 INSERT RJ ANALYSIS

Les priorités et la planification :  
Rétroaction fournie par des groupes de clients et des Canadiens – 2015‑2016 :

Rapport finale

Présenté par Nanos Research à Bibliothèque et Archives Canada

Porr-ropp@bac-lac.gc.ca

Numéro d'inscription de la ROP : POR 019-15 P

Numéro de contrat : 5Z011-160067 001 CY

Date d’attribution du contrat : 29 juin 2015

Date de livraison : 15 juillet 2016

*This report is also available in English upon request*

**Aperçu**

Bibliothèque et Archives Canada (BAC) a engagé Nanos Research pour mener une enquête de satisfaction de la clientèle parmi les personnes qui ont utilisé des services de BAC, incluant une gamme d’activités, y compris la visite sur les lieux ou du site Web, l’accès à des documents ou à la recherche d’information. L’enquête, qui a été faite en ligne, a été principalement complétée par des personnes qui ont accédé aux services sur le site Web, par le biais d’une fenêtre contextuelle. Les personnes ayant accédé aux services par courrier, courriel, en personne ou par téléphone ont aussi été invitées à répondre au sondage.

Quatre-vingt-dix pour cent de ceux qui ont complété le questionnaire l’ont fait suite à une visite sur le site Web. Ceux ayant répondu au sondage après une visite sur place (cinq pour cent), ou après avoir accédé aux services par courriel, courrier ou formulaire Web (cinq pour cent) sont moins représentés. Peu de répondants ont rempli le questionnaire après une interaction téléphonique (un pour cent) et ces résultats doivent être utilisés avec précaution en raison de la très petite taille des échantillons.

Principales conclusions de l'enquête :

* 77 % sont très satisfaits ou plutôt satisfaits de leur plus récente interaction avec Bibliothèque et Archives Canada.
* La probabilité globale de recommander BAC à d'autres personnes reste très élevée à 85 %, sept pour cent disent qu’il est peu probable ou improbable qu’ils recommandent BAC.
* 83 % ont trouvé au moins une partie de l'information qu'ils recherchaient quand ils ont utilisé les services de BAC.
* Le format électronique (86 %) est clairement le format préféré pour recevoir des informations.
* Un intérêt personnel (64 %) est la raison la plus mentionnée pour interagir avec Bibliothèque et Archives Canada, suivi des raisons liées au travail (17 %) et des raisons pédagogiques (12 %).

L'enquête a été réalisée en ligne par Nanos Research pour Bibliothèque et Archives Canada entre février et juin 2016. Les répondants ont été dirigés vers un lien ouvert, soit par une invitation dans une fenêtre contextuelle ou après avoir été dirigés vers le site suite à l’utilisation des services de Bibliothèque et Archives sur place, par téléphone, par courrier ou par courriel.

Valeur totale du contrat : 117 631,08 $ ; valeur de cette phase de la recherche : 45 646,99 $.

Voies d’interaction avec BAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à 100 en raison des arrondissements.**

**QUESTION** – Comment avez-vous interagi le plus récemment avec Bibliothèque et Archives Canada?

Expérience globale avec Bibliothèque et Archives Canada

* **Satisfaction de l’expérience récente** – Dans l'ensemble, la plupart des gens sont très satisfaits (44 %) ou plutôt satisfaits (33 %) de leur plus récente interaction avec Bibliothèque et Archives Canada (77 % au total).
  + Ceux qui ont accédé aux services par courrier, courriel ou formulaire Web étaient les plus susceptibles d'être satisfaits (54 % très satisfaits), ce qui peut refléter le type d'interactions.
  + Comme on pouvait s'y attendre, ceux qui ont trouvé l'information qu'ils cherchaient étaient plus satisfaits (96 %) que ceux qui n’ont trouvé que certaines informations (84 %) ou ceux qui n’ont pas trouvé l'information qu'ils cherchaient (24 %). Ceci est une forte relation. Quand on regarde la satisfaction plus profondément dans le rapport ci-dessous, il est clair que pouvoir trouver les choses facilement, de bons mécanismes de recherche et le personnel compétent sont les principaux facteurs influençant qui est satisfait et qui ne l’est pas.
* **Disposition à recommander** – Il y a une très forte probabilité que les personnes ayant interagi avec Bibliothèque et Archives Canada recommanderont l'organisation à d'autres (69 % très probable et 16 % plutôt probable).
  + La probabilité de recommander est plus élevée chez ceux qui ont trouvé l'information qu'ils cherchaient correspondant avec les facteurs de satisfaction lors de l'interaction la plus récente.
  + Ceux dont l'accès était pour des raisons personnelles sont également plus susceptibles d'être prêts à recommander.
* **Autres opinions partagées** – Un peu plus d'une personne sur cinq a donné des opinions supplémentaires sur leur expérience avec Bibliothèque et Archives. Parmi ces personnes, 41 % ont exprimé leur satisfaction globale ou leur satisfaction avec l'information en ligne. Un autre 33 % veut un accès accru et la numérisation des matériaux. Une petite partie de ceux qui ont donné des commentaires supplémentaires a dit qu'ils désiraient plus de soutien du gouvernement (six pour cent), ou a commenté à propos de l'immeuble qui porte à confusion / des heures d'ouvertures inadéquates / du besoin de rendre le mandat de la bibliothèque plus clair et du besoin de plus de personnel (cinq pour cent).

Satisfaction des interactions avec BAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +64,6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/plutôt satisfait** |
| Site Web (n=1119) | 77,6 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 74,3 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 77,2 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 75,7 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 78,3 % |
| Pour le travail (n=214) | 77,6 % |
| Autres raisons (n=97) | 72,2 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 77,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 79,2 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 96,1 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 84,3 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 24,2 % |

**QUESTION –** Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la qualité générale de votre dernière interaction avec Bibliothèque et Archives Canada?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à 100 en raison des arrondissements.**

Probabilité de recommander BAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très probable/plutôt probable** |
| Site Web (n=1119) | 85,3 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 81,8 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 80,7 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 80,5 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 86,0 % |
| Pour le travail (n=214) | 82,7 % |
| Autres raisons (n=97) | 86,6 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 84,9 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 87,2 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 97,0 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 89,9 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 49,5 % |

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +78,5 |

**QUESTION –** Quelle est la probabilité que vous recommandiez Bibliothèque et Archives Canada à d'autres personnes?

**QUESTION –** Quelle est la probabilité que vous recommandiez Bibliothèque et Archives Canada à d'autres personnes?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à 100 en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Quelle est la probabilité que vous recommandiez Bibliothèque et Archives Canada à d'autres personnes?

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

Commentaires additionnels

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=599 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Fréquence**  **(n=599)** |
| Bon service/Informations crédibles/ Satisfait | | 34,7 % |
| Besoin de fixer le site Web/Le format du site Web/La navigation prend trop de temps /Moteur de recherche faible | | 19,4 % |
| Mal organisé/Pas intuitif/Services non professionnels/Erreurs | | 18,4 % |
| Besoin de contenir plus d’information/Plus de contenu en ligne | | 16,9 % |
| En attente de numérisation des fichiers de WW2/Manque des items | | 5,2 % |
| Temps d’attente pour la délivrance des copies/Temps de réponse lent | | 0,8 % |
| Besoin de payer pour de l’information | | 0,8 % |
| Je n’ai pas utilisé le site Web encore | | 0,5 % |
| Autre | | 2,3 % |
| Incertain | | 1,0 % |

**QUESTION –** Avez-vous des commentaires ou suggestions concernant Bibliothèque et Archives Canada? [PERMETTRE PLUSIEURS RÉPONSES]

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=281 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Fréquence**  **(n=281)** |
| Satisfait en général avec les services de BAC/Information en ligne | 40.6% |
| Augmentation de l’accès/Numérisation des ressources/Rendre l’accès gratuit/Rendre le site plus facile à utiliser | 33.1% |
| Besoin de fonds et de support de la part du Gouvernement | 6.0% |
| Établissement qui porte à confusion/Heures d’ouvertures pas géniales/Rendre le mandat de BAC plus clair/Plus d’employés | 5.0% |
| S’assurer de la mise à jour et de l’entretien des documents historiques | 4.3% |
| Problèmes avec le sondage (i.e., trop long, ne couvre pas tout) | 3.2% |
| Plus d’informations sur l’histoire des Premières Nations | 2.8% |
| Other | 5.0% |

Source: Nanos Research, sondage en ligne pour les clients du BAC, Février à Juin 2016, n=281 clients BAC.

Opinions additionnelles

Commentaires additionnels

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Fréquence**  **(n=281)** |
| Satisfait en général avec les services de BAC/Information en ligne | 40,6 % |
| Augmentation de l’accès/Numérisation des ressources/Rendre l’accès gratuit/Rendre le site plus facile à utiliser | 33,1 % |
| Besoin de fonds et de support de la part du Gouvernement | 6,0 % |
| Établissement qui porte à confusion/Heures d’ouvertures pas géniales/Rendre le mandat de BAC plus clair/Plus d’employés | 5,0 % |
| S’assurer de la mise à jour et de l’entretien des documents historiques | 4,3 % |
| Problèmes avec le sondage (i.e., trop long, ne couvre pas tout) | 3,2 % |
| Plus d’informations sur l’histoire des Premières Nations | 2,8 % |
| Autre | 5,0 % |

**QUESTION –** Avez-vous d’autres commentaires ou suggestions concernant Bibliothèque et Archives Canada? [PERMETTRE PLUSIEURS RÉPONSES]

**QUESTION –** Avez-vous d’autres commentaires ou suggestions concernant Bibliothèque et Archives Canada? [OPEN-ENDED]

Recherche d’informations

**Objectif principal de l’interaction** – Le but principal de l'interaction avec Bibliothèque et Archives Canada fournit le contexte des besoins de leur recherche d'information. En 2016, les raisons personnelles (64 %) étaient le but principal le plus mentionné, avec des raisons liées au travail (17 %) étant légèrement plus fréquentes que pour des raisons pédagogiques (12 %).

* Ceux qui ont accédé à BAC à travers le site sont les plus susceptibles de l'avoir fait pour des raisons personnelles (65 %), tout comme ceux qui l'ont fait à partir de l'extérieur du Canada (72 %).

**Champs d’intérêts** – Reflétant peut-être la nature de l'intérêt personnel de la plupart des interactions, les utilisateurs matériels sont les plus susceptibles d'être intéressés par la généalogie (72 %), suivie de l'histoire militaire (43 %), fichiers militaires et personnels (41 %) et l’histoire de l’immigration (38 %).

* Les personnes ayant accès aux services pour des raisons personnelles sont particulièrement susceptibles d'être intéressées à la généalogie (90 %) par rapport à ceux qui accèdent pour des raisons liées au travail ou à des fins pédagogiques qui ont tendance à avoir plus d’intérêts divers.
* Il y a, naturellement, une quantité considérable de chevauchement entre les catégories. Cela est particulièrement vrai avec la généalogie, puisque beaucoup de ceux qui l'ont choisi ont également sélectionné d'autres sujets. Quinze pour cent des utilisateurs ont seulement sélectionné la généalogie comme sujet d’intérêt, alors que trois pour cent ont seulement sélectionné l’histoire militaire et personnelle.
* Si l'on considère ceux qui n'ont pas sélectionné la généalogie, l'histoire militaire est le sujet le plus mentionné (31 %) suivie par les fichiers militaires et personnels (22 %) et de la politique et du gouvernement (19 %).

**Facilité à trouver les informations recherchées** – Après réflexion, 38 % ont été en mesure de trouver l'information qu'ils recherchaient et 42 % ont trouvé certaines des informations qu'ils cherchaient. Dix-sept pour cent n'ont pas trouvé l'information qu'ils cherchaient. Ceux qui étaient à la recherche pour des raisons liées au travail étaient plus susceptibles de trouver tout ce qu'ils cherchaient (55 %).

* Ceux qui étaient à la recherche pour des raisons liées au travail étaient plus susceptibles de trouver tout ce qu'ils cherchaient (55 %), tandis que ceux qui cherchaient pour des raisons personnelles étaient moins susceptibles d'avoir complètement réussi (33%).
* L'expérience avec les institutions d'archives est également fortement liée à la réussite. Les gens qui se disent très expérimentés sont beaucoup plus susceptibles d'avoir trouvé l'information qu'ils cherchaient (43 %).
* Les gens qui étaient à la recherche d’informations ISBN/ISMN ou des formulaires/informations de processus de reproduction sont ceux qui ont le plus réussi.

**Raisons pour ne pas trouver l’information** – Pour ceux qui n'ont pas trouvé tout ce qu'ils cherchaient, les raisons sont réparties assez équitablement : 34 % pensent que les informations ne sont pas dans la collection, 31 % pensent que les outils ou l'assistance de recherche rendent l’information trop difficile à trouver et 36 % ne sont pas certains si c’est en raison des outils de recherche ou parce que l’information n’est pas dans la collection.

* En particulier, ceux qui étaient à la recherche pour des raisons liées au travail et qui ont eu du mal étaient plus susceptibles de mentionner des problèmes avec les outils de recherche (45 %) et moins susceptibles de mentionner que les informations n’étaient pas dans la collection (30 %).

**Préférence pour le mode de diffusion de l'information** – La préférence nette pour l’accès et la demande d’informations de Bibliothèque et Archives Canada est par format électronique (86 %). Seulement cinq pour cent préféreraient une copie papier.

* Notez que la préférence pour le format électronique est élevée, même parmi ceux qui ont visité sur place (77 %) ou qui ont eu une interaction par courrier, courriel ou formulaire web (79 %).

Recherche d’informations

Raisons pour l’utilisation la plus récente de BAC

Reasons for most recent use of LAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Raisons personnelles** |
| Site Web (n=1119) | 65,0 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 51,5 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 54,4 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 62,8 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 72,3 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=469) | 55,2 % |
| J’ai trouvé certaines des informations que je cherchais (n=527) | 70,0 % |
| Je n’ai pas trouvé l’information que je cherchais (n=206) | 67,5 % |

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Quelle était la raison pour laquelle vous avez utilisé Bibliothèque et Archives Canada la dernière fois?

**QUESTION –** What was the primary purpose of your most recent use of Library and Archives Canada?

Format préféré pour matériel de BAC demandé

Preferred format for requested material from LAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Électronique** |
| Site Web (n=1119) | 86,4 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 77,3 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 78,9 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 83,3 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 86,0 % |
| Pour le travail (n=214) | 86,0 % |
| Autres raisons (n=97) | 83,5 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 85,3 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 90,2 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 86,1 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 88,2 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 80,1 % |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Lorsque vous accéder ou demander du matériel de Bibliothèque et Archives Canada, préféreriez-vous le faire par format électronique (que vous pouvez imprimer si vous le choisissez) ou par copie papier (délivrez par la poste et/ou récupérez en personne)?

**QUESTION –** When accessing or requesting material from Library and Archives Canada, would you prefer it in electronic format (that you can print if you choose) or in a hard copy format (delivered by mail and/or picked up in person)?

Sujets d’intérêts

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

**QUESTION –** Quels sont les sujets qui vous intéressent à Bibliothèque et Archives Canada? [PERMETTRE PLUSIEURS RÉPONSES]

**QUESTION –** What subjects are of interest to you at Library and Archives Canada? [ALLOW MULTIPLE SELECTIONS]

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Sujets d’intérêts - autres

Subjects of interest - other

|  |  |
| --- | --- |
| **Autre - Spécifier** | **Fréquence**  **(n=4,385)** |
| L'histoire du Canada (social, etc.)/Population et recensement canadien/Immigration | 7,4 % |
| ISBN/Base de données/Services et ressources/Gestion des dossiers | 6,1 % |
| Archives numériques /Littérature | 2,9 % |
| Recherche générale/En lien avec l’école/ Bâtiment et structures | 2,6 % |
| Entreprises canadiennes/Industries/Opportunités d'emploi | 1,9 % |
| Politique et gouvernement/Fonds | 1,4 % |
| Nouvelle-France/Loyalistes/Traite des fourrures | 1,0 % |
| Bâtiments/Infrastructure | 0,8 % |
| Autres | 0,3 % |

**QUESTION –** Quels sont les sujets qui vous intéressent à Bibliothèque et Archives Canada? [PERMETTRE PLUSIEURS RÉPONSES]

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Sujets mentionnés | **N’a pas mentionné la généalogie**  **(n=338)** | **A mentionné la généalogie**  **(n=912)** |
| Généalogie et histoire familiale | -- | 100 % |
| Histoire militaire | 31 % | 47 % |
| Dossiers du personnel militaire | 22 % | 49 % |
| Histoire de l’immigration | 9 % | 49 % |
| Biographies et gens | 16 % | 31 % |
| Peuples autochtones | 18 % | 21 % |
| Art et Photographie | 16 % | 16 % |
| Ressources pédagogiques | 17 % | 14 % |
| Politique et gouvernement | 19 % | 12 % |
| Journaux d’identité nationale | 7 % | 15 % |
| Musique et arts | 10 % | 8 % |
| Maintien de la paix | 5 % | 7 % |
| Philatélie et histoire de la poste | 4 % | 6 % |
| L'histoire du Canada (social, etc.)/Population et recensement canadien/Immigration | 5 % | 3 % |
| Sports | 3 % | 3 % |
| ISBN/Base de données/Services et ressources/Gestion des dossiers | 10 % | 1 % |
| Archives numériques /Littérature | 3 % | 1 % |
| Recherche générale/En lien avec l’école/ Bâtiments et structures | 3 % | 1 % |

**\*Note: Basé sur des mentions multiples; toutes les catégories ne sont pas affichées**

**QUESTION –** Quels sont les sujets qui vous intéressent à Bibliothèque et Archives Canada? [PERMETTRE PLUSIEURS RÉPONSES]

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Sujets d’intérêts

Trouver de l’information recherchée par type d’information

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

**\*Note: Seulement ceux avec au moins 10 personnes sont inclus.**

**QUESTION –** Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | # de personnes qui recherchent | J’ai trouvé l’information que je cherchais | J’ai trouvé certaines informations que je cherchais | Je n’ai pas trouvé l’information que je cherchais | Incertain |
| ISBN/ISMN | 28 | 86 % | 4 % | 7 % | 4 % |
| Formulaires/Processus de reproduction | 20 | 70 % | 25 % | 0 % | 5 % |
| Directives pour la gestion de l'information | 20 | 60 % | 15 % | 15 % | 10 % |
| DHCP subvention / Financement / Informations relatives à BAC / Recherchez des informations sur les livres | 15 | 53 % | 13 % | 27 % | 7 % |
| Documents d'archives/Recherche personnelle ou navigation/Recherche sur les événements passés ou histoire/photos | 54 | 46 % | 28 % | 22 % | 4 % |
| Journaux/Communiqués de presse/ISSN/Magazines/documents numérisés | 23 | 44 % | 26 % | 26 % | 4 % |
| Données du recensement/Recensement/Répertoire/Base de données/Ressources en ligne | 55 | 40 % | 38 % | 20 % | 2 % |
| Guerre/Dossiers militaires/Familles qui ont combattu dans la guerre | 57 | 39 % | 33 % | 26 % | 2 % |
| Collections | 686 | 38 % | 48 % | 12 % | 2 % |
| Accès à l'information et protection des renseignements personnels (AIPRP) | 22 | 32 % | 46 % | 23 % | 0 % |
| Les possibilités d'emploi/Informations de contact des employés | 11 | 27 % | 27 % | 46 % | 0 % |
| Antécédents familiaux/Informations de généalogie/Dossiers d'immigration/Listes de passagers par navires et bateaux | 98 | 10 % | 56 % | 26 % | 8 % |
| Dossiers de naissance/Décès/Mariage/Divorce | 12 | 0 % | 0 % | 100 % | 0 % |

Trouver l’information recherchée

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Score net** | |
| +21,0 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **J’ai trouvé ce que je cherchais** |
| Site Web (n=1119) | 38,5 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 31,8 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 24,6 % |
| Pour des raisons pédagogiques (n=144) | 43,8 % |
| Pour des raisons personnelles (n=795) | 32,6 % |
| Pour des raisons liées au travail (n=214) | 54,7 % |
| Autres raisons (n=97) | 30,9 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 39,8 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 34,0 % |

**QUESTION –** Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez?

Raisons pour ne pas avoir trouvé l’information recherchée

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=733 clients de BAC.

CEUX QUI N’ONT PAS TROUVÉ L’INFORMATION RECHERCHÉE

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **L’info n’est pas dans la collection** |
| Site Web (n=656) | 33,8 % |
| Visite sur les lieux (n=39) | 30,8 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=35) | 40,0 % |
| Pour des raisons pédagogiques (n=71) | 35,2 % |
| Pour des raisons personnelles (n=508) | 35,4 % |
| Pour des raisons liées au travail (n=95) | 29,5 % |
| Autre raison (n=59) | 27,1 % |
| À l’intérieur du Canada (n=517) | 34,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=142) | 31,7 % |
| J’ai trouvé certaines info que je cherchais (n=527) | 36,2 % |
| Je n’ai pas trouvé l’info que je cherchais (n=206) | 28,2 % |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [À DEMANDER SEULEMENT SI N’A PAS TROUVÉ TOUTE L’INFORMATION CHERCHÉE] En pensant à l'information que vous n'avez pas trouvée, pensez-vous que cela se doit principalement au fait que Bibliothèque et Archives Canada ne possède pas l'information dans ses collections ou au fait qu'il est trop difficile de trouver l'information en utilisant les outils de recherche et l’assistance ?

Profil de ceux qui ont utilisé les services BAC

Une majorité de ceux qui ont terminé l'enquête ont utilisé des services par le biais du site web, mais beaucoup de gens ont également utilisé des services par le biais d'autres voies dans le mois précédent. Par exemple, 58 % de ceux qui ont répondu au sondage après une visite sur place avait également utilisé des services à travers le site web. Pour ceux dont l'accès le plus récent a été à travers le site, 18 % ont également visité sur place et 15 % par courrier, courriel ou formulaire web. Ceci est révélateur d'une expérience significative avec Bibliothèque et Archives Canada parmi les utilisateurs.

**Comment j’ai appris à propos de BAC** – Les personnes qui ont accédé à Bibliothèque et Archives déclarent qu'elles ont appris à propos de Bibliothèque et Archives Canada grâce à un moteur de recherche (36 %) suivi d'un lien sur un autre site (10 %), de bouche à oreille (10 %), au travail (neuf pour cent),par Canada.gc.ca (huit pour cent) ou à l'école (sept pour cent).

**Importance de la préservation du patrimoine** – La préservation du patrimoine du Canada est très importante pour ceux qui ont utilisé des services de Bibliothèque et Archives Canada, puisque 94 % disent que c’est très important et quatre autres pour cent disent que c’est assez important.

Autres caractéristiques de profil:

* **Expérience avec Bibliothèque et Archives** – La plupart des gens qui ont utilisé des services sont soit très expérimentés (39 %) ou plutôt expérimentés (43 %). L'expérience avec les institutions d'archives est plus faible avec seulement 18 % très expérimentés et 32 % plutôt expérimentés. Les gens sont également susceptibles de s'identifier comme excellent (55 %) ou bon (37 %) en ce qui concerne leur capacité à utiliser l'Internet. Ceux qui ont utilisé des services par courrier, courriel ou formulaire web sont moins susceptibles de s'identifier comme excellent (37 %).
* **Types d'institutions utilisées** – Les types d’institutions les plus visitées par les utilisateurs sont des bibliothèques (23 % dans le mois précédent), des musées (18 %) et d'autres archives (14 %).
* **Connaissance de la zone thématique**– En général, 25 % des visiteurs sont très bien informés et 33 % assez bien informés sur le sujet qu'ils cherchaient. L’auto-évaluation des connaissances est plus élevée pour ceux qui utilisent des services pour des raisons liées au travail (34 %).
* **Citoyenneté et accès à partir de l'extérieur du Canada** – Dans l'ensemble, 81 % de ceux qui ont interagi avec Bibliothèque et Archives Canada sont des citoyens canadiens. De plus, la majorité de ceux qui ont accédé aux documents en ligne l'ont fait à partir du Canada (79 %), mais une partie importante (21 %) le fait de l'extérieur du pays.

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Moyens de prendre connaissance de BAC

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Moteur de recherche** |
| Site Web (n=1119) | 43,9 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 37,9 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 35,1 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 44,4 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 48,2 % |
| Pour le travail (n=214) | 23,8 % |
| Autres raisons (n=97) | 39,2 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 40,2 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 56,6 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 39,0 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 48,4 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 39,3 % |

**QUESTION –** Comment avez-vous pris connaissance de Bibliothèque et Archives Canada?

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

Moyen de prendre connaissance de BAC – autres

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Autres – Spécifié** | **Fréquence**  **(n=1,701)** |
| Utilisé/visité BAC dans le passé | 2,8 % |
| D’une organisation/association/porte-parole | 2,8 % |
| Je connais BAC depuis de nombreuses années/elle est une ressource connue | 1,7 % |
| Je suis/était historien/chercheur/bibliothécaire | 1,6 % |
| Moteur de recherche/site Web | 1,3 % |
| Médiaux sociaux/courriel/site internet | 1,1 % |
| D'un ami/parent/collègue | 0,6 % |
| Je suis/était un employé/bénévole de BAC | 0,6 % |

**QUESTION –** Comment avez-vous pris connaissance de Bibliothèque et Archives Canada? (Spécifié autre)

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1125 clients de BAC.

CLIENTS QUI ONT EU ACCÈS AU SERVICE EN LIGNE OU TÉLÉPHONE

Accès à l’intérieur ou à l’extérieur du Canada

Accessing from inside or outside of Canada

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **À l’intérieur du Canada** |
| Pour des raisons pédagogiques (n=121) | 80,2 % |
| Pour des raisons personnelles (n=729) | 76,7 % |
| Pour des raisons liées au travail (n=194) | 90,2 % |
| Autres raisons (n=81) | 72,8 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=434) | 81,6 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=475) | 78,5 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 78,3 % |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [À DEMANDER SEULEMENT SI A EU ACCÈS AUX SERVICES EN LIGNE OU PAR TÉLÉPHONE] Lorsque vous accédez au matériel, le faites-vous du Canada ou à l'extérieur du Canada?

**QUESTION –** [ONLY ASK IF ACCESSING SERVICES ONLINE OR BY PHONE] When accessing material, are you doing so from within Canada or from outside Canada?

Voies d’accès aux services de BAC

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

**QUESTION –** [Exclure le choix de la question 1; permettre plusieurs réponses] Au cours du dernier mois, avez-vous utilisé un des services suivants offerts par Bibliothèque et Archives Canada?

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

Voies d’accès aux services de BAC - autre

Accessing LAC service channels - other

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |
| --- | --- |
| **Autre - spécifié** | **Fréquence**  **(n=693)** |
| Je n’ai pas utilisé ce service dans les derniers mois | 0,7 % |
| Musée de la Guerre | 0,3 % |
| Autre site Web | 0,3 % |
| Conférence | 0,1 % |
| Site Web d’une bibliothèque | 0,3 % |

**\*Note: Basé sur des mentions multiples**

**QUESTION –** [Exclure le choix de la question 1; permettre plusieurs réponses] Au cours du dernier mois, avez-vous utilisé un des services suivants offerts par Bibliothèque et Archives Canada? [Autre spécifié]

Présence aux événements culturels et aux institutions

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Autres bibliothèques** |
| Site Web (n=1119) | 51,0 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 40,9 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 56,1 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 56,9 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 47,7 % |
| Pour le travail (n=214) | 60,7 % |
| Autres raisons (n=97) | 44,3 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 54,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 40,0 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 52,5 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 52,0 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 48,1 % |

**QUESTION –** Êtes-vous allé à un des endroits ou avez-vous participé à un des événements suivants au cours des trois derniers mois?

**Note:** Basé sur des mentions multiples

**Note:** Based on multiple mentions

Importance de préservation du patrimoine canadien

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

**QUESTION –** How would you describe your level of experience with libraries?

**QUESTION –** How would you describe your level of experience with libraries?

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |
| --- | --- |
| **Score net** | |
| +98,1 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/Plutôt important** |
| Site Web (n=1119) | 98,7 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 92,4 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 100,0 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 97,2 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 98,4 % |
| Pour le travail (n=214) | 98,6 % |
| Autres raisons (n=97) | 99,0 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 98,9 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 97,8 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 99,6 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 98,9 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 96,1 % |

**QUESTION –** Dans quelle mesure est-il important pour vous que le patrimoine du Canada soit préservé pour le moment et pour les générations futures?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Niveau d'expérience avec les bibliothèques

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +77,7 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très expérimenté/ Plutôt expérimenté** |
| Site Web (n=1119) | 83,3 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 69,7 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 82,4 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 85,4 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 80,0 % |
| Pour le travail (n=214) | 92,5 % |
| Autres raisons (n=97) | 76,3 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 82,9 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 84,6 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 85,7 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 82,5 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 77,7 % |

**QUESTION –** How would you describe your level of experience with libraries?

**QUESTION –** How would you describe your level of experience with libraries?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Veuillez indiquer votre niveau d'expérience avec les bibliothèques.

**QUESTION –** How would you describe your level of experience with libraries?

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

Expérience avec les services d’archives

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +30,2 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très expérimenté** |
| Site Web (n=1119) | 50,6 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 39,4 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 42,1 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 50,0 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 45,3 % |
| Pour le travail (n=214) | 64,5 % |
| Autres raisons (n=97) | 52,6 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 48,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 59,2 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 56,3 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 49,5 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 41,3 % |

**QUESTION –** From a scale of 1 to 5, 1 being not at all experienced and 5 being very experienced, how would you describe your level of experience with archival institutions?

**QUESTION –** From a scale of 1 to 5, 1 being not at all experienced and 5 being very experienced, how would you describe your level of experience with archival institutions?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –**  Sur une échelle de 1 à 5, où 1 est pas du tout expérimenté et 5 est très expérimenté, veuillez indiquer votre niveau d'expérience avec les services d'archives

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

Connaissances du sujet recherché

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +44,5 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très informé** |
| Site Web (n=1119) | 58,9 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 51,5 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 61,5 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 59,0 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 55,5 % |
| Pour le travail (n=214) | 65,9 % |
| Autres raisons (n=97) | 66,0 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 59,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 57,0 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 64,0 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 59,4 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 47,6 % |

**QUESTION –** Sur une échelle de 1 à 5, où 1 est pas du tout informé et 5 est très informé, veuillez indiquer le niveau de vos connaissances sur le sujet que vous recherchiez à Bibliothèque et Archives Canada.

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Capacité à utiliser l’internet

Ability to use the internet

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Excellente/Bonne** |
| Site Web (n=1119) | 92,0 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 86,4 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 87,7 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 91,7 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 90,6 % |
| Pour le travail (n=214) | 95,8 % |
| Autres raisons (n=97) | 87,7 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 91,5 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 93,2 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 92,8 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 91,5 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 91,8 % |

**QUESTION –** Comment évalueriez-vous votre capacité à utiliser l'Internet? Diriez-vous qu’elle est...

**QUESTION –** How would you rate your ability to use the Internet? Would you say it is...?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

Outils internet interactifs utilisés par les clients de BAC

Interactive internet tools used by LAC clients

**QUESTION –** How would you rate your ability to use the Internet? Would you say it is...?

**QUESTION –** How would you rate your ability to use the Internet? Would you say it is...?

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

**\*Note: Charts may not add up to 100 due to rounding**

**QUESTION –** Au cours du dernier mois, lequel des outils internet interactifs suivants avez-vous utilisé? [Veuillez sélectionner tout ce qui s’applique]

**QUESTION –** In the past month, which of the following interactive internet tools did you use? [SELECT ALL THAT APPLY]

Citoyenneté

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Canadienne** |
| Site Web (n=1119) | 80,9 % |
| Visite sur les lieux (n=66) | 83,3 % |
| Par courrier, courriel ou formulaire Web (n=57) | 77,2 % |
| Raisons pédagogiques (n=144) | 77,8 % |
| Raisons personnelles (n=795) | 79,5 % |
| Pour le travail (n=214) | 91,1 % |
| Autres raisons (n=97) | 74,2 % |
| À l’intérieur du Canada (n=890) | 98,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=235) | 14,9 % |
| Trouvé ce que je cherchais (n=469) | 82,1 % |
| Partiellement trouvé ce que je cherchais (n=527) | 81,0 % |
| Pas trouvé ce que je cherchais (n=206) | 81,1 % |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** Êtes-vous un citoyen(ne) canadien(ne) ou un citoyen d’un autre pays?

**QUESTION –** Are you a Canadian citizen or a citizen of another country?

**L’expérience des visiteurs du site Web**

Le type le plus mentionné d'informations recherchées par les visiteurs du site est les informations sur les collections (61%) et d'autres informations (30%).

**Connaissance sur la façon d'obtenir de l'information avant la visite** – Une attente de la façon d'obtenir l'information définit le contexte pour les attentes satisfaites ou non. La majorité des visiteurs du site (55%) savait avant de commencer leur visite comment obtenir l'information ou le service dont ils avaient besoin et seulement 21% ne le savaient pas. Curieusement, 13% pensaient qu'ils savaient, mais ont eu de la difficulté, alors que 11% ne faisaient que naviguer.

* Les utilisateurs du site Web pour des raisons liées au travail sont les plus confiants (67%) de savoir comment trouver les informations.
* Les personnes qui ont effectivement trouvé l'information ont tendance à croire qu'ils savaient où la trouver (75%), tandis que 21% de ceux qui ne trouvaient pas ce qu'ils cherchaient étaient convaincus qu'ils savaient comment l'obtenir quand ils ont commencé leur recherche.

**Efforts requis pour la recherche** – Un sur cinq (22%) des visiteurs ont estimé que leur recherche a exigé beaucoup d'efforts et 56% un petit effort. Les gens qui ont trouvé ce qu'ils cherchaient étaient plus susceptibles de sentir que c’était sans effort.

**Attributs importants de l'expérience d'un site web** – Sur les 12 aspects de l'expérience Web testés, ceux qui ont la plus forte intensité d'importance pour les visiteurs sont la capacité de la recherche d’obtenir des résultats utiles (77% très important), la facilité de trouver ce que je cherchais (76%) et la pertinence du contenu (74%).

* Ceux qui ont la plus faible intensité d'importance sont la facilité de fournir des commentaires (22%), la facilité de trouver une personne à contacter (28%) et la fréquence du nouveau contenu (34%). En fait, beaucoup de gens pensent que cela ne s’applique pas.
* Pour ceux qui accèdent à Bibliothèque et Archives Canada pour des raisons liées au travail, l'utilité des informations d'aide, la clarté des menus et des liens, la facilité de trouver ce qu'ils recherchent et la facilité de trouver une personne à contacter sont plus importants que pour d'autres types de personnes accédant à travers le site.

**L’expérience des visiteurs du site Web**

* **Niveaux de satisfaction des attributs du site web de l’expérience du site web** – Les zones avec le plus haut niveau de satisfaction chez les visiteurs du site web sont la clarté de la langue (76% très ou assez satisfaits) et l'apparence du site (75%), suivis de près par la pertinence du contenu (73%).
* Sur plusieurs attributs du site web, les visiteurs ont sentis que les aspects ne s’appliquaient pas pour eux. Par exemple, 51% indique que la facilité de trouver une personne à contacter ne s'applique pas. De même, il y en a beaucoup qui pensent que la facilité de fournir des commentaires (40%) et la fréquence du nouveau contenu ne s'applique pas (43%). Ainsi, alors que la satisfaction est relativement faible pour la facilité de trouver une personne à contacter (24%) et pour la fréquence du nouveau contenu (26%), une partie de cela est en raison de la proportion élevée de personnes sans avis plutôt que d'un avis négatif.
* **Carte d’importance versus satisfaction** – La carte (page suivante) montre qu'en général les choses qui sont considérées les plus importantes sont aussi ceux que le BAC à des niveaux élevés de satisfaction. Cela dit, l'aspect du site est très important, mais classé 7ème en matière de satisfaction. La capacité du mécanisme de recherche pour fournir des résultats utiles, la clarté des menus et des liens et la facilité de trouver ce que je cherche sont, cependant, les zones qui pourraient être améliorées compte tenu de leur haut niveau d'importance indiqué.

**Facteurs clés** – Une autre façon de considérer l'importance des attributs est d'effectuer une analyse des principaux facteurs. Cela implique l'évaluation de la force de la relation entre la satisfaction globale et la satisfaction de chaque élément. Une relation forte signifie que le changement de satisfaction sur cet élément augmenterait la satisfaction globale.

* Les 4 premiers attributs qui stimulent la satisfaction globale sont: la facilité de trouver ce que je cherchais; la capacité du mécanisme (s) de recherche pour produire des résultats utiles; la pertinence du contenu et l'utilité de l'information d'aide.
* Ceux qui ont la plus faible intensité d'importance sont l'apparence du site, la facilité de fournir des commentaires et la fréquence du nouveau contenu.

Clients du site Web – Importance vs. Satisfaction

Facteurs de satisfaction globale - en ligne

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1250 clients de BAC.

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,250 LAC clients.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Nombre de répondants qui évalue cet attribut** | **Corrélation\*** |
| La facilité à trouver ce que je cherchais | 1073 | 072 |
| La capacité des mécanismes de recherche afin de fournir des résultats utiles | 1028 | 0,70 |
| La pertinence du contenu | 1052 | 0,70 |
| L’utilité des informations d’aide | 847 | 0,68 |
| L’arrangement logique de l’information | 1056 | 0,63 |
| La clarté des menus et des liens | 1052 | 0,63 |
| La capacité d’imprimer ou de télécharger des documents ou formulaires | 751 | 0,60 |
| La clarté du langage | 1050 | 0,57 |
| La facilité à trouver une personne à contacter | 546 | 0,55 |
| La fréquence de nouveau contenu | 631 | 0,54 |
| La facilité à pouvoir donner des commentaires | 658 | 0,52 |
| L’apparence du site (ex. propre, simple) | 1082 | 0,52 |

**\*Note : Une corrélation plus élevée est associée à une relation plus forte entre la façon dont les gens ont évalué BAC sur l'attribut et la satisfaction globale de leur dernière interaction**

Type d’information recherchée lors des visites du site Web

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Collections** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 61,7 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 64,8 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 51,3 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 53,1 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 60,5 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 64,5 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 61,0 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 69,1 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 45,1 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez visité le site Web de Bibliothèque et Archives Canada?

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Type d’information recherchée sur le site web - autres

|  |  |
| --- | --- |
| **Autres - spécifié** | **Fréquence**  **(n=1119)** |
| Antécédents familiaux/Informations généalogiques/Dossiers d'immigration/Listes de passagers des navires et bateaux | 8,8 % |
| Guerre/dossiers militaires ou les membres/Famille qui ont combattu dans la guerre | 5,1 % |
| Données de recensement/Répertoire/Base de données/Ressources en ligne | 4,9 % |
| Des documents d'archives/Recherche personnelle ou de navigation/Recherche sur les événements passés ou histoire/Photos | 4,8 % |
| Journaux/Communiqués de presse/ISSN/Magazines/Documents numérisés | 2,1 % |
| DHCP subvention/financement/Informations relatives à BAC/ Informations sur les livres | 1,3 % |
| Dossiers de naissance/Décès/Mariage/Divorce | 1,1 % |
| Les possibilités d'emploi/Informations de contact des employés | 1,0 % |
| Thèse/Doctorat/En lien avec le travail ou l’école/Définitions | 0,8 % |
| Autres | 0,2 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez visité le site Web de Bibliothèque et Archives Canada? (Autre – spécifié)

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Comment obtenir l’information ou le service désiré

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Oui** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 53,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 52,3 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 67,0 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 50,6 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 57,5 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 44,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 74,5 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 52,8 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 20,7 % |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Au début de ma visite, je savais comment obtenir l'information ou le service dont j'avais besoin.

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Effort requis pour faire la recherche

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Aucun** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 20,0 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 17,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 28,8 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 16,0 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 19,5 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 18,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 38,3 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 7,8 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 6,5 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Votre recherche, combien d'effort a-t-elle nécessité?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Niveau de satisfaction des visiteurs du site Web

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +68,8 |
| +66,6 |
| +63,6 |
| +51,5 |
| +45,6 |
| +38,2 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants: [RENDRE ALÉATOIRE]

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Niveau de satisfaction des visiteurs du site Web

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +38,8 |
| +41,6 |
| +37,8 |
| +25,4 |
| +16,5 |
| +13,8 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

QUESTION – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

Satisfaction de la pertinence du contenu

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +63,6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 73,4 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 72,8 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 75,3 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 65,5 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 72,3 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 74,3 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 91,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 75,9 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 27,7 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La pertinence du contenu**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Satisfaction de la clarté du langage

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La clarté du langage**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +68,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 75,9 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 77,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 74,9 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 61,7 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 75,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 77,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 89,5 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 72,9 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 52,7 % |

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Satisfaction de l’utilité de l’information d’aide

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +37,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 55,0 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 49,0 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 51,9 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 46,9 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 49,2 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 53,0 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 65,2 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 49,2 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 20,1 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**L’utilité de l’information d’aide**

Satisfaction de la fréquence de nouveaux contenus

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La fréquence de nouveaux contenus**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +16,5 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 33,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 24,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 26,2 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 28,4 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 26,2 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 23,9 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 33,2 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 25,2 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 10,3 % |

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Satisfaction de la capacité du/des mécanisme(s) de recherche

|  |
| --- |
| **Net Score** |
| +38,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 56,7 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 60,4 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 53,9 % |
| Pour autre raison (n=81) | 65,5 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 58,6 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 61,6 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 76,8 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 58,9 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 23,4 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La capacité du/des mécanisme(s) de recherche à fournir des résultats utiles**

Satisfaction de la clarté des menus et des liens

Satisfaction with clarity of menus and links

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Net Score** |
| +45.6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 57,5 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 65,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 61,2 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 51,8 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 62,1 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 65,0 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 81,6 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 59,6 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 32,1 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La clarté des menus et des liens**

Satisfaction de l’agencement logique des informations

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**L'agencement logique des informations**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +51,5 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 59,2 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 67,3 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 64,9 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 59,3 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 65,3 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 65,8 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 83,8 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 62,3 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 34,7 % |

Satisfaction de l’aspect du site Web

Satisfaction with site appearance

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**L’aspect du site (par exemple simple et épuré)**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +66,6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 73,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 76,9 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 72,2 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 72,8 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 75,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 77,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 87,0 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 73,9 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 54,9 % |

Satisfaction de la possibilité d’imprimer ou de télécharger des formulaires ou des documents

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +41,6 |

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 50,0 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 50,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 40,8 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 53,1 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 49,1 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 47,0 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 56,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 53,2 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 22,3 % |

**QUESTION –**  [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La possibilité d’imprimer ou de télécharger des formulaires ou des documents**

Satisfaction de la facilité à trouver ce que je cherche

Satisfaction with ease of finding what they were looking for

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +38,2 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 53,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 61,2 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 64,4 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 59,3 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 61,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 59,9 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 85,2 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 57,6 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 17,4 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La facilité de trouver ce que je cherche**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Satisfaction avec la facilité à trouver une personne à contacter

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +13,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 30,0 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 21,8 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 26,7 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 24,7 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 24,2 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 21,8 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 31,1 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 19,5 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 16,8 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La facilité de trouver une personne à contacter**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Satisfaction de la facilité à fournir des commentaires

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction avec les items suivants:

**La facilité de fournir des commentaires**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +25,4 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très satisfait/Plutôt satisfait** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 40,0 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 32,0 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 31,9 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 33,4 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 32,6 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 34,2 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 41,5 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 28,8 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 23,9 % |

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Importance accordée aux différents facteurs par les visiteurs du site Web

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +90,3 |
| +91,9 |
| +91,4 |
| +88,3 |
| +86,2 |
| +89,6 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Importance accordée aux différents facteurs par les visiteurs du site Web

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +7,3 |
| +73,8 |
| +72,9 |
| +55,0 |
| +44,6 |
| +36,8 |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Importance de la pertinence du contenu

Importance of content relevance

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**QUESTION –**  [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La pertinence du contenu**

**QUESTION –** [Website visitors ONLY] How important are the following factors to you?

**The relevance of the content**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +91,4 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 91,7 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 93,3 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 94,2 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 86,4 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 93,4 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 90,1 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 94,5 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 93,6 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 87,5 % |

Importance de la clarté du langage

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +86,2 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 85,9 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 88,1 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 92,7 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 81,5 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 88,9 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 85,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 90,7 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 87,5 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 85,9 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La clarté du langage**

**QUESTION –** [Website visitors ONLY] How important are the following factors to you?

**The clarity of the language**

Importance de l’utilité de l’information d’aide

Importance of usefulness of help information

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +72,9 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 73,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 75,4 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 83,7 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 75,3 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 78,2 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 70,5 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 78,0 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 75,8 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 74,4 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**L’utilité de l’information d’aide**

Importance de la fréquence de nouveaux contenus

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +55,0 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 61,6 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 62,8 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 55,5 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 56,8 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 62,5 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 55,1 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 63,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 62,3 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 52,2 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La fréquence de nouveaux contenus**

**QUESTION –** [Website visitors ONLY] How important are the following factors to you?

**The frequency of new content**

Importance de la capacité du/des mécanisme(s) de recherche

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +90,3 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 92,5 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 92,6 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 94,3 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 88,9 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 92,8 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 91,9 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 94,2 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 92,6 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 90,8 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La capacité du/des mécanisme(s) de recherche à fournir des résultats utiles**

Importance de la clarté des menus et des liens

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +88,3 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 88,3% |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 90,1% |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 94,8 % |
| Pour autre raison (n=81) | 86,4 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 91,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 88,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 92,3 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 91,1 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 85,9 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La clarté des menus et des liens**

**QUESTION –** [Website visitors ONLY] How important are the following factors to you?

**The clarity of menus and links**

Importance de l’agencement logique des informations

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**L'agencement logique des informations**

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +89,6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 88,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 91,7 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 93,7 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 87,6 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 92,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 89,3 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 91,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 92,3 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 89,7 % |

Importance de l’aspect du site web

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +79,3 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 76,6 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 84,5 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 81,7 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 85,1 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 83,6 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 81,6 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 84,9 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 82,4 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 81,5 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**L’aspect du site (par exemple simple et épuré)**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Importance de la possibilité d’imprimer ou de télécharger

Importance of ability to print or download documents

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +73,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 83,3 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 76,6 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 75,4 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 79,0 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 78,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 74,3 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 78,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 77,4 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 75,0 % |

**QUESTION –**  [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La possibilité d’imprimer ou de télécharger des formulaires ou des documents dddddddddvrdddocdocudocuments**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Importance de la facilité à trouver ce que je cherche

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +91,9 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 90,8 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 93,8 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 97,9 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 90,1 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 94,7 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 91,0 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 95,4 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 95,1 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 88,6 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La facilité de trouver ce que je cherche**

Importance de la facilité à trouver une personne à contacter

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +44,6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 59,2 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 49,4 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 65,0 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 56,8 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 56,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 44,4 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 55,7 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 49,6 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 56,0 % |

**QUESTION** – [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La facilité de trouver une personne à contacter**

Importance de la facilité à fournir des commentaires

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=1119 clients de BAC.

VISITEURS EN LIGNE SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +36,8 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Sous-groupes** | **Très important/plutôt important** |
| Pour raisons pédagogiques (n=120) | 45,8 % |
| Pour raisons personnelles (n=727) | 47,6 % |
| Pour raisons liées au travail (n=191) | 50,8 % |
| Pour autres raisons (n=81) | 51,8 % |
| À l’intérieur du Canada (n=885) | 49,0 % |
| À l’extérieur du Canada (n=234) | 45,3 % |
| J’ai trouvé l’information que je cherchais (n=431) | 50,2 % |
| J’ai trouvé certaines informations que je cherchais (n=472) | 43,7 % |
| Je n’ai pas trouvé ce que je cherchais (n=184) | 53,2 % |

**QUESTION –** [Visiteurs du site Web SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous?

**La facilité de fournir des commentaires**

**L’expérience des visiteurs sur les lieux**

Un total de 66 personnes a répondu au sondage après avoir visité un emplacement physique de Bibliothèque et Archives. La principale raison de la visite était d'accéder aux collections (46%) et d'autres informations (41%). La région de la capitale nationale (36%) représente l'essentiel des visites en personne, mais un pourcentage assez important a mentionné d'autres endroits.

* **Connaissance de la façon d'obtenir de l'information avant la visite** – La plupart des visiteurs sur place (47%) savaient, avant qu'ils aient commencé leur visite, comment obtenir l'information ou le service dont ils avaient besoin, tandis que 26% ne savaient pas. Fait intéressant, 12% pensaient qu'ils savaient, mais ont eu de la difficulté, tandis que 15% ont seulement navigué.
* **Besoin d'aide pour trouver des informations** – Peu de visiteurs (12%) avaient besoin de beaucoup d'aide pour trouver ce dont ils avaient besoin, et 30% avaient besoin d'un peu d'aide. Près de la moitié (46%), cependant, n'ont pas eu besoin d'aide du tout.
* **Attributs importants de l'expérience** – Pour ceux sur place, l'aspect le plus important de l'expérience est la pertinence de l'information (73% très important et 12% plutôt important), suivie par l'auto-service des outils (80% au moins assez important) et le temps de réponse (79%). Le moins important est la courtoisie du personnel (61% au moins assez important).

**Satisfaction avec des attributs de l'expérience sur place** – Les visiteurs sont le plus satisfaits de l'aspect le plus important, la pertinence de l'information (68% plutôt satisfaits), suivie par les outils de libre-service (58%) et le temps de réponse (58%). Beaucoup de visiteurs sur place ont trouvé la connaissance du personnel et la courtoisie du personnel comme non pertinent pour eux, mais pour ceux qui l'ont trouvé pertinente, la satisfaction globale était élevée (46% de ceux qui ont évalué la satisfaction avec la courtoisie du personnel étaient plutôt satisfaits).

**Carte de l’importance versus la satisfaction** – La carte montre que les utilisateurs pensent que BAC fait un très bon travail sur les aspects importants de l'expérience, en particulier sur la pertinence des informations. La courtoisie du personnel et leurs connaissances apparaissent dans le coin inférieur gauche, mais cela est un peu injuste, étant donné que la plupart des gens ne voulaient pas évaluer leur satisfaction.

* **Facteurs clés** – L'analyse du facteur clé indique que la connaissance du personnel, le temps de réponse et la pertinence de l'information sont les facteurs les plus importants de la satisfaction globale.

Type d’information recherchée lors des visites des lieux

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION** – [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez visité Bibliothèque et Archives Canada?

Type d’information recherchée lors des visites des lieux - autres

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

|  |  |
| --- | --- |
| **Autres - spécifié** | **Fréquence**  **(n=66)** |
| Généalogies | 15,2 % |
| Archives de la Première Guerre Mondiale | 6,1 % |
| Juste visite portes ouvertes | 4,5 % |
| Liste des passagers d’un navire | 4,5 % |
| Juste regarder | 3,0 % |
| Informations de recensement | 1,5 % |
| CIP application | 1,5 % |
| Politiques | 1,5 % |
| Actes de séjour | 1,5 % |
| Les informations concernant de vieux parents travaillant dans des bureaux de poste | 1,5 % |

**QUESTION -** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez visité Bibliothèque et Archives Canada? (Autres spécifié)

**QUESTION –** [On site visitors ONLY] What type of information were you primarily looking for when you visited Library and Archives Canada?

**QUESTION –** [On site visitors ONLY] What type of information were you primarily looking for when you visited Library and Archives Canada? (Other specified)

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Comment obtenir l’information ou le service désiré

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Au début de ma visite, je savais comment obtenir l'information ou le service dont j'avais besoin.

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Emplacements physiques les plus récemment visités

**QUESTION** – [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Lequel des emplacements physiques suivants avez-vous visité le plus récemment pour accéder auxmatériaux de Bibliothèque et Archives Canada sur les lieux?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Source: Nanos Research, online survey of LAC clients, February to June 2016, n=1,119 LAC clients. WEBSITE USERS ONLY.

Emplacements physiques les plus récemment visités

|  |  |
| --- | --- |
| **Autres - Spécifié** | **Fréquence**  **(n=66)** |
| Aucun | 19,7 % |
| En Ligne | 9,1 % |
| Ontario | 7,6 % |
| Newfoundland/Halifax/New Brunswick | 4,5 % |
| Hors du pays | 3,0 % |
| CFB Shilo | 3,0 % |
| Montréal | 1,5 % |
| Alberta | 1,5 % |
| Autre | 1,5 % |
| Incertain | 1,5 % |

**QUESTION –** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Lequel des emplacements physiques suivants avez-vous visité le plus récemment pour accéder aux matériaux de Bibliothèque et Archives Canada sur les lieux?

Aide nécessaire pour trouver ce qui était recherché

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

**QUESTION –** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Avez-vous eu besoin de beaucoup, un peu, ou pas du tout d’aide afin de trouver ce que vous cherchiez ?

**QUESTION –** [On site visitors ONLY] How much help did you require to find what you needed?

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

Visiteurs sur les lieux – Importance vs. Satisfaction

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

Facteurs de satisfaction globale - visiteurs sur les lieux

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Nombre de répondants qui évaluent cet attribut** | **Corrélation\*** |
| Connaissance du personnel | 35 | 0,83 |
| Temps de réponse | 49 | 0,83 |
| Pertinence de l'information | 55 | 0,79 |
| Clarté de la communication | 49 | 0,76 |
| Outils libre-service | 56 | 0,71 |
| La courtoisie du personnel | 34 | 0,66 |

**\* Remarque: Une corrélation plus élevée est associée à une relation plus forte entre la façon dont les gens ont évalué BAC sur l'attribut et la satisfaction globale avec leur dernière interaction**

Importance accordée aux différents facteurs par les visiteurs des lieux

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +83,3 |
|  |
| +75,8 |
|  |
| +78,8 |
|  |
| +77.3 |
|  |
| +60.7 |
|  |
| +59,1 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance pour vous des facteurs suivants lorsque vous accédez aux services de Bibliothèque et Archives Canada.

Niveau de satisfaction des visiteurs des lieux

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=66 clients de BAC.

VISITEURS SUR LES LIEUX SEULEMENT

|  |
| --- |
| **Net Score** |
| +59,0 |
|  |
| +39,4 |
|  |
| +48,6 |
|  |
| +34,8 |
|  |
| +43,9 |
|  |
| +39,5 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Visiteurs des lieux SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction en ce qui concerne les énoncés suivants lors de votre dernière interaction avec Bibliothèque et Archives Canada.

**Expérience des utilisateurs de courrier, courriel ou formulaire Web**

Un total de 57 personnes a répondu au sondage après une interaction avec Bibliothèque et Archives Canada par courrier, par courriel ou par formulaire en ligne. La principale raison de l'interaction était d'accéder aux collections (39%) et pour obtenir / envoyer des formulaires ou le processus de reproduction (18%). Un nombre supplémentaire de 37% a contacté Bibliothèque et Archives Canada pour d'autres raisons.

* **L'importance des aspects de l'expérience** – La pertinence de l'information est l'aspect le plus important de l'expérience de l'accès aux services par courrier, courriel ou formulaire web. Presque tout le monde (91% très important et cinq pour cent important) qui a utilisé cette méthode a trouvé l’information très pertinente ou plutôt pertinente. Le prochain aspect le plus important est la facilité de demander une information (83% très important et 14% assez important) et la clarté de la communication (77% très important et 19% assez important).

**Satisfaction des aspects de l'expérience** – La satisfaction avec le courrier, courriel ou formulaire web est élevé, avec la plus grande satisfaction pour la clarté de la communication (79% au moins plutôt satisfaits) et la facilité de la demande (79%). La satisfaction avec la courtoisie du personnel était la plus basse, mais 18% estiment que ceci n'était pas pertinent pour eux.

* **Carte d’importance versus satisfaction** – La carte montre que les utilisateurs pensent que BAC fait un très bon travail à fournir des informations pertinentes pour ceux qui ont accès aux services par courrier, par courriel ou formulaires Web. En particulier, la facilité de la demande et la clarté de la communication sont importantes et ont des niveaux élevés de satisfaction. La courtoisie du personnel et leur connaissance sont des facteurs considérés moins importants et ont des niveaux inférieurs de satisfaction en raison des niveaux élevés de personnes qui considèrent ces derniers comme non pertinent.
* **Les facteurs clés -** L'analyse du facteur clé indique que la clarté des communications et de la pertinence de l'information sont les facteurs les plus importants de la satisfaction globale.

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=57 clients de BAC. CLIENTS À DISTANCE SEULEMENT

Type d’information recherchée par les clients “à distance”

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION** – [Clients “à distance” SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez contacté Bibliothèque et Archives Canada par courrier, courriel ou formulaire Web?

Type d’information recherchée par les clients “à distance” - autres

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=57 clients de BAC. CLIENTS À DISTANCE SEULEMENT

|  |  |
| --- | --- |
| **Autres - spécifié** | **Fréquence**  **(n=57)** |
| Généalogie | 10,5 % |
| Histoire | 8,8 % |
| Carte canadienne | 5,3 % |
| Référendum | 3,5 % |
| Data CIP | 1,8 % |
| Dossiers de logement | 1,8 % |
| Poste éducationnel | 1,8 % |
| Base de données des enfants d’accueil | 1,8 % |
| Listes de passagers des navires | 1,8 % |

**QUESTION** – [Clients “à distance” SEULEMENT] Quel type d'information cherchiez-vous principalement lorsque vous avez contacté Bibliothèque et Archives Canada par courrier, courriel ou formulaire Web? (Autre spécifié)

Clients par courrier, courriel ou formulaire web – Importance versus satisfaction

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Nombre de répondants évaluant cet attribut** | **Corrélation\*** |
| Clarté de la communication | 50 | 0,72 |
| Pertinence de l'information | 51 | 0,70 |
| Facilité à demander | 51 | 0,62 |
| La courtoisie du personnel | 44 | 0,58 |
| Temps de réponse | 50 | 0,52 |

**\* Remarque:** Une corrélation plus élevée est associée à une relation plus forte entre la façon dont les gens ont évalué BAC sur l'attribut et la satisfaction globale avec leur dernière interaction

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=57 clients de BAC. CLIENTS À DISTANCE SEULEMENT

Facteurs de satisfaction globale – clients “à distance”

Importance accordée à différents facteurs par les clients “à distance”

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=57 clients de BAC. CLIENTS À DISTANCE SEULEMENT

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +94,7 |
|  |
| +92,9 |
|  |
| +94,7 |
|  |
| +80,6 |
|  |
| +87,7 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION** – [Clients “à distance” SEULEMENT] Veuillez indiquer l'importance des facteurs suivants pour vous lorsque vous accédez aux services de Bibliothèque et Archives Canada.

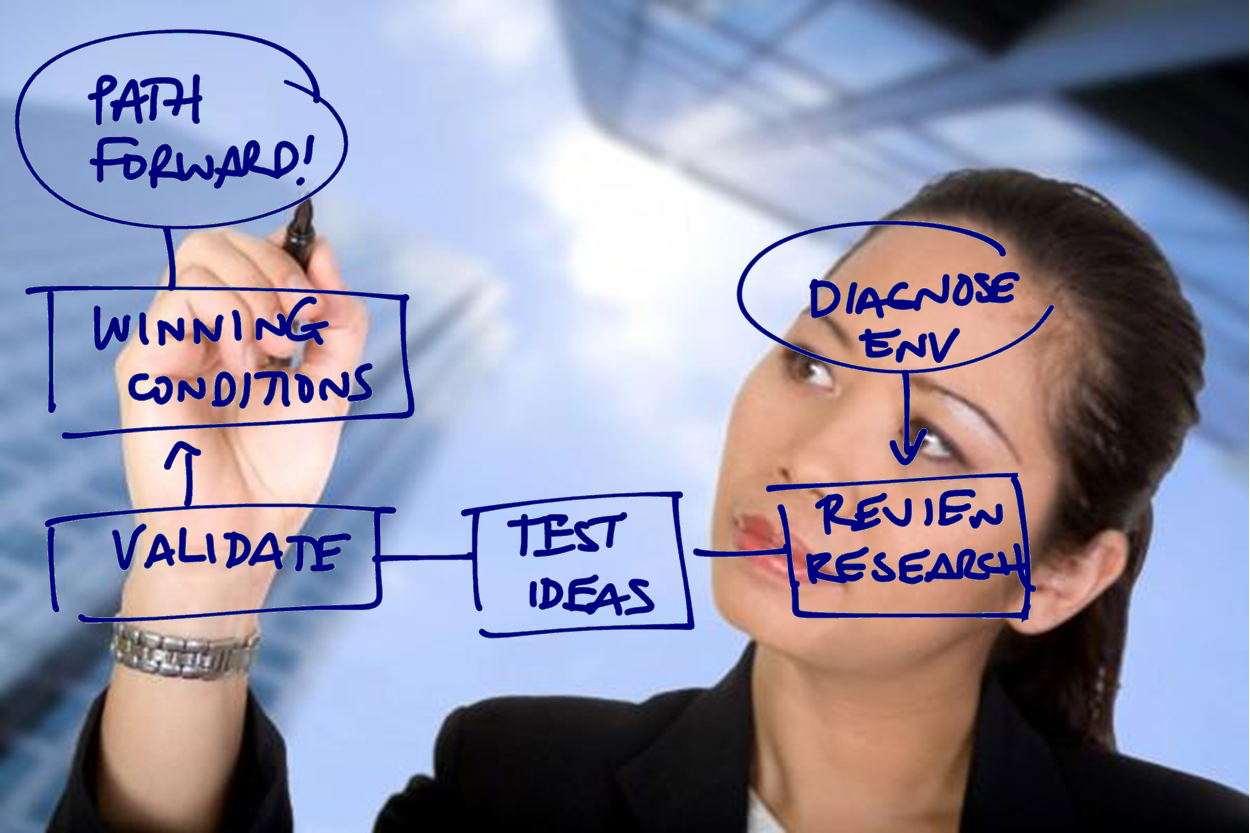
Niveau de satisfaction des clients “à distance”

Source : Nanos Research, sondage en ligne par les clients de BAC, février à juin 2016, n=57 clients de BAC. CLIENTS À DISTANCE SEULEMENT

|  |
| --- |
| **Score net** |
| +68,3 |
|  |
| +70,2 |
|  |
| +66,7 |
|  |
| +68,4 |
|  |
| +63,2 |

**\*Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondissements.**

**QUESTION –** [Clients “à distance” SEULEMENT] Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction en ce qui concerne les énoncés suivants lors de votre dernière interaction avec Bibliothèque et Archives Canada.



**Méthodologie**

**Methodology**

Méthodologie

Methodology

Nanos a mené un sondage en ligne sur le site Web de Bibliothèque et Archives Canada dans le cadre d’une étude quantitative auprès de 1,250 clients de Bibliothèque et Archives Canada entre février et juin 2016. Les répondants ont rempli le questionnaire en ligne grâce à un lien ouvert qui était disponible à travers une fenêtre contextuelle ou ont été dirigé vers le lien après une interaction avec Bibliothèque et Archives sur place, par téléphone ou par courrier/courriel.

La recherche fut commanditée par Bibliothèque et Archives Canada.

Note: Le total des pourcentages pourrait ne pas correspondre à la somme des composantes en raison des arrondis.

*À propos de Nanos*

Nanos est l’une des organisations de recherche et de stratégie les plus reconnues en Amérique du Nord. Notre équipe de professionnels est régulièrement appelée à livrer une intelligence supérieure et un avantage de marché soit en aidant à trouver le chemin à suivre, à gérer une réputation ou à comprendre les tendances qui mènent au succès. Nanos propose une palette exhaustive de services allant de petits mandats d’études de marché en passant par des analyses stratégiques et la planification de mission. Notre savoir-faire se fonde sur plus de 25 ans d’expérience dans l’interprétation des chiffres afin de les traduire en savoir et en information stratégique en réponse aux besoins de nos clients en matière d’affaires, de marketing, de relations publiques et de communication. Que ce soit pour la compréhension de votre marque ou de votre réputation, des besoins et de la satisfaction des clients, pour l'engagement des employés ou pour tester de nouvelles publicités ou de nouveaux produits, Nanos donne une vision stratégique fiable.

**Nik Nanos** FMRIA **Richard Jenkins**

Président, Nanos Research Group Vice-président, Nanos Research

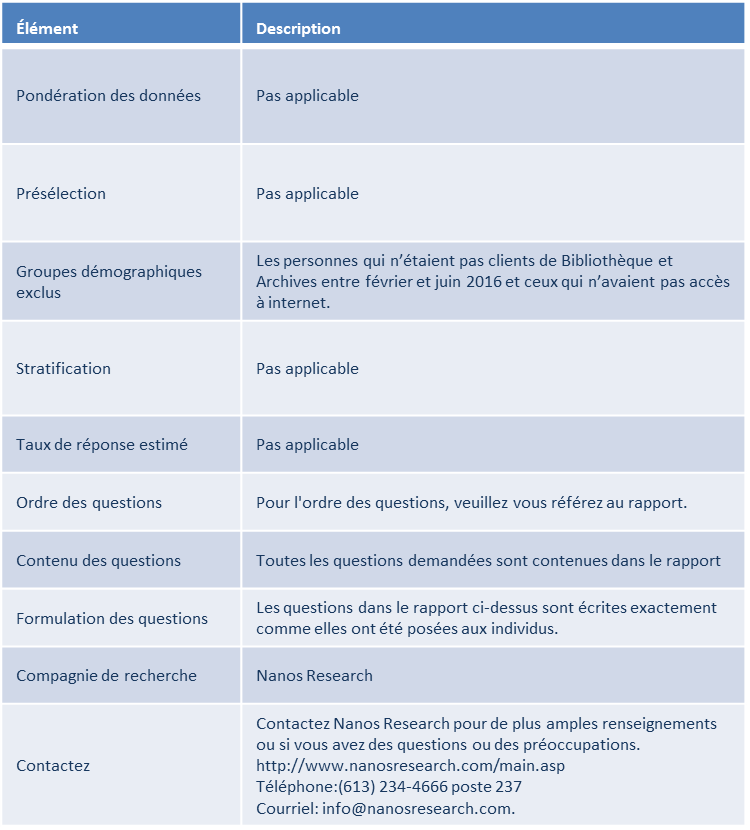
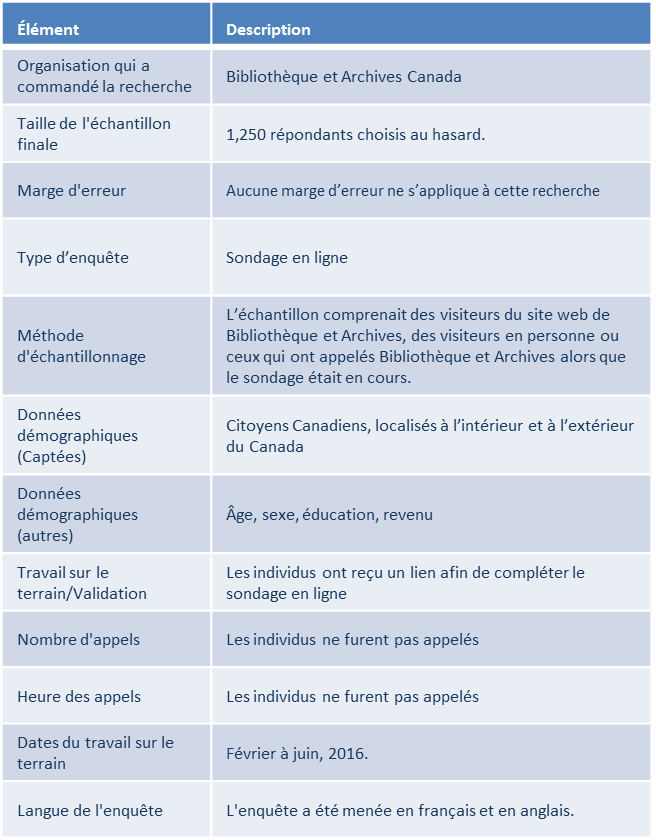
Ottawa (613) 234-4666 poste 237 Ottawa (613) 234-4666 poste 230

Washington DC (202) 697-9924 rjenkins@nanosresearch.com

nnanos@nanosresearch.com



Visionnez notre brochure



Note technique

|  |  |
| --- | --- |
| **Élément** | **Description** |
| Organisation qui a commandé la recherche | Bibliothèque et Archives Canada |
| Taille de l'échantillon finale | XXX clients de Bibliothèque et Archives Canada |
| Marge d'erreur | Ne s'applique pas |
| Type d’enquête | Sondage par XXX en ligne |
| Méthode d'échantillonnage | L’échantillon comprenait des visiteurs du site Web de Bibliothèque et Archives Canada. |
| Données démographiques (Captées) | Canada Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Colombie-Britannique; hommes et femmes; 18 ans et plus. Le code postal à six chiffres fut utilisé pour valider l’endroit géographique. |
| Données démographiques (autres) | Âge, sexe, éducation, revenu |
| Travail sur le terrain/Validation | Entrevues en direct administrées par des agents et sous supervision du travail afin d’être conformes au code déontologique de l’ARIM. |
| Nombre d'appels | Les individus n’ont pas été appelés. |
| Heure des appels | Les individus ont reçu les appels entre 12h et 17h30 et entre 18h30 et 21h30 selon l’heure locale du répondant. |
| Dates du travail sur le terrain | XX au XX, 2016. |
| Langue de l'enquête | L'enquête a été menée en français et en anglais. |



**Tabulations**

**Tabulations**