Présentation du modérateur
- Présentation de Léger

OBJECTIF DE LA SÉANCE

- La séance a pour objectif de faire connaître vos idées et de discuter de l’environnement numérique de l’ASFC ainsi que de vos besoins pour faciliter votre méthode de travail.
- Définition de l’environnement numérique : *systèmes d’information, technologies numériques, plateformes, logiciels et services utilisés à l’ASFC.*
- La discussion portera principalement sur Atlas (l’intranet), le wiki et Apollo.

RÈGLES DE DISCUSSION

- La dynamique des échanges (durée, discussion de 45 minutes)
- Il n’y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses
- L’importance de donner votre opinion personnelle de façon spontanée et honnête

PRÉSENTATION DE LA DISCUSSION

- Enregistrement audio pour analyse ultérieure
- Présence d’un observateur pour la prise de notes
- L’information n’est recueillie que pour orienter le processus de stratégie numérique et améliorer les services

RÉSULTATS CONFIDENTIELS

- Les discussions que nous aurons aujourd’hui resteront confidentielles en tout temps
 - Le rapport ne fera aucunement mention de votre nom
- Avez-vous des questions avant de commencer?

PRÉSENTATION DU PARTICIPANT

- Prénom seulement
- Poste
- Service ou département
- Nombre d’années de service à l’ASFC
- Employé à temps plein ou à temps partiel (feuille de temps)

PARTIE 1 : L’intranet au travail

Durée : 7 minutes

Réchauffement

Discutons de la façon dont vous utilisez la technologie dans le cadre de votre travail.

1.1 Mis à part Atlas (nous y reviendrons dans une minute), pouvez-vous décrire les technologies que vous utilisez dans le cadre de votre travail et la façon dont vous les utilisez?

- Améliorent-elles votre expérience de travail? Si oui, comment? (plus rapide, plus agréable, plus autonome)
- Pensez-vous que ces technologies sont pleinement exploitées? Comment pourraient-elles mieux être utilisées?
- Y a-t-il d’autres technologies qui pourraient être utiles dans le cadre de votre travail?

1.2 Maintenant, concentrons-nous sur votre utilisation de la technologie lors d’un jour de semaine ou de travail normal. Quel type d’outils technologiques utilisez-vous quotidiennement et à quel moment?

Attendez des réponses spontanées, puis posez des questions :

- Les appareils (p. ex., téléphone intelligent, tablette)? *Lesquels et pourquoi?*
- Les médias sociaux? *Lesquels et pourquoi?*
- Le site Web de l’ASFC? *Comment l’utilisez-vous?*
- Les applications mobiles? *Utilisez-vous des applications mobiles au travail? Lesquelles et pourquoi?*
- Le site intranet Atlas

- Le wiki
- Apollo
- Les messages textes? *Pourquoi?*
- Les espaces physiques (p. ex., salles de réunion)? *Lesquels et pourquoi?*

1.3 Questions propres aux ASF :

- Comment obtenez-vous vos bulletins d'information sur les quarts de travail et bulletins opérationnels? Est-ce qu'un chef d'équipe les imprime? Les imprimez-vous vous-mêmes? Les consultez-vous dans Atlas?
- Prévoyez-vous du temps pendant votre quart de travail pour lire les communications de l'Agence ou pour visiter Atlas?
- Accéderiez-vous à Atlas à partir d'un appareil mobile si vous en aviez la possibilité?

1.4 Now let's focus on Atlas. Let's continue discussing a typical day in your life as a CBSA employee. It can be yesterday, today or even how you think tomorrow will be. Just picture your typical day. During this day:

- Qu'êtes-vous susceptible de faire? Quels sont vos principaux objectifs? Quelles tâches devez-vous accomplir? (accéder aux bases de données, transmettre des documents à d'autres employés, communiquer avec d'autres employés)
- À quelle heure de votre journée de travail allez-vous dans Atlas? Pourquoi y allez-vous à ce moment précis?
- Veuillez écrire sur ce deuxième questionnaire les cinq principales tâches que vous devez ou que vous voulez accomplir à l'aide d'Atlas.
- Parmi ces tâches que vous voulez accomplir, certaines sont-elles difficiles pour vous en ce moment? Pourquoi?

1.5 Que pensez-vous de l'outil Wiki?

- À quelle fréquence l'utilisez-vous et à quelle fin? Si nous regardons le nombre total de pages consultées, le wiki est très populaire. Pourquoi?
- Faites-vous toujours confiance aux renseignements que vous trouvez sur le wiki (toujours exacts)?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos du wiki?
- Comment pourrait-on améliorer Atlas pour que vous n'ayez pas besoin d'aller sur le wiki aussi souvent?

1.6 Que pensez-vous d'Apollo?

- À quelle fréquence l'utilisez-vous pour télécharger ou imprimer des documents?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos d'Apollo?
- Plusieurs documents mentionnés dans Atlas doivent être téléchargés à l'aide d'Apollo. Cette procédure vous dérange-t-elle? Cela vous cause-t-il des problèmes?
- Lorsque vous téléchargez des documents depuis Apollo, préférez-vous les versions PDF ou le format original?

1.7 Que pensez-vous des **médias sociaux** de l'ASFC? (*Passer cette question si le temps presse.*)

- Quels médias sociaux suivez-vous? *Pourquoi les suivez-vous ou ne les suivez-vous pas?*
- À quelle fréquence les utilisez-vous et à quelle fin?
- Qu'est-ce que vous aimez et qu'est-ce que vous n'aimez pas à propos des médias sociaux?
- Comment pourrait-on les améliorer?

PARTIE 2 : Utilisation d'Atlas (et d'autres outils) et satisfaction à cet égard

Durée : 8 minutes

2.1 Tout d'abord, comment évalueriez-vous votre connaissance d'Atlas en général? Comment expliquez-vous ce niveau de connaissance et de familiarité? (**réponse – questionnaire 2**)

2.2 Voici la page d'accueil d'Atlas (**MONTREZ LA PAGE D'ACCUEIL D'ATLAS**). Que pensez-vous du site intranet **Atlas de l'ASFC**?

- Si vous deviez lui attribuer une note de 1 à 10, quelle note donneriez-vous à Atlas? Pourquoi?
- Qu'est-ce que vous aimez d'Atlas? En quoi vous aide-t-il dans votre travail?
- Avez-vous déjà eu une expérience négative avec Atlas? Que s'est-il passé?
- Trouvez-vous toujours, le plus souvent, rarement ou jamais ce que vous cherchez? Quels sont les exemples de choses que vous avez cherchées dans Atlas, mais que vous n'avez pas pu trouver?
- Pensez-vous que la page d'accueil est représentative de vous-même et de votre rôle au sein de l'Agence?
- Pensez-vous qu'Atlas contribue à créer un sentiment d'appartenance à l'ASFC? Pourquoi ou pourquoi n'est-ce pas le cas?
- Voulez-vous savoir ce qui se passe dans les autres régions ou directions générales de l'Agence? Pourquoi ou pourquoi n'est-ce pas le cas?
- Atlas devrait-il comprendre plus de renseignements qui ne sont pas directement liés à votre travail ou à votre tâche? Par exemple, des activités sociales, des nouvelles et des félicitations.
- Qu'en est-il de la structure organisationnelle? Vous y reportez-vous? Est-elle utile?
- À votre avis, que signifie la bannière « Archivé »? Quelles sont vos suppositions concernant le contenu d'une page portant le titre « Archivé » dans le haut de la page?

2.3 SUR LA PAGE D'ACCUEIL. Que cherchez-vous en premier lieu? Qu'est-ce qui devrait être mis en évidence pour répondre à vos besoins?

- Qu'en est-il des éléments du menu dans le haut? Est-ce les bons? Est-il clairement indiqué ce que vous trouverez dans chaque élément du menu si vous cliquez dessus?
- Avez-vous des idées sur la façon dont Atlas pourrait être amélioré? Qu'est-ce qui vous aiderait à trouver plus facilement ce que vous cherchez?

2.3.1 Sur cette image de la page d'accueil d'Atlas, indiquez tous les éléments qui sont essentiels pour vous en les encerclant.

À l'inverse, inscrivez un X ou tracez une croix sur tous les éléments que vous trouvez superficiels ou inutiles au travail et que vous n'utilisez jamais.

2.3.2 Voici une liste de sujets qui pourraient figurer sur la page d'accueil d'Atlas (**Questionnaire 2**). Veuillez choisir les cinq principaux sujets que vous aimeriez voir sur la page d'accueil.

PARTIE 3 : Possibilités de changement

Durée : 5 minutes

3.1 Que pourrait-on faire pour améliorer Atlas? Comment pourrait-on améliorer votre expérience dans Atlas au travail?

Comment pourrions-nous vous encourager à consulter Atlas plus souvent?

- Qu'en est-il du contenu modéré comme les billets de blogue sur les programmes ou les modifications apportées aux lois? Les messages du temps des fêtes?
- Les renseignements dignes d'être publiés dans l'ensemble de l'Agence devraient-ils être mis plus en évidence?
 - Qu'en est-il des idées suivantes au sujet des reportages? Leur attribueriez-vous une mention « J'aime »? Les partageriez-vous?
 - Les principales mesures d'exécution de la loi
 - La participation de l'Agence à des activités de bénévolat
 - Les innovations technologiques à l'ASFC
 - Les récompenses et distinctions
 - Les cérémonies du PFBA
 - Etc.

Si cela pouvait être effectué très facilement, devriez-vous être autorisé à **signaler les renseignements lorsque vous savez que ceux-ci sont inexacts** ou périmés?

Aimeriez-vous pouvoir utiliser une fonction qui vous permettrait de **mettre en signet certains contenus ou pages** pour référence ultérieure?

Une **version mobile** serait-elle utile? Vous en serviriez-vous? Quand et pourquoi?

Les **images, les vidéos et autres formats de contenu visuel** sont-ils importants dans un site intranet comme Atlas?

Qu'en est-il d'un **système d'alerte qui apparaît** en cas d'urgence (ou d'alerte propre à une tempête)?

Qu'en est-il d'un « **bureau d'administration** » où vous trouveriez en un seul endroit l'ensemble des procédures, des formulaires et des modèles ainsi que d'autres fonctions d'aide?

Devrions-nous présenter des **résumés de certaines politiques officielles à titre de guides de référence rapide?** (comme le Code de conduite)

Idéalement, qu'aimeriez-vous voir sur la page d'accueil d'Atlas?

PARTIE 4 : Exercice du tri de cartes

Durée : 20 minutes

EXERCICE DE TRI DE CARTES OUVERT

4.1 Dans le but d'améliorer Atlas, j'aimerais que vous fassiez l'exercice 3. Je vous demande de penser à votre utilisation quotidienne ou hebdomadaire d'Atlas et de créer des menus Atlas en fonction de vos besoins.

Je vous demande de créer les menus principaux et secondaires de l'intranet. À quoi ressemblerait Atlas?

Notez chaque fois qu'une catégorie pourrait être classée dans une ou plusieurs catégories – **faites un suivi auprès du répondant à ce sujet (Pourquoi?)**.

EXERCICE DE TRI DE CARTES HYBRIDE

4.2 J'aimerais refaire l'exercice, mais avec les catégories existantes. Voici des cartes sur lesquelles figurent beaucoup d'éléments et de catégories qui pourraient constituer les menus d'Atlas. Veuillez répéter le même exercice, mais avec ces catégories. J'ai aussi quelques cartes vierges (sur lesquelles vous pouvez écrire). Veuillez créer l'architecture des menus d'Atlas avec ces catégories. Vous pouvez ajouter des catégories (au moyen des cartes vierges) et vous pouvez en laisser de côté si vous pensez que des catégories sont inutiles.

Notez chaque fois qu'une catégorie pourrait être classée dans une ou plusieurs catégories – faites un suivi auprès du répondant à ce sujet (Pourquoi?).

Notez chaque fois que le participant dit qu'il manque des catégories – faites un suivi auprès du répondant à ce sujet (Lesquelles?).

Notez chaque fois qu'un participant dit que le nom de la catégorie n'est pas adéquat – faites un suivi auprès du répondant à ce sujet (Quel devrait être le nom approprié?).

MERCI BEAUCOUP DE VOTRE PARTICIPATION. VOS COMMENTAIRES SONT TRÈS IMPORTANTS POUR L'AGENCE!

FIN DU GROUPE

Annexe D – Exercices – Groupes de discussion

QUESTIONNAIRE 1

Poste : _____

Direction générale : _____

Région : _____

1. Dans l'ensemble, comment évaluez-vous vos compétences numériques en ce qui concerne l'utilisation des sites Web, des formulaires en ligne, des applications mobiles ou d'autres logiciels, que ce soit au travail ou pour des raisons personnelles?

Très faibles – J'ai de la difficulté.

Très élevées – Je suis un expert.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

2. Dans quelle mesure aimez-vous ou n'aimez-vous pas utiliser des outils en ligne AU TRAVAIL?

Je n'aime vraiment pas ça.

J'aime vraiment ça.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

3. De façon générale, estimez-vous que les outils en ligne du gouvernement du Canada (GC) sont plus faciles ou plus difficiles à utiliser que les autres outils en ligne que vous utilisez?

Beaucoup plus difficiles

Beaucoup plus faciles

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

4. À quelle fréquence utilisez-vous les outils suivants?

	PLUSIEURS FOIS PAR JOUR	UNE FOIS PAR JOUR	DEUX FOIS PAR SEMAINE	UNE FOIS PAR SEMAINE	TOUS LES MOIS ENVIRON	RAREMENT	JAMAIS
LES APPLICATIONS SUR VOTRE TÉLÉPHONE INTELLIGENT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LES MÉDIAS SOCIAUX (P. EX., FACEBOOK, INSTAGRAM)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LA MESSAGERIE TEXTE SUR VOTRE TÉLÉPHONE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LES SITES WEB TRANSACTIONNELS (C.-À-D. VOTRE INSTITUTION FINANCIÈRE, AMAZON)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LE SITE WEB EXTERNE DE L'ASFC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'INTRANET ATLAS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LE WIKI SUR ATLAS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTIONNAIRE 2

1. Quel est votre degré de satisfaction général à l'égard d'Atlas?

Très insatisfait

Très satisfait

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

2. Veuillez évaluer Atlas selon chacun des critères suivants :

	PAS DU TOUT	PAS VRAIMENT	ASSEZ	VRAIMENT
FACILE À NAVIGUER	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FACILE DE TROUVER CE QUE VOUS CHERCHEZ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BELLE APPARENCE ET CONVIVIAL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ME REPRÉSENTE EN TANT QU'EMPLOYÉ DE L'ASFC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
UTILE DANS MON TRAVAIL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NIVEAU DE CONFORT QUI ME GARDE À JOUR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'INFORMATION QU'ON Y TROUVE EST CLAIRE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Voici une liste de sujets qui se trouvent ou qui pourraient se trouver sur la page d'accueil d'Atlas. Veuillez sélectionner les cinq principaux éléments qui, pour vous personnellement, devraient être mis en évidence sur la page d'accueil. Cochez cinq cases pour indiquer leur priorité selon vous.

	Priorité 1	Priorité 2	Priorité 3	Priorité 4	Priorité 5
Bulletins de première ligne					
Tâches les plus demandées					
Mises à jour sur les initiatives de l'Agence					
Mises à jour sur les initiatives de la direction générale					
Mises à jour sur les initiatives régionales					
Messages des dirigeants					
Actualités régionales					
Nouvelles des autres régions					
Activités à venir					
<i>L'ASFC en bref</i> (vidéo hebdomadaire)					
<i>Atlas vous demande</i> (sondage)					
Mises à jour du site Web					
Félicitations					
Suggestion :					
Suggestion :					
Suggestion :					

Atlas

 Search

- Branches and regions ▾
- Employees ▾
- Front Line Staff ▾
- Managers ▾

Home

Renewal

Our vision for the **BORDER OF THE FUTURE**

[BORDER UPDATE](#)
[Renewal](#)
[RETIRES](#)

[»](#)
[»](#)
[Pause](#)

Headlines

- [Border Break: Don't miss the two January episodes](#)
- [CBSA EC-03/04/05 collective process launched. Apply by January 30](#)
- [Renewal Update: What does it mean for you?](#)
- [New tool - Practice your second official language!](#)

What's New

Front Line

- [PRG-2019-06](#): Repositioning of Empty Containers in Canadian Waters
- [PRG-2019-05](#): Procedures for processing Minors placed on an Alternative Arrangement, Housed or Detained and NCMS Data Entry
- [PRG-2019-04](#): Biometric Override for the Issuance of Visitor Records to Visa Required Foreign Nationals
- [PRG-2019-03](#): Canadian Food Inspection Agency (CFIA)'s Safe Food for Canadians Regulations (SFCR) coming into force on 15 January 2019

Visit the Library

- Apollo
- CBSA Directory
- CBSA News
- Forms and Templates
- Useful Links

President and Executive Vice-President

DEPUTIES' SPACE

- Message
(2019-01-14)
- [Chat with the Deputies](#)
(2019-01-07)
- [Happy Holidays 2018](#)
(2018-12-21)
- [15th Anniversary](#)
(2018-12-12)

More messages from our Deputies

Top Toolkits

- [Boardrooms/Teleconferencing](#)
- [Brand](#)
- [Briefings & Correspondence](#)
- [Defensive Tactics](#)
- [Directories](#)
- [Food, Plant and Animal \(FPA\) Program Toolkit](#)
- [Guides and Manuals](#)
- [Information Sharing](#)
- [Performance Management](#)
- [Single Window Initiative \(SWI\)](#)
- [Written Collaborative Arrangements](#)

More Toolkits

In the Spotlight

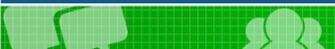


Priorities



- [Central Innovation Hub](#)
- [CBSA Initiatives](#)
- [Official Languages](#)

Community



- [CBSA Wiki](#)
- [GCcollab](#)
- [GCconnex](#)
- [GCdirectory](#)
- [GCPedia](#)

Atlas Asks



A conflict of interest is any situation in which **private interests** could improperly influence the performance of **official duties and responsibilities**. Which of the following is **NOT** an example of a potential conflict of interest?

- a) Being employed with an import/export business that has trade deals with the Agency;
- b) Having a colleague clear a family member or friend that comes through the Primary Inspection Line;
- c) Receiving tickets to a hockey game from a traveller that was processed efficiently;
- d) Renting out your secondary residence.

Submit Clear

About "Atlas Asks"

Date modified: 2019-01-23

About Us

- [Organizational Structure](#)
- [Our Charter](#)
- [Legislation](#)
- [Deputies' Space](#)

About Atlas

- [Contact Us](#)
- [Intranet Coordinators](#)
- [Internet & Atlas Toolkit](#)
- [What's New](#)

Social Media

- [Feeds](#)
- [Twitter](#)
- [Videos](#)

Other Sites

- [Connexion \(IRCC\)](#)
- [InfoZone \(CRA\)](#)
- [Public Safety](#)

Questionnaire 3

Si vous deviez revoir la conception des options du menu d'Atlas, à quoi ce dernier ressemblerait-il?

Annexe E – Questionnaire de la mise à l’essai de l’arborescence

Questionnaire de la mise à l’essai de l’arborescence

1. Vous serez invité à trouver un élément donné, et une liste de liens vous sera fournie.
2. Parcourez la liste jusqu’à ce que vous trouviez un lien qui, selon vous, vous aidera à accomplir la tâche.
3. Si vous faites une erreur, vous pouvez revenir en arrière en cliquant sur l’un des liens ci-dessus.

Il ne s’agit pas d’un test pour évaluer vos aptitudes; il n’y a pas de bonnes ni de mauvaises réponses.

Voilà, commençons!

Sélection

Would you prefer to complete the survey in English or French?
Préférez-vous répondre à ce questionnaire en anglais ou en français?

Anglais

Français

Profil

Êtes-vous un employé de première ligne?

Oui, je suis un employé de première ligne.

Non, je ne suis pas un employé de première ligne.

Tâche 1. Rémunération et avantages sociaux

Vous aimeriez obtenir des renseignements sur le régime de soins de santé de la fonction publique.

Tâche 2. Formation et apprentissage

Vous voulez apprendre de nouvelles façons de faire les choses et perfectionner vos compétences et aptitudes pour vous améliorer dans votre domaine professionnel.

Tâche 3. Procédures normalisées

Vous souhaitez passer en revue les procédures de contrôle des passagers et de l'équipage des navires.

Tâche 4. Bureaux de la haute direction

Vous cherchez les renseignements biographiques et professionnels du vice-président de votre direction générale.

Tâche 5. Approvisionnement

Vous voulez établir un contrat avec un fournisseur externe.

Tâche 6. Convention collective

Vous cherchez de l'information sur les mesures d'adaptation de l'employeur pour les personnes handicapées.

Tâche 7. Service informatique en cas de voyage à l'étranger

Vous souhaitez connaître le numéro de téléphone du Bureau national de services de TI.

Tâche 8. Vidéos de la série *L'ASFC en bref* des semaines précédentes

Vous aimeriez visionner la série de vidéos de nouvelles hebdomadaires.

Tâche 9. Apollo

Vous voulez accéder à Apollo.

Tâche 10. Bulletins de première ligne

Vous voulez trouver le Bulletin opérationnel PRG-2019-09 – Nouvelle allégation pour le secteur commercial dans le Système intégré d'exécution des douanes (SIED) : renseignements inexacts.

Annexe F – Questionnaire de sondage

Agence des services frontaliers du Canada

Visiteur du site Web

Questionnaire final

INT01 - INT01 - ASK ALL

Merci de prendre le temps de participer à cette étude. L'Agence des services frontaliers du Canada souhaite connaître votre impression sur son site Web. Vos commentaires aideront l'Agence à améliorer son site Web.

Il ne vous faudra pas plus de 10 minutes pour répondre à ce questionnaire, et vous devrez y répondre en une seule fois. Vous ne pourrez pas reprendre ultérieurement au dernier point d'enregistrement. Lorsque vous appuierez sur le bouton « Suivant » à la dernière page du sondage, vos réponses seront enregistrées, et vous aurez terminé le sondage.

« J'accepte de répondre honnêtement et de façon réfléchie aux questions du sondage qui suit. »

Oui (1)

Non (NE)

INFOSECTA - INFOSECTA - SHOW ALL

La section suivante porte sur votre visite sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

QA1 - QA1 - ASK ALL

Comment êtes-vous arrivé sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada?

J'ai recherché le nom de l'Agence (Agence des services frontaliers du Canada) sur un moteur de recherche externe (Google, Bing, etc.). (1)

J'ai utilisé un moteur de recherche se trouvant sur un autre site Web du gouvernement du Canada. (2)

Je me suis directement rendu sur le site Web en tapant son adresse dans la barre d'adresse. (3)

J'ai recherché le sujet sur lequel j'avais des questions (p. ex. programme NEXUS, temps d'attente à la frontière, biens de consommation autorisés à la frontière, etc.) à l'aide d'un moteur de recherche externe (Google, Bing, etc.). (4)

Je me suis retrouvé sur le site Web de l'Agence par erreur. Ce n'était pas l'objet de ma recherche. (97)

Autre, veuillez préciser. (96) _____

QA2 - QA2 - ASK ALL

À quelle fréquence visitez-vous le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada?

Tous les jours (1)

Chaque semaine (2)

- Chaque mois (3)
- Une ou deux fois par année (4)
- Rarement ou exceptionnellement (5)
- Je ne sais pas (98)

QA3 - QA3 - ASK ALL

Quand avez-vous visité le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada pour la dernière fois?

- Au cours de la dernière semaine (1)
- Au cours du dernier mois (2)
- Il y a un à trois mois (3)
- Il y a trois à six mois (4)
- Il y a six à douze mois (5)
- Il y a plus de douze mois (6)
- Jamais (7)
- Je ne sais pas (98)

QA4 - QA4 - ASK ALL

Quel appareil utilisez-vous pour naviguer sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada?

- (A)
 - Ordinateur de bureau (1)
 - Ordinateur portable (2)
- (B)
 - iPhone (3)
 - BlackBerry (4)
 - Autre téléphone intelligent (5)
- (C)
 - Tablette iPad (6)
 - Tablette Android (7)
 - Autre, veuillez préciser. (96)_____

QA5 - QA5 - ASK ALL EXCEPT IF Q3= 7 ,8

Avez-vous déjà eu de la difficulté à accéder au site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada?

- Oui (1)
- Non (2)
- Je ne sais pas (8)

Q5A - Q5A - ASK IF Q5=1

Quelle était la nature du problème?

Veuillez préciser :

Je ne sais pas (98)

QA6 - QA6

Combien de temps avez-vous passé sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada pendant votre visite?

Veuillez ne pas tenir compte du temps qu'a mis le site Web à s'afficher ni du temps que vous avez mis pour y accéder.

Moins de 2 minutes (1)

De 2 à 5 minutes (2)

De 6 à 10 minutes (3)

De 11 à 15 minutes (4)

Plus de 15 minutes (5)

Je ne sais pas (98)

QA7 - QA7 - ASK ALL

La page sur laquelle vous êtes tombé contenait-elle les renseignements que vous recherchez?

Oui (1)

Non (2)

Je ne sais pas (8)

QA8 - QA8 - ASK IF QA7=1

Avez-vous eu de la facilité à trouver des renseignements sur la page sur laquelle vous êtes tombé?

Oui (1)

Non (2)

Je ne sais pas (8)

QA8A - QA8A - ASK IF Q8=2

En quoi était-il difficile de trouver des renseignements sur la page?

Veuillez préciser :

Je ne sais pas (98)

QA10 - QA10 - ASK IF QA7=2,8

Vous avez mentionné que vous n'aviez pas trouvé l'information que vous recherchez sur la page où vous êtes arrivé.

Avez-vous fini par trouver l'information que vous recherchez sur d'autres pages du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada?

Oui (1)

Non (2)

Je ne sais pas (8)

QA10A - QA10A - ASK IF QA10=2, 8

Quelles informations cherchiez-vous que vous n'avez pas trouvées?

Veillez préciser :

Je ne sais pas (98)

QA9 - QA9 - ASK ALL

Au cours de votre visite sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, avez-vous utilisé la barre de recherche sur la page?

Oui (1)

Non (2)

Je ne sais pas (8)

INFOSECTB - INFOSECTB - SHOW ALL

La prochaine section porte sur la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

QB1 - QB1 - ASK ALL

Veillez indiquer, en vous basant sur la liste ci-dessous, les raisons pour lesquelles vous avez visité la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

(A)

Pour obtenir des renseignements sur le temps d'attente à la frontière (1)

Pour obtenir des renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière (2)

Pour obtenir des renseignements sur les exigences d'entrée pour les non-Canadiens (3)

(B)

Pour obtenir des renseignements sur le programme NEXUS (4)

Pour m'inscrire au programme NEXUS (5)

Pour obtenir des renseignements sur les programmes CANPASS (6)

(C)

Pour trouver l'emplacement des bureaux de l'ASFC (7)

Pour trouver des renseignements sur les frontières ou des coordonnées (8)

(D)

Pour aider à planifier un voyage à venir (9)

Autre raison, veuillez préciser (96) _____

Je ne m'en souviens pas (98)

QB2 - QB2 - ASK ALL

Veillez évaluer votre degré de satisfaction général à l'égard de la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Très satisfait (5)
Plutôt satisfait (4)
Ni satisfait ni insatisfait (3)
Plutôt insatisfait (2)
Très insatisfait (1)
Je ne sais pas (8)

QB3 - QB3

Veillez indiquer dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants concernant la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada.

Totalement en accord (5) En accord (4) Ni en accord ni en désaccord (3) En désaccord (2)
Totalement en désaccord (1) Je ne sais pas (8)

Il est facile d'y trouver ce que je recherche. (A)
L'information qui s'y trouve est à jour. (B)
L'information qui s'y trouve est exacte. (C)
L'information qui s'y trouve est exhaustive. (D)
L'information qui s'y trouve est facile à comprendre. (E)
Le temps qu'il faut généralement pour trouver des renseignements est raisonnable. (F)
Le site Web répond à mes besoins. (G)

QB4 - QB4 - ASK

Avez-vous des suggestions qui permettraient d'améliorer la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada ?

Veillez préciser :
Je ne sais pas (98)

QB5 - QB5

Lorsque vous pensez à votre visite sur le site Web de l'Agence, laquelle des situations suivantes décrit le mieux votre expérience?

Tout le texte se trouvant sur le site Web de l'Agence était clair. (1)
Certains mots ou termes utilisés sur le site Web n'étaient pas clairs. (2)
De nombreux mots ou termes utilisés sur le site Web n'étaient pas clairs. (3)
Je ne sais pas (8)

QB6 - QB6 - ASK IF QB5 = 2,3

Vous avez indiqué avoir éprouvé de la difficulté à comprendre certains mots ou termes utilisés sur le site Web. Veuillez nous préciser lesquels.

Vous pouvez énumérer autant de mots ou de termes que vous le souhaitez. Veuillez cependant les séparer par une barre oblique (/).

Veillez préciser :

Je ne sais pas (98)

QB7 - QB7 - ASK ALL

Planifiez-vous actuellement un voyage?

Oui (1)

Non (2)

Je ne sais pas (8)

QB8 - QB8 - ASK IF QB7 =1

Comment avez-vous l'intention de vous déplacer?

Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Par voie terrestre (voiture, autobus, moto, autre véhicule à moteur, train) (1)

Par voie aérienne (avion ou hélicoptère) (2)

Par voie maritime (bateau, navire de croisière) (3)

Je ne sais pas (4)

QB9 - QB9 - ASK ALL

Mis à part la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, quel autre site visitez-vous pour obtenir des renseignements sur les voyages?

Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

voyage.gc.ca (1)

Sites Web gouvernementaux ou douaniers des autres pays (2)

Sites Web privés liés aux voyages (3)

Agences de voyage (4)

Médias sociaux (5)

Applications de voyage mobiles (6)

Brochures de tourisme (7)

Guides de voyages ou de vacances (8)

Magazines spécialisés (9)

Journaux (10)

Famille, amis, collègues (11)

Autre, veuillez préciser. (96) _____

Je ne sais pas (98)

QB10 - QB10 - ASK ALL

À quelle fréquence passez-vous la frontière canadienne?

Presque tous les jours (1)

Chaque semaine (2)

- Chaque mois (3)
- Quelques fois par année (4)
- Rarement (5)
- Je n'ai jamais passé la frontière canadienne (6)
- Je ne sais pas (8)

INFOSECTC - INFOSECTC - SHOW ALL

La prochaine section porte sur votre utilisation d'Internet en général et vos préférences.

QC1 - QC1 - ASK ALL

À quelle fréquence naviguez-vous sur Internet?

- Tous les jours (1)
- Chaque semaine (2)
- Chaque mois (3)
- Une ou deux fois par année (4)
- Rarement ou exceptionnellement (5)
- Je ne sais pas (8)

QC4 - QC4 - ASK ALL

Veillez indiquer dans quelle mesure vous aimez ou n'aimez pas voir les éléments suivants sur les sites Web que vous visitez.

- J'aime beaucoup (5) J'aime un peu (4) J'y suis indifférent (3) Je n'aime pas beaucoup (2)
Je n'aime pas du tout (1) Je ne sais pas (8)

- Vidéos (A)
- Infographie (C)

INFOSECTD - INFOSECTD - SHOW ALL

La prochaine section porte sur votre profil et sera utilisée pour classer vos réponses.

QD1 - QD1 - ASK ALL

Êtes-vous un citoyen canadien, un résident permanent du Canada ou un citoyen d'un autre pays?

- Citoyen canadien (1)
- Résident permanent du Canada (2)
- Citoyen d'un autre pays (3)

QD2 - QD2 - ASK IF QD1 =1,2

Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous?

- Terre-Neuve-et-Labrador (01)

- Île-du-Prince-Édouard (02)
- Nouvelle-Écosse (03)
- Nouveau-Brunswick (04)
- Québec (05)
- Ontario (06)
- Manitoba (07)
- Saskatchewan (08)
- Alberta (09)
- Colombie-Britannique (10)
- Nunavut (11)
- Territoires du Nord-Ouest (12)
- Yukon (13)
- Je vis actuellement dans un autre pays. (14)

QD3 - QD3 - ASK IF QD1 =3

Dans quel pays habitez-vous?

- Afghanistan (1)
- Afrique du Sud (2)
- Îles Åland (3)
- Albanie (4)
- Algérie (5)
- Allemagne (6)
- Andorre (7)
- Angola (8)
- Anguilla (9)
- Antarctique (10)
- Antigua-et-Barbuda (11)
- Arabie saoudite (12)
- Argentine (13)
- Arménie (14)
- Aruba (15)
- Australie (16)
- Autriche (17)
- Azerbaïdjan (18)
- Bahamas (19)
- Bahreïn (20)
- Bangladesh (21)
- Barbade (22)
- Bélarus (23)
- Belgique (24)
- Belize (25)
- Bénin (26)

Bermudes (27)
Bhoutan (28)
Bolivie (29)
Bonaire, Saint-Eustache et Saba (30)
Bosnie-Herzégovine (31)
Botswana (32)
Île Bouvet (33)
Brésil (34)
Brunei Darussalam (35)
Bulgarie (36)
Burkina Faso (37)
Burundi (38)
Îles Caïmans (39)
Cambodge (40)
Cameroun (41)
Canada (42)
Cap-Vert (43)
République centrafricaine (44)
Chili (45)
Chine (46)
Île Christmas (47)
Chypre (48)
Îles Cocos (Keeling) (49)
Colombie (50)
Comores (51)
Congo-Brazzaville (52)
Congo-Kinshasa (53)
Îles Cook (54)
Corée du Sud (55)
Corée du Nord (56)
Costa Rica (57)
Côte d'Ivoire (58)
Croatie (59)
Cuba (60)
Curaçao (61)
Danemark (62)
Djibouti (63)
République dominicaine (64)
Dominique (65)
Égypte (66)
El Salvador (67)
Émirats arabes unis (68)
Équateur (69)

Érythrée (70)
Espagne (71)
Estonie (72)
États-Unis (73)
Éthiopie (74)
Îles Falkland (Malvinas) (75)
Îles Féroé (76)
Fidji (77)
Finlande (78)
France (79)
Gabon (80)
Gambie (81)
Géorgie (82)
Géorgie du Sud-et-les Îles Sandwich du Sud (83)
Ghana (84)
Gibraltar (85)
Grèce (86)
Grenade (87)
Groenland (88)
Guadeloupe (89)
Guam (90)
Guatemala (91)
Guernesey (92)
Guinée (93)
Guinée équatoriale (94)
Guinée-Bissau (95)
Guyana (96)
Guyane française (97)
Haïti (98)
Île Heard-et-Îles MacDonal (99)
Honduras (100)
Hong Kong (101)
Hongrie (102)
Île de Man (103)
Îles mineures éloignées des États-Unis (104)
Îles du Pacifique (105)
Îles Vierges britanniques (106)
Îles Vierges des États-Unis (107)
Inde (108)
Indonésie (109)
Iran (110)
Iraq (111)
Irlande (112)

Islande (113)
Israël (114)
Italie (115)
Jamaïque (116)
Japon (117)
Jersey (118)
Jordanie (119)
Kazakhstan (120)
Kenya (121)
Kirghizistan (122)
Kiribati (123)
Kosovo (124)
Koweït (125)
Laos (126)
Lesotho (127)
Lettonie (128)
Liban (129)
Libéria (130)
Libye (131)
Liechtenstein (132)
Lituanie (133)
Luxembourg (134)
Macao (135)
Macédoine (ERYDM) (136)
Madagascar (137)
Malaisie (138)
Malawi (139)
Maldives (140)
Mali (141)
Malte (142)
Îles Mariannes du Nord (143)
Maroc (144)
Îles Marshall (145)
Martinique (146)
Maurice (147)
Mauritanie (148)
Mayotte (149)
Mexique (150)
États fédérés de Micronésie (151)
Moldova (152)
Monaco (153)
Mongolie (154)
Monténégro (155)

Montserrat (156)
Mozambique (157)
Myanmar (158)
Namibie (159)
Nauru (160)
Népal (161)
Nicaragua (162)
Niger (163)
Nigéria (164)
Niue (165)
Île Norfolk (166)
Norvège (167)
Nouvelle-Calédonie (168)
Nouvelle-Zélande (169)
Territoire britannique de l'océan Indien (170)
Oman (171)
Ouganda (172)
Ouzbékistan (173)
Pakistan (174)
Palaos (175)
État de Palestine (176)
Panama (177)
Papouasie-Nouvelle-Guinée (178)
Paraguay (179)
Pays-Bas (180)
Pérou (181)
Philippines (182)
Pitcairn (183)
Pologne (184)
Polynésie française (185)
Porto Rico (186)
Portugal (187)
Qatar (188)
Réunion (189)
Roumanie (190)
Royaume-Uni (191)
Russie (192)
Rwanda (193)
Sahara occidental (194)
Saint-Barthélemy (195)
Saint-Kitts-et-Nevis (196)
Saint-Marin (197)
Saint-Martin (partie française) (198)

Saint-Martin (partie néerlandaise) (199)
Saint-Pierre-et-Miquelon (200)
État de la Cité du Vatican (201)
Saint-Vincent-et-les Grenadines (202)
Sainte-Hélène, Ascension et Tristan da Cunha (203)
Sainte-Lucie (204)
Îles Salomon (205)
Samoa (206)
Samoa américaines (207)
Sao Tomé-et-Principe (208)
Sénégal (209)
Serbie (210)
Seychelles (211)
Sierra Leone (212)
Singapour (213)
Slovaquie (214)
Slovénie (215)
Somalie (216)
Soudan (217)
Soudan du Sud (218)
Sri Lanka (219)
Suède (220)
Suisse (221)
Suriname (222)
Svalbard et Île Jan Mayen (223)
Swaziland (224)
Syrie (225)
Tadjikistan (226)
Taïwan (227)
Tanzanie (228)
Tchad (229)
République tchèque (230)
Terres australes françaises (231)
Thaïlande (232)
Timor-Leste (233)
Togo (234)
Tokelau (235)
Tonga (236)
Trinité-et-Tobago (237)
Tunisie (238)
Turkménistan (239)
Îles Turks-et-Caïcos (240)
Turquie (241)

Tuvalu (242)
Ukraine (243)
Uruguay (244)
Vanuatu (245)
Venezuela (246)
Viet Nam (247)
Wallis-et-Futuna (248)
Yémen (249)
Zambie (250)
Zimbabwe (251)
Autre (996)
Veuillez préciser :

QD4 - QD4 - ASK ALL

Avez-vous accédé au site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada à partir du Canada ou à l'extérieur du pays?

À partir du Canada (1)
À l'extérieur du Canada (2)
Je ne sais pas (8)

QD5 - QD5 - ASK ALL

Quelle est la première langue que vous avez apprise à la maison dans votre enfance et que vous comprenez toujours?

Français (1)
Anglais (2)
Autre (3)
Je préfère ne pas répondre. (9)

QD6 - QD6 - ASK ALL

Au cours des prochaines semaines, Léger, une firme d'études de marché indépendante, lancera la deuxième étape de l'étude.

Aimeriez-vous participer à la deuxième étape de cette étude?

Oui (1)
Non (2)

Resp_infos - Resp_infos1

Veuillez fournir les renseignements demandés pour prendre part à la deuxième étape de cette étude. Un employé de Léger, la firme d'études de marché mandatée par l'Agence des services frontaliers du Canada pour réaliser cette étude, communiquera avec vous.

Veuillez vérifier l'exactitude de vos réponses :

Titre (M., Mme, Mlle) (TITRE) _____
Prénom (PRENOM) _____
Nom de famille (NOM) _____
Numéro de téléphone (TELE1) _____
Poste téléphonique (POST) _____
Adresse courriel (COUR) _____
Confirmation de l'adresse courriel (COUR2) _____

QD6P - QD6P - ASK IF QD6 =1

Pays de résidence :

- Afghanistan (1)
- Afrique du Sud (2)
- Îles Åland (3)
- Albanie (4)
- Algérie (5)
- Allemagne (6)
- Andorre (7)
- Angola (8)
- Anguilla (9)
- Antarctique (10)
- Antigua-et-Barbuda (11)
- Arabie saoudite (12)
- Argentine (13)
- Arménie (14)
- Aruba (15)
- Australie (16)
- Autriche (17)
- Azerbaïdjan (18)
- Bahamas (19)
- Bahreïn (20)
- Bangladesh (21)
- Barbade (22)
- Bélarus (23)
- Belgique (24)
- Belize (25)
- Bénin (26)
- Bermudes (27)
- Bhoutan (28)
- Bolivie (29)
- Bonaire, Saint-Eustache et Saba (30)
- Bosnie-Herzégovine (31)
- Botswana (32)

Île Bouvet (33)
Brésil (34)
Brunei Darussalam (35)
Bulgarie (36)
Burkina Faso (37)
Burundi (38)
Îles Caïmans (39)
Cambodge (40)
Cameroun (41)
Canada (42)
Cap-Vert (43)
République centrafricaine (44)
Chili (45)
Chine (46)
Île Christmas (47)
Chypre (48)
Îles Cocos (Keeling) (49)
Colombie (50)
Comores (51)
Congo-Brazzaville (52)
Congo-Kinshasa (53)
Îles Cook (54)
Corée du Sud (55)
Corée du Nord (56)
Costa Rica (57)
Côte d'Ivoire (58)
Croatie (59)
Cuba (60)
Curaçao (61)
Danemark (62)
Djibouti (63)
République dominicaine (64)
Dominique (65)
Égypte (66)
El Salvador (67)
Émirats arabes unis (68)
Équateur (69)
Érythrée (70)
Espagne (71)
Estonie (72)
États-Unis (73)
Éthiopie (74)
Îles Falkland (Malvinas) (75)

Îles Féroé (76)
Fidji (77)
Finlande (78)
France (79)
Gabon (80)
Gambie (81)
Géorgie (82)
Géorgie du Sud-et-les Îles Sandwich du Sud (83)
Ghana (84)
Gibraltar (85)
Grèce (86)
Grenade (87)
Groenland (88)
Guadeloupe (89)
Guam (90)
Guatemala (91)
Guernesey (92)
Guinée (93)
Guinée équatoriale (94)
Guinée-Bissau (95)
Guyana (96)
Guyane française (97)
Haïti (98)
Île Heard-et-Îles MacDonal (99)
Honduras (100)
Hong Kong (101)
Hongrie (102)
Île de Man (103)
Îles mineures éloignées des États-Unis (104)
Îles du Pacifique (105)
Îles Vierges britanniques (106)
Îles Vierges des États-Unis (107)
Inde (108)
Indonésie (109)
Iran (110)
Iraq (111)
Irlande (112)
Islande (113)
Israël (114)
Italie (115)
Jamaïque (116)
Japon (117)
Jersey (118)

Jordanie (119)
Kazakhstan (120)
Kenya (121)
Kirghizistan (122)
Kiribati (123)
Kosovo (124)
Koweït (125)
Laos (126)
Lesotho (127)
Lettonie (128)
Liban (129)
Libéria (130)
Libye (131)
Liechtenstein (132)
Lituanie (133)
Luxembourg (134)
Macao (135)
Macédoine (ERYDM) (136)
Madagascar (137)
Malaisie (138)
Malawi (139)
Maldives (140)
Mali (141)
Malte (142)
Îles Mariannes du Nord (143)
Maroc (144)
Îles Marshall (145)
Martinique (146)
Maurice (147)
Mauritanie (148)
Mayotte (149)
Mexique (150)
États fédérés de Micronésie (151)
Moldova (152)
Monaco (153)
Mongolie (154)
Monténégro (155)
Montserrat (156)
Mozambique (157)
Myanmar (158)
Namibie (159)
Nauru (160)
Népal (161)

Nicaragua (162)
Niger (163)
Nigéria (164)
Niue (165)
Île Norfolk (166)
Norvège (167)
Nouvelle-Calédonie (168)
Nouvelle-Zélande (169)
Territoire britannique de l'océan Indien (170)
Oman (171)
Ouganda (172)
Ouzbékistan (173)
Pakistan (174)
Palaos (175)
État de Palestine (176)
Panama (177)
Papouasie-Nouvelle-Guinée (178)
Paraguay (179)
Pays-Bas (180)
Pérou (181)
Philippines (182)
Pitcairn (183)
Pologne (184)
Polynésie française (185)
Porto Rico (186)
Portugal (187)
Qatar (188)
Réunion (189)
Roumanie (190)
Royaume-Uni (191)
Russie (192)
Rwanda (193)
Sahara occidental (194)
Saint-Barthélemy (195)
Saint-Kitts-et-Nevis (196)
Saint-Marin (197)
Saint-Martin (partie française) (198)
Saint-Martin (partie néerlandaise) (199)
Saint-Pierre-et-Miquelon (200)
État de la Cité du Vatican (201)
Saint-Vincent-et-les Grenadines (202)
Sainte-Hélène, Ascension et Tristan da Cunha (203)
Sainte-Lucie (204)

Îles Salomon (205)
Samoa (206)
Samoa américaines (207)
Sao Tomé-et-Principe (208)
Sénégal (209)
Serbie (210)
Seychelles (211)
Sierra Leone (212)
Singapour (213)
Slovaquie (214)
Slovénie (215)
Somalie (216)
Soudan (217)
Soudan du Sud (218)
Sri Lanka (219)
Suède (220)
Suisse (221)
Suriname (222)
Svalbard et Île Jan Mayen (223)
Swaziland (224)
Syrie (225)
Tadjikistan (226)
Taïwan (227)
Tanzanie (228)
Tchad (229)
République tchèque (230)
Terres australes françaises (231)
Thaïlande (232)
Timor-Leste (233)
Togo (234)
Tokelau (235)
Tonga (236)
Trinité-et-Tobago (237)
Tunisie (238)
Turkménistan (239)
Îles Turks-et-Caïcos (240)
Turquie (241)
Tuvalu (242)
Ukraine (243)
Uruguay (244)
Vanuatu (245)
Venezuela (246)
Viet Nam (247)

Wallis-et-Futuna (248)

Yémen (249)

Zambie (250)

Zimbabwe (251)

Autre (996)

Veillez préciser :

MessComplete - MessComplete

Merci, vous avez complété le sondage.

Annexe G – Guide des groupes de discussion en ligne

Introduction : Présentation générale

Durée : 10 minutes

- Présentation du modérateur et mot de bienvenue aux participants du groupe de discussion.
- Comme nous l'avons expliqué au cours du processus de recrutement, nous organisons des groupes de discussion au nom du gouvernement du Canada (l'Agence des services frontaliers du Canada).
- La discussion de ce soir aura pour objet de connaître votre opinion sur le site Web de l'ASFC.
- Récemment, vous avez rempli un sondage sur le site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada et vous vous êtes porté volontaire pour participer à cette deuxième partie de l'étude. Vous êtes donc ici pour faire part de vos commentaires au gouvernement relativement au site Web qui fera l'objet d'une refonte.
- La discussion durera environ 90 minutes.

Explication

- **Enregistrement sonore et vidéo** – La séance est enregistrée sur bande audio et vidéo à des fins de recherche, advenant le cas où nous aurions besoin d'en vérifier le déroulement par rapport à nos notes. Ces enregistrements demeurent en notre possession et ne seront pas divulgués à quiconque sans le consentement écrit de tous les participants.
- J'aimerais également souligner un autre aspect du groupe de discussion en ligne. Cet aspect de la plateforme permet à ceux qui travaillent sur le projet d'entendre ce que les participants ont à dire, d'une manière qui ne perturbe pas une discussion de groupe. Ainsi, certaines personnes ayant travaillé sur le projet écoutent actuellement la discussion. Elles sont très intéressées par ce que vous avez à dire.
- Il est également important que vous sachiez que vos réponses n'auront aucune incidence sur vos relations avec le gouvernement du Canada.
- **Confidentialité** – Veuillez noter que tout ce que vous dites au cours de cette séance demeurera strictement confidentiel. Nous n'attribuons pas de commentaires à des personnes en particulier. Notre rapport résume les résultats du groupe, mais ne mentionne personne par son nom. Le rapport pourra être consulté par l'intermédiaire de Bibliothèque et Archives Canada.
- Votre cachet vous sera envoyé à la fin du groupe de discussion.

Décrire le fonctionnement d'un groupe de discussion :

- Les groupes de discussion sont conçus pour encourager une discussion **ouverte et franche**. Mon rôle en tant que **modérateur consiste à guider la discussion** et à encourager la participation de chacun. Une autre fonction du modérateur consiste à veiller à ce que la discussion demeure axée sur le sujet et se déroule dans le temps imparti.
- Votre **rôle consiste à répondre aux questions et à exprimer vos opinions**. Nous sommes à la recherche de toutes les opinions dans un groupe de discussion, alors n'hésitez pas à formuler des commentaires, même si vous croyez que votre avis sera différent des autres personnes du groupe. D'autres personnes pourraient partager ou non votre point de vue. **L'opinion de chacun est importante** et doit être respectée.

- Je tiens également à souligner qu'il **n'y a pas de mauvaises réponses**. Nous cherchons simplement à connaître vos opinions et points de vue. Il ne s'agit pas d'un test pour évaluer vos connaissances. Vous n'aviez rien à faire pour vous préparer à ce groupe.
- Il est également important que vous parliez assez fort pour que tout le monde entende et que vous le fassiez **un à la fois** afin que je puisse suivre la discussion.

Veillez noter que **je ne suis pas un employé du gouvernement du Canada** et que je pourrais ne pas être en mesure de répondre à toutes vos questions. Je n'ai aucun intérêt personnel à l'égard du sujet dont nous allons discuter, alors n'hésitez pas à exprimer votre opinion.

- Le modérateur se présente. Les participants doivent se présenter en utilisant leur prénom seulement.
- Quelle émission de télévision regardez-vous actuellement? Ou quel est le dernier bon film que vous avez regardé?

PARTIE 1 : Profil numérique

Durée : 15 minutes

Tout d'abord, discutons de ce que vous pensez de vos compétences numériques.

1.1 Tout d'abord, comment évalueriez-vous vos compétences numériques? Diriez-vous qu'elles sont médiocres, correctes, bonnes ou excellentes? Par compétences numériques, j'entends votre capacité à utiliser avec efficacité et de façon satisfaisante la technologie à votre disposition.

- Dans quels domaines vos compétences numériques sont-elles les plus faibles?
- À l'inverse, dans quels domaines vos compétences numériques sont-elles les plus fortes?

1.2 À quelle fréquence naviguez-vous sur Internet : plusieurs fois par jour, chaque jour, chaque semaine, moins d'une fois par semaine?

1.3 Pensez-vous que vos compétences numériques sont suffisantes pour utiliser efficacement les technologies et les outils interactifs et accomplir tout ce que vous voulez faire sur Internet?

Parlons maintenant du site Web de l'ASFC.

1.4 La dernière fois que vous avez visité le site Web de l'ASFC...

- Était-ce la première fois que vous visitiez le site Web?
- À quelle fréquence avez-vous visité le site Web de l'ASFC?
- Avez-vous trouvé qu'il était facile d'y naviguer?

- Avez-vous eu des difficultés à l'utiliser? Lesquelles? Expliquez.
- Que cherchiez-vous?
- Ce renseignement était-il facile à trouver sur les pages Web?
- Si vous deviez penser à un mot pour décrire votre visite sur la page Web de l'ASFC, quel serait-il?

PARTIE 2 : Évaluation de la section Voyageurs

Durée : 85 minutes

Je vais maintenant vous montrer quelques captures d'écran. Ce sont des captures d'écran de certaines pages du site Web. Nous aimerions connaître votre opinion sur celles-ci.

A – La page d'accueil Voyageurs

2.1 Page d'accueil Voyageurs

Le modérateur présente la **page d'accueil Voyageurs**. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur la page d'accueil Voyageurs?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur la page qui n'est pas clair?
- Comprenez-vous tous les renseignements affichés ou non? Lesquels?
- Changeriez-vous quelque chose à la page d'accueil?
- Semble-t-il manquer certains renseignements sur la page d'accueil?
- Que pourrait-on faire pour l'améliorer?

NEXUS

Combien d'entre vous sont allés sur le site pour obtenir des renseignements sur NEXUS ou encore pour adhérer à NEXUS ou renouveler leur adhésion?

Pour ceux qui ne cherchaient pas de renseignements, ne présentaient pas une demande ou ne renouvelaient pas leur adhésion à NEXUS : si vous souhaitiez adhérer au programme NEXUS ou renouveler votre adhésion, où cliqueriez-vous?

Pourquoi?

À quoi vous attendriez-vous après avoir cliqué sur ce lien?

Le modérateur présente la page NEXUS. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

Une fois sur la page NEXUS, que feriez-vous ensuite?

Où cliqueriez-vous? Pourquoi?

À quoi vous attendriez-vous?

Pour ceux qui ont cherché des renseignements, présenté une demande d'adhésion à Nexus ou renouvelé leur adhésion : comment avez-vous procédé? Était-ce simple? Est-ce que tout était clair?

Comment décririez-vous le processus sur le site Web?

Apporteriez-vous des améliorations? Que feriez-vous différemment?

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur la page NEXUS?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur la page qui n'est pas clair?
- Comprenez-vous tous les renseignements affichés ou non? Lesquels?
- Changeriez-vous quelque chose à la page NEXUS?
- Semble-t-il manquer des renseignements sur la page d'accueil NEXUS?
- Que pourrait-on faire pour l'améliorer?
- Aimez-vous la façon dont les renseignements contenus dans cette section sont présentés?
- L'un d'entre vous a-t-il regardé la vidéo?

Limites de boissons alcoolisées et de produits du tabac

Certains d'entre vous ont-ils visité le site Web pour connaître les limites des produits qui peuvent être rapportés au Canada, comme les boissons alcoolisées et les produits du tabac?

Pour les autres, si vous deviez chercher de l'information sur les limites de boissons alcoolisées et de produits du tabac, sous quel onglet cliqueriez-vous? Pourquoi? À quoi vous attendriez-vous?

Pour ceux qui ont effectué la recherche, l'information était-elle facile à trouver?

Le modérateur présente aux participants les **pages** sur les limites d'exemption pour les produits du tabac et les boissons alcoolisées en leur montrant la capture d'écran. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur ces pages?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur ces pages qui n'est pas clair?

- Comprenez-vous tous les renseignements affichés ou non? Lesquels peuvent causer un problème de compréhension?
- Semble-t-il manquer certains renseignements?
- Changeriez-vous quelque chose à cette page? Que pourrait-on faire pour l'améliorer?

RETOUR À LA PAGE D'ACCUEIL VOYAGEURS

Passez en revue les renseignements affichés sur la page d'accueil selon les sections principales :

- Les avis (cannabis, surtaxe, peste porcine africaine)
- Canadiens et résidents permanents, et Non-Canadiens
- Afficher tout, Réduire tout
- Les menus « Planifiez votre passage à la frontière », « Conseils de voyage », « À quoi s'attendre à la frontière », « Gagnez du temps à la frontière », « Rapporter des marchandises à la frontière »

2.2 Pour chaque section de la page d'accueil Voyageurs...

- Les renseignements sont-ils clairs et faciles à comprendre et à trouver?
- Y a-t-il des éléments qui attirent votre attention?
- Aimez-vous la façon dont l'information contenue dans cette section est présentée?
- Semble-t-il manquer certains renseignements?
- Comment pourrait-on l'améliorer?
- « À quoi vous attendriez-vous si vous cliquez sur chacun d'eux? »
- Quels renseignements se trouveront sous chaque thème?

B – Page Je déclare

Le modérateur présente la [page Je déclare](#) aux participants en leur montrant la capture d'écran. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

2.3 Je déclare : un guide pour les résidents du Canada qui reviennent au pays.

Veillez prendre quelques instants pour consulter la page suivante intitulée : Je déclare : un guide pour les résidents du Canada qui reviennent au pays.

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur ces pages?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur ces pages qui n'est pas clair?
- Est-ce utile?
- Comprenez-vous tous les renseignements affichés ou non? Lesquels peuvent causer un problème de compréhension?
- Semble-t-il manquer certains renseignements?

- Changeriez-vous quelque chose à cette page? Que pourrait-on faire pour l'améliorer?

C – La page à l'intention des non-Canadiens

2.4 Page à l'intention des non-Canadiens

Veillez prendre quelques instants pour consulter la page suivante intitulée : Non-Canadiens.

Certains d'entre vous ne résident pas au Canada, mais aux États-Unis. Avez-vous visité ces pages?

À quoi vous attendiez-vous? Quel type de contenu cherchiez-vous en visitant cette page?

Le modérateur présente la [page à l'intention des non-Canadiens](#) aux participants en leur montrant la capture d'écran. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur les pages d'aide?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur ces pages qui n'est pas clair?
- Est-ce utile?
- Le concept vous a-t-il fourni de nouveaux renseignements pertinents pour vous? Veuillez expliquer.
- Changeriez-vous quelque chose à ces pages ou à l'une d'entre elles? Que pourrait-on faire pour les améliorer?
- Semble-t-il manquer certains renseignements?

D – Visiteurs au Canada

2.5 Pages à l'intention des visiteurs au Canada

Veillez prendre quelques instants pour consulter la page suivante intitulée : Visiteurs au Canada.

Certains d'entre vous ne résident pas au Canada, mais aux États-Unis. Avez-vous visité ces pages?

À quoi vous attendiez-vous de cette page? Quel type de contenu cherchiez-vous en visitant cette page?

Le modérateur présente la [page Visiteurs au Canada](#) aux participants en leur montrant la capture d'écran. Les participants sont invités à examiner les différents aspects et éléments des pages.

- Selon vous, qu'est-ce qui ressort le plus sur les pages d'aide?
- Les renseignements affichés sont-ils suffisamment clairs? Y a-t-il quelque chose sur ces pages qui n'est pas clair?
- Est-ce utile?
- Le concept vous a-t-il fourni de nouveaux renseignements pertinents pour vous? Veuillez expliquer.

- Changeriez-vous quelque chose à ces pages ou à l'une d'entre elles? Que pourrait-on faire pour les améliorer?
- Semble-t-il manquer certains renseignements?

PARTIE 3 : Perceptions générales

E – Dernière impression au sujet du site Web

2.5 Quelle est votre impression générale au sujet du site Web? Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

- Le site Web offre-t-il les bonnes fonctionnalités?
 - Semble-t-il manquer certaines fonctionnalités sur le site Web?
 - Le site Web vous fournit-il les renseignements dont vous avez besoin?
 - Le site Web vous fournit-il des **renseignements qui sont pertinents pour vous**? Lesquels? Veuillez expliquer.
 - Semble-t-il manquer certains renseignements dans ce que vous avez vu sur le site Web?
 - Changeriez-vous quelque chose au site Web? Que pourrait-on faire pour l'améliorer?
-
- Mais que pensez-vous de l'apparence du site Web? Vous plaît-il ou vous déplaît-il? Pourquoi? Que changeriez-vous relativement à l'apparence du site Web?
 - Que pensez-vous de l'organisation des renseignements?
 - Que pensez-vous des menus?
 - Que pensez-vous des termes utilisés, du ton?

Conclusion

Durée : 5 minutes

4.1 Pour terminer, si vous aviez l'occasion de parler directement avec le créateur de ce site Web, que lui diriez-vous? Quelle devrait être sa priorité absolue pour s'assurer que le site Web répond adéquatement aux besoins de gens comme vous?

4.2 Avez-vous d'autres remarques, suggestions ou commentaires à propos de ce site Web?

MERCI BEAUCOUP DE VOTRE PRÉCIEUSE PARTICIPATION!

Annexe H – Tableaux détaillés

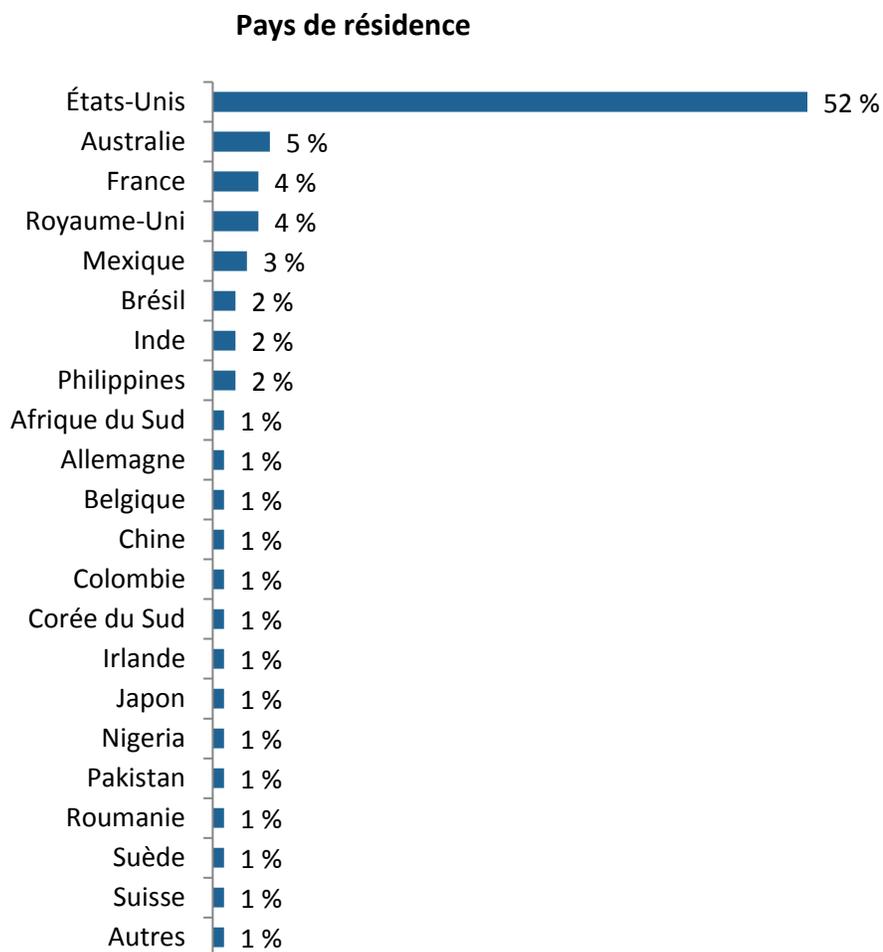


Figure A.1. Réponse à la question D3 : Dans quelle province ou quel territoire habitez-vous? MENTIONS SPONTANÉES.
Base : Non-Canadiens (n = 687)

Tableau A.1. Nature du problème selon le pays d'origine des visiteurs

5A. Quelle était la nature du problème? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants qui ont déjà eu de la difficulté à accéder au site Web de l'ASFC	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	123	101	22*
PROBLÈMES DE PROGRAMMATION (TOTAL)	34 %	37 %	23 %
Les liens ne fonctionnent pas (erronés, morts)	15 %	16 %	14 %
Site Web défectueux (ne répond pas, délai de chargement, fige, boutons qui ne fonctionnent pas, etc.)	14 %	15 %	9 %
L'application ne fonctionnait pas, a dû envoyer des documents papier	2 %	2 %	0 %
Difficile de s'y retrouver (pas convivial / impossible de trouver les renseignements)	24 %	26 %	18 %
PROBLÈMES DE RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	15 %	16 %	14 %
Les renseignements sont inexacts / périmés / incomplets / absents	11 %	13 %	0 %
Très difficile à comprendre / besoin d'un langage simplifié	5 %	3 %	14 %
Impossible de se connecter (ouverture de session, mot de passe, nom d'utilisateur, etc.)	10 %	11 %	5 %
Liens vers des organismes tiers	7 %	8 %	0 %
Impossible d'accéder au lien de renouvellement NEXUS sur l'appareil mobile	2 %	3 %	0 %
Impossible de continuer avant de répondre au sondage	2 %	2 %	0 %
Autres	7 %	5 %	14 %
Aucun / Rien	2 %	0 %	14 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	11 %	10 %	14 %

* Étant donné le nombre peu élevé de répondants ($n < 30$), les données sont présentées à titre illustratif seulement.

Tableau A.2. Difficulté à trouver les renseignements recherchés selon le pays d'origine des visiteurs

A8A. En quoi était-il difficile de trouver des renseignements sur la page? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Répondants qui ont dit qu'il n'était pas facile de trouver les renseignements recherchés	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	146	115	31
PROBLÈMES DE CONCEPTION (TOTAL)	32 %	36 %	19 %
Je n'ai pas trouvé ce que je recherchais	12 %	11 %	13 %
Mise en page médiocre / qui prête à confusion	12 %	14 %	3 %
Difficile de naviguer sur le site (pas convivial)	4 %	4 %	3 %
Trop d'endroits différents pour chercher le lien nécessaire	3 %	3 %	0 %
Je n'ai pas vu le bouton Présenter une demande ou Adhérer	2 %	3 %	0 %
Le site n'est pas intuitif	1 %	2 %	0 %
PROBLÈMES OU BOGUES (TOTAL)	18 %	17 %	19 %
Problèmes liés au renouvellement de NEXUS	10 %	12 %+	0 %-
Problèmes liés au moteur de recherche	5 %	3 %-	13 %+
Le site Web avait des bogues	1 %	2 %	0 %
Impossible d'accéder aux formulaires	1 %	2 %	0 %
Problèmes liés à la prise de rendez-vous	1 %	0 %-	6 %+
LIENS (TOTAL)	10 %	11 %	6 %
Trop d'hyperliens menant à une autre page	9 %	10 %	6 %
Lien non fonctionnel	4 %	4 %	3 %
Impossible de passer à la page suivante / Impossible de revenir à la page précédente	1 %	2 %	0 %
RENSEIGNEMENTS CONFUS, VAGUES OU CONTRADICTOIRES (TOTAL)	10 %	4 %-	32 %+
Renseignements sur l'AVE et le visa confus / imprécis	5 %	1 %-	19 %+
Difficulté à comprendre le contenu (mots compliqués)	4 %	3 %	6 %
Renseignements contradictoires sur différentes pages	1 %	0 %-	6 %+
QUANTITÉ DE RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	5 %	5 %	6 %
Trop de renseignements	3 %	3 %	3 %
Il faut lire beaucoup d'information pour savoir où aller	3 %	3 %	3 %
Autres	5 %	4 %	6 %
Aucune difficulté	2 %	3 %	0 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	18 %	20 %	13 %

Tableau A.3. Temps passé sur le site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

A10A. Quelles informations cherchez-vous que vous n'avez pas trouvées? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les renseignements qu'ils recherchaient	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	619	444	175
PROGRAMME NEXUS (TOTAL)	27 %	36 %+	3 %-
Renseignements sur le programme NEXUS	9 %	11 %+	1 %-
Renseignements concernant le renouvellement de l'adhésion au programme NEXUS	8 %	11 %+	2 %-
Renseignements concernant la demande d'adhésion au programme NEXUS	6 %	8 %+	1 %-
Renseignements sur l'état de ma demande d'adhésion au programme NEXUS	4 %	5 %+	0 %-
Ouvrir une session sur la page NEXUS	1 %	2 %	0 %
DÉCLARATIONS, IMPORTATIONS ET FRAIS (TOTAL)	11 %	14 %+	3 %-
Renseignements concernant la déclaration et les importations	6 %	7 %+	2 %-
Renseignements concernant les droits, taxes et autres frais de dédouanement	5 %	7 %+	1 %-
ARTICLES PERMIS À LA FRONTIÈRE (TOTAL)	9 %	8 %	10 %
Renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière	6 %	5 %	8 %
Renseignements concernant les propriétaires d'animaux de compagnie à la frontière	1 %	2 %	1 %
Renseignements sur les limites de boissons alcoolisées	1 %	1 %	0 %
Renseignements sur les articles confisqués par l'ASFC	1 %	1 %	1 %
EXIGENCES (TOTAL)	9 %	2 %-	26 %+
Renseignements sur le visa et les exigences connexes	5 %	1 %-	16 %+
Renseignements sur les exigences d'entrée et de retour pour les non-Canadiens	2 %	0 %-	5 %+
Renseignements sur les exigences pour les citoyens américains à l'entrée au Canada	2 %	1 %-	5 %+
AUTRES (TOTAL)	35 %	31 %-	45 %+
Renseignements concernant les personnes reconnues coupables de conduite avec facultés affaiblies ou d'autres infractions criminelles	3 %	0 %-	9 %+
Renseignements sur les temps d'attente à la frontière	2 %	2 %	3 %
Renseignements sur l'autorisation de voyage électronique (AVE)	2 %	0 %-	6 %+

A10A. Quelles informations cherchez-vous que vous n'avez pas trouvées? Base : Répondants qui n'ont pas trouvé les renseignements qu'ils recherchaient	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
Renseignements concernant le passeport ou d'autres documents de voyage (p. ex., passeport pour enfants)	2 %	2 %	4 %
Renseignements sur le passage frontalier	2 %	1 %-	5 %+
Renseignements concernant la modification de mes renseignements personnels (p. ex., nom, adresse, emploi, etc.)	1 %	2 %	1 %
Coordonnées des personnes-ressources	1 %	1 %	2 %
Renseignements à l'intention des résidents permanents	1 %	1 %	1 %
Prendre rendez-vous	1 %	1 %	1 %
Autres	20 %	22 %	16 %
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	12 %	11 %	15 %

Tableau A.4. Raisons de visiter la section Voyageurs du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

B1. Veuillez indiquer, en vous basant sur la liste ci-dessous, les raisons pour lesquelles vous avez visité la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada. PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
NEXUS ET CANPASS (TOTAL)	52 %	66 %+	12 %-
Pour obtenir des renseignements sur le programme NEXUS	33 %	42 %+	7 %-
Pour adhérer au programme NEXUS	24 %	31 %+	6 %-
Pour renouveler mon adhésion à NEXUS	5 %	7 %+	1 %-
Pour obtenir des renseignements sur les programmes CANPASS	1 %	1 %	2 %
Pour aider à planifier un voyage à venir	25 %	15 %-	51 %+
Pour obtenir des renseignements sur les biens de consommation autorisés à la frontière	18 %	19 %+	15 %-
EXIGENCES (TOTAL)	18 %	4 %-	57 %+
Pour obtenir des renseignements sur les exigences d'entrée pour les non-Canadiens	17 %	4 %-	57 %+
Pour obtenir des renseignements sur les exigences lors du retour au pays pour les Canadiens	0 %	1 %	0 %
Pour obtenir des renseignements sur le temps d'attente à la frontière	10 %	10 %	9 %
COORDONNÉES D'UN BUREAU ET RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	8 %	7 %-	11 %+
Pour trouver des renseignements sur la frontière ou des coordonnées	5 %	4 %-	9 %+
Pour trouver l'emplacement des bureaux de l'ASFC	4 %	5 %	4 %
Pour obtenir des renseignements sur les déclarations et les importations	2 %	2 %	1 %
Pour résoudre des problèmes liés au passeport ou à d'autres documents	1 %	1 %	2 %
Autres raisons	1 %	1 %	1 %
Je ne me souviens pas	3 %	3 %	2 %

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.

Tableau A.5. Suggestion d'améliorations à apporter à la section Voyageurs du site Web de l'ASFC selon le pays d'origine des visiteurs

B4. Avez-vous des suggestions qui permettraient d'améliorer la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
RENSEIGNEMENTS (TOTAL)	5 %	4 %-	8 %+
Offrir des renseignements plus précis / détaillés (en général)	2 %	2 %-	4 %+
Simplifier la compréhension des renseignements	1 %	1 %	1 %
Mettre à jour les renseignements sur le site Web (renseignements périmés)	1 %	1 %	1 %
Faire une liste plus complète	1 %	0 %-	2 %+
Offrir le contenu dans d'autres langues	0 %	0 %	0 %
NEXUS (TOTAL)	3 %	4 %+	1 %-
Faciliter l'accès aux applications NEXUS (p. ex., créer un lien d'accès)	1 %	2 %+	0 %-
Offrir plus d'aide pour le renouvellement de l'adhésion à NEXUS / Offrir plus de renseignements sur NEXUS	1 %	2 %+	1 %-
Assurer la compatibilité du site et de NEXUS avec les téléphones intelligents (p. ex., Android, iPhone, etc.)	0 %	0 %	0 %
Corriger l'application NEXUS	0 %	0 %	0 %
CONCEPTION (TOTAL)	3 %	3 %	3 %
Faciliter la navigation (p. ex., créer un lien d'accès)	2 %	2 %	3 %
Améliorer la conception (plus moderne)	0 %	1 %	0 %
FAÇON DE COMMUNIQUER AVEC L'AGENCE (TOTAL)	2 %	2 %	2 %
Pouvoir communiquer avec quelqu'un par téléphone / clavardage en direct	2 %	1 %	2 %
Pouvoir communiquer avec quelqu'un par courriel	0 %	0 %	0 %
Ajouter une foire aux questions	1 %	1 %	1 %
Faire des mises à jour plus fréquentes ou plus détaillées des temps d'attente actuels à la frontière	1 %	1 %+	0 %-
Corriger les liens non fonctionnels ou les bogues (le site Web ne fonctionnait pas)	1 %	1 %	1 %
Améliorer le moteur de recherche	1 %	1 %	1 %
Autres	1 %	1 %	1 %
Aucune suggestion	15 %	15 %	16 %

B4. Avez-vous des suggestions qui permettraient d'améliorer la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada? MENTIONS SPONTANÉES. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	69 %	69 %	68 %

Tableau A.6. Autres sources d'information sur les voyages selon le pays d'origine des visiteurs

B9. Mis à part la section Voyageurs du site Web de l'Agence des services frontaliers du Canada, quel autre site visitez-vous pour obtenir des renseignements sur les voyages? PLUSIEURS RÉPONSES ACCEPTÉES*. Base : Tous les répondants	Total	Canadiens et résidents permanents	Non-Canadiens
n = (non pondéré)	2 729	2 042	687
MÉDIAS LIÉS AUX VOYAGES (TOTAL)	62 %	63 %+	58 %-
Famille, amis ou collègues	41 %	42 %	38 %
SITES WEB DU GOUVERNEMENT (TOTAL)	37 %	37 %	39 %
Médias sociaux	22 %	23 %+	19 %-
AGENCES DE VOYAGES (TOTAL)	22 %	23 %+	18 %-
Journaux	8 %	8 %	7 %
Moteurs de recherche	1 %	1 %	2 %
Autres	1 %	0 %-	2 %+
Aucune	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas	11 %	11 %	11 %

* Puisque les répondants pouvaient donner des réponses multiples, les mentions totales peuvent dépasser 100 %.