



## Étude de marché sur GCSurplus 2018 Rapport final

***Préparé pour : Services publics et Approvisionnement Canada***

Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives  
Numéro de contrat : EP510-182702/001/CY  
Valeur du contrat : 73 721,20 \$ (incluant la TVH)  
Date d'attribution du contrat : 31-01-2018  
Date de livraison : 20-06-2018

Numéro d'enregistrement : 087-17  
Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Services publics et Approvisionnement Canada :  
[tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

*This report is also available in English.*



## Études de marché sur GCSurplus 2018 Rapport final

*Préparé pour* : Services publics et Approvisionnement Canada  
Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives  
Juin 2018

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une série de sondages en ligne et d'entrevues en profondeur menées par Phoenix Strategic Perspectives pour le compte de Services publics et Approvisionnement Canada. L'étude de recherche s'est déroulée du 12 mars au 30 avril 2018.

This publication is also available in English under the title : 2018 GCSurplus Market Research

Direction générale des communications  
Services publics et Approvisionnement Canada  
Place du Portage, Phase III – Tour A  
16A1-11, rue Laurier  
Gatineau (Québec) K1A 0S5  
[tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:tpsgc.questions-questions.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

Numéro de catalogue :  
P103-11/1-2018E-PDF P103-11/1-2018E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :  
978-0-660-24681-9

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 087-17) :  
Numéro de catalogue P103-11/1-2018F-PDF (Rapport final) 978-0-660-24682-6

Sommaire Exécutif  
P103-11/2-2018F-PDF  
978-0-660-24684-0

*Les opinions exprimées dans le présent document sont celles du fournisseur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de Services publics et Approvisionnement Canada.*

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

L'information contenue dans cette publication ou ce produit peut être reproduite, en tout ou en partie, et par tout moyen, tel que stipulé dans la [Licence du gouvernement ouvert - Canada](#).

## **Table des matières**

Résumé.....	1
Introduction .....	7
Constatations détaillées .....	11
1. Clients de GCSurplus.....	12
Utilisation de GCSurplus .....	13
Évaluations de GCSurplus .....	23
Perceptions à l'égard des concurrents .....	31
Améliorations et suggestions .....	36
Profil des répondants .....	38
2. Non-clients .....	40
Utilisation des sites en ligne .....	40
Sensibilisation et impressions à l'égard de GCSurplus.....	46
Marketing et communications.....	52
Suggestions pour améliorer GCSurplus .....	56
Profil des répondants .....	57
3. Anciens clients .....	59
Annexe.....	61
Annexe 1 : Instruments de recherche quantitatifs.....	63
1a : Sondage auprès des clients actuels et des anciens clients .....	63
1b : Sondage auprès des non-clients .....	79
Annexe 2 : Instruments de recherche qualitatifs .....	87
2a : Guide d'entrevue.....	87
Annexe 3 : Tableau des données d'enquête .....	90

## Figures

Figure 1 : Utilisation de GCSurplus au cours des 12 derniers mois .....	12
Figure 2 : Temps passé en tant qu'utilisateur inscrit .....	13
Figure 3 : Source de sensibilisation au sujet de GCSurplus .....	14
Figure 4 : Facilité d'inscription à GCSurplus .....	15
Figure 5 : Motifs d'utilisation de GCSurplus .....	16
Figure 6 : Fréquence de connexion à GCSurplus au cours de l'année dernière .....	17
Figure 7 : Motif d'utilisation de GCSurplus.....	17
Figure 8 : Articles typiques recherchés sur GCSurplus.....	18
Figure 9 : Résultats des articles recherchés sur GCSurplus au cours de l'année dernière .....	19
Figure 10 : Nombre d'articles attribués au cours de la dernière année .....	20
Figure 11 : Mise à jour des renseignements sur les comptes dans la dernière année .....	22
Figure 12 : Satisfaction globale à l'égard de GCSurplus.....	23
Figure 13 : Difficultés d'utilisation de GCSurplus au cours de l'année dernière .....	24
Figure 14 : Satisfaction à l'égard de certains aspects de GCSurplus.....	25
Figure 15 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du processus d'enchères pour un article .....	26
Figure 16 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des détails du lot ou de la description des articles.....	26
Figure 17 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des photos d'articles.....	26
Figure 18 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la livraison d'articles .....	27
Figure 19 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du ramassage des articles.....	27
Figure 20 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la fonction de recherche des articles.....	28
Figure 21 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la durée de la période d'enchères.....	28
Figure 22 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des notifications par courriel de GCSurplus.....	28
Figure 23 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du coin de l'acheteur .....	29
Figure 24 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du paiement d'un article en ligne .....	29
Figure 25 : Perceptions de GCSurplus .....	30
Figure 26 : Probabilité de recommander GCSurplus .....	30
Figure 27 : Sites utilisés pour les achats en ligne dans les deux dernières années .....	31
Figure 28 : Qualités préférées des sites Web utilisés pour parcourir ou acheter des articles.....	32
Figure 29 : Comparaison de GCSurplus.....	33
Figure 30 : Raisons pour lesquelles les répondants estiment que GCSurplus est un meilleur site .....	34
Figure 31 : Raisons pour lesquelles les répondants estiment que GCSurplus est un moins bon site .....	35
Figure 32 : Caractéristiques que devrait éventuellement posséder GCSurplus.....	36
Figure 33 : Suggestions pour améliorer GCSurplus.....	37
Figure 34 : Âge des répondants .....	38
Figure 35 : Sexe des répondants.....	38
Figure 36 : Région des répondants.....	39
Figure 37 : Sites utilisés pour les achats en ligne .....	40

Figure 38 : Articles recherchés ou achetés en ligne .....	41
Figure 39 : Utilisation d’annonces classées et de sites d’enchères en ligne .....	42
Figure 40 : Motifs d’utilisation des sites de petites annonces ou d’enchères en ligne .....	42
Figure 41 : Qualités préférées des sites de petites annonces ou d’enchères en ligne .....	43
Figure 42 : Connaissance de GCSurplus.....	46
Figure 43 : Utilisation de GCSurplus.....	47
Figure 44 : Intérêt des non-utilisateurs de GCSurplus .....	48
Figure 45 : Probabilité pour les non-utilisateurs d’utiliser GCSurplus.....	49
Figure 46 : Raisons pour lesquelles les non-utilisateurs sont peu susceptibles d’utiliser GCSurplus.....	50
Figure 47 : Influence des nouveaux produits/services .....	52
Figure 48 : Préférence à l’égard des canaux de commercialisation .....	53
Figure 49 : Chaînes de médias sociaux préférées.....	53
Figure 50 : Canaux de publicité préférés .....	54
Figure 51 : Âge des répondants .....	57
Figure 52 : Sexe des répondants.....	57
Figure 53 : Région des répondants.....	58

## Résumé

---

GCSurplus.ca est la solution de commerce électronique du gouvernement du Canada pour la vente de biens excédentaires au nom des ministères fédéraux. GCSurplus.ca offre au public une plateforme bilingue, accessible, ouverte, équitable et transparente pour visualiser, placer une enchère et acheter des biens excédentaires du gouvernement tels que des véhicules, des avions, des navires et du mobilier de bureau par le biais d'un processus d'enchères fermé. Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) a chargé Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) de mener une étude de marché à l'appui des efforts de GCSurplus pour améliorer ses services.

Les objectifs de l'étude étaient les suivants : déterminer comment améliorer les services existants pour les rendre plus faciles et plus attrayants à utiliser, pour les acheteurs passés et actuels; mobiliser les utilisateurs potentiels afin de comprendre pourquoi ils n'utilisent pas actuellement les services; déterminer comment les inciter à utiliser le service ou leur vendre GCSurplus; établir une base de référence pour suivre et mesurer la portée et les impacts organisationnels d'une année à l'autre. Les résultats fournissent une rétroaction qui pourrait permettre de redéfinir différentes facettes de la prestation des services et de la gestion du programme de GCSurplus, ainsi que d'éclairer la conception d'une stratégie de marketing visant à promouvoir et à faire croître GCSurplus.

## Méthodologie

Pour atteindre ces objectifs, des recherches quantitatives et qualitatives ont été menées auprès de la population cible. La population cible incluait les intervenants suivants :

- Les utilisateurs actuels de GCSurplus, définis comme des utilisateurs inscrits qui ont utilisé le système au cours de l'année écoulée pour visualiser des marchandises, présenter une enchère ou faire un achat.
- Les anciens utilisateurs de GCSurplus, c'est-à-dire ceux qui se sont inscrits au système, mais qui ne l'ont pas utilisé au cours de la dernière année.
- Les non-utilisateurs, définis comme des Canadiens qui ne sont pas inscrits à GCSurplus et qui achètent des biens neufs et usagés sur des plateformes électroniques, comme Kijiji, Craigslist ou eBay.

Une recherche quantitative sous la forme d'un sondage en ligne a été menée auprès des utilisateurs actuels et des anciens utilisateurs de GCSurplus. Au total, 1 041 clients actuels et anciens de GCSurplus ont répondu à un sondage en ligne entre le 12 et le 26 mars 2018. Le taux de réponse a été de 29 %. Sur la base d'un échantillon de cette taille, les résultats du sondage peuvent être considérés comme précis à  $\pm 3,0 \%$ , 19 fois sur 20.

Dans le cas des non-utilisateurs, on a utilisé une approche mixte, qui comprenait un sondage en ligne ainsi que des entrevues individuelles. Une enquête par panel en ligne a été menée auprès de 1 013 Canadiens qui étaient membres du panel en ligne Maru/Matchbox et qui ont acheté ou pensé acheter les types de biens disponibles sur GCSurplus. Le taux de réponse a été de 64 %. Le volet en ligne du travail sur le terrain s'est déroulé du 22 au 26 mars 2018. Les résultats du sondage en ligne ne peuvent être généralisés à la population parce que l'échantillon du sondage est un échantillon non probabiliste.

Après le sondage en ligne, 20 entrevues téléphoniques individuelles ont été menées auprès de personnes qui avaient répondu au sondage en ligne (c.-à-d. des personnes qui n'utilisaient pas GCSurplus). Les entrevues ont duré environ 30 minutes et les participants ont reçu une indemnité de 50 \$. Le travail sur le terrain a été effectué au cours du mois d'avril 2018. Cette phase de l'étude était de nature qualitative et, à ce titre, les résultats fournissent une indication des points de vue des participants sur les questions examinées, mais ils ne peuvent être généralisés à l'ensemble de la population canadienne qui fait partie du grand public.

## Principales constatations

### Clients de GCSurplus

#### Utilisation de GCSurplus

Près de la moitié (47 %) des clients actuels ont entendu parler de GCSurplus pour la première fois par le bouche-à-oreille. Par ailleurs, près du quart (23 %) ont affirmé avoir appris l'existence de GCSurplus en effectuant une recherche sur Internet, tandis qu'un sur dix (10 %) l'a appris en naviguant sur les sites Web du gouvernement du Canada. Plus des trois quarts (77 %) des clients interrogés ont trouvé qu'il était facile de s'inscrire à GCSurplus, et la plupart des clients (76 %) qui ont consulté ou modifié les renseignements sur leur compte ont trouvé le processus facile, dont 51 % l'ont considéré comme très facile.

La grande majorité (92 %) utilise GCSurplus à des fins personnelles, tandis que près du quart (23 %) utilisent le site à des fins commerciales (réponses multiples acceptées). Lorsqu'on a demandé aux utilisateurs combien de fois ils se sont connectés à GCSurplus, 75 % ont déclaré l'avoir fait plus de 10 fois au cours de la dernière année. Ces clients étaient plus susceptibles de se connecter plusieurs fois par semaine (36 %) ou une fois par semaine (23 %) pour rechercher des produits sur le site. Cela dit, environ un sur cinq (19 %) a dit qu'il se connecte au moins une fois par jour. Pour ce qui est de l'utilisation de GCSurplus, la plupart des clients (88 %) se connectent de temps à autre pour consulter les nouveautés et quand ils ont besoin de quelque chose en particulier. Réciproquement, 12 % se connectent seulement lorsqu'ils cherchent quelque chose de particulier.

Même si les utilisateurs ont tendance à rechercher une grande variété d'articles sur GCSurplus, les articles les plus fréquemment mentionnés comprennent les voitures et les camions légers (59 %), les outils à main, l'équipement d'entretien et de réparation (54 %), les remorques (52 %), l'équipement des véhicules (50 %), les véhicules récréatifs (48 %), les bateaux et les navires (44 %). Parmi les clients interrogés, plus du tiers (36 %) se sont vu attribuer des articles au cours des 12 derniers mois, la majorité de ces clients (76 %) s'étant vu attribuer au moins deux articles. À l'autre extrémité du spectre, environ un quart (23 %) a affirmé n'avoir obtenu qu'un seul article.

#### Évaluations de GCSurplus

La majorité (72 %) des clients sont satisfaits de GCSurplus et une majorité encore plus grande (85 %) recommanderait GCSurplus à un ami ou à un collègue. La forte satisfaction globale a été soulignée par le fait que de nombreux clients interrogés ont également exprimé leur satisfaction à l'égard de divers aspects et différentes caractéristiques de

GCSurplus et que peu d'entre eux (9 %) ont eu de la difficulté à utiliser GCSurplus au cours de la dernière année.

La satisfaction est soutenue et répandue en ce qui concerne le processus de paiement en ligne (79 %), les notifications par courriel (75 %) et le coin de l'acheteur (74 %). De plus, environ sept utilisateurs sur dix sont satisfaits à l'égard de l'option de ramassage des articles adjudgés sur GCSurplus (69 %), de la capacité de rechercher des articles par mot-clé, emplacement, date d'affichage ou de clôture, selon le type (72 %), la durée de la période d'enchères (71 %) et les photos (70 %). Près des deux tiers sont satisfaits des détails ou de la description des lots (65 %) et du processus d'enchère (64 %). Un moins grand nombre, mais quand même une majorité de 59 %, est satisfait de la fréquence à laquelle de nouveaux articles deviennent disponibles dans les catégories d'intérêt. Exactement quatre utilisateurs sur dix (40 %) sont satisfaits de la livraison des articles alors que 19 % sont insatisfaits. De nombreux répondants (42 %) se considèrent au milieu de l'échelle de cinq points, ce qui indique l'indifférence (c.-à-d. qu'ils ne sont ni satisfaits ni insatisfaits) à l'égard de la livraison des articles.

### Perceptions à l'égard des concurrents et de GCSurplus

Les sites de petites annonces et d'enchères en ligne les plus utilisés par les clients pour chercher ou acheter des articles au cours des deux dernières années sont Kijiji (89 %) et eBay (73 %). En revanche, exactement un quart (25 %) a déclaré avoir utilisé pour rechercher ou acheter des articles dans les deux dernières années. Lorsqu'on a demandé aux répondants ce qu'ils aiment de ces sites, quatre sur cinq (81 %) ont indiqué la variété des marchandises disponibles à la vente. En outre, un peu plus de la moitié (56 %) ont mentionné qu'il est facile de trouver ce qu'ils cherchent et 46 % ont affirmé aimer la fonction de recherche.

Lorsqu'on leur a demandé de comparer ces sites à GCSurplus, un sur cinq (20 %) considérait que GCSurplus était meilleur que Kijiji, eBay et Craigslist et 28 % ont déclaré que GCSurplus ne faisait pas le poids. La majorité d'entre eux (52 %) ont attribué à GCSurplus la cote « équivalent » à Kijiji, eBay et Craigslist. Les clients qui ont affirmé que GCSurplus était meilleur que Kijiji, eBay ou Craigslist étaient plus susceptibles d'attribuer cette évaluation à leur perception voulant que la navigation dans GCSurplus était plus facile (20 %), plus fiable et digne de confiance (20 %) et présentait de meilleures photos et descriptions des articles (18 %). Les clients qui ont affirmé que GCSurplus était pire que Kijiji, eBay ou Craigslist étaient les plus susceptibles d'expliquer cette évaluation en évoquant le processus d'enchères, en particulier le fait qu'il est lent et aveugle (42 %). Par ailleurs, plus d'un quart des clients (27 %) ont affirmé que GCSurplus était pire que les autres sites parce qu'il manque de variété quant aux articles offerts à la vente.

### Améliorations et suggestions

On a demandé aux clients qui utilisent les services en ligne, comme les services bancaires en ligne, les achats en ligne ou le paiement de factures en ligne, si ces services ont des caractéristiques qui pourraient être intégrées à GCSurplus. Près de trois sur dix (28 %) estiment que ces services ont des caractéristiques qui devraient être prises en compte par GCSurplus. Plus précisément, un quart d'entre eux (25 %) a mentionné la visibilité des enchères comme une caractéristique à intégrer éventuellement à GCSurplus. Rappelons que l'enchère à l'aveugle était l'aspect de GCSurplus le plus souvent mentionné lorsqu'on a demandé aux répondants pourquoi GCSurplus est pire que les autres sites. Par ailleurs,

18 % des clients interrogés ont suggéré d'offrir plus d'options de livraison, un processus d'enchères amélioré comme eBay ou l'inclusion d'une option de paiement par PayPal.

## Non-Clients

### Utilisation des sites en ligne

Les sites les plus utilisés pour les achats en ligne par les panélistes en ligne sont Kijiji (80 %) et eBay (62 %). En revanche, relativement peu d'entre eux (18 %) ont recherché ou acheté des biens sur Craigslist dans les deux dernières années. Bien qu'une grande variété d'articles ait fait l'objet de recherches sur ces sites Web, les biens les plus fréquemment mentionnés comprennent le matériel informatique (41 %) ainsi que les articles et les accessoires de mode (40 %). Parmi les participants à l'entrevue, les types de biens achetés comprennent les voitures ou les camions, les outils, les meubles et les articles ménagers.

Pratiquement tous les panélistes interrogés (99 %) utilisent les petites annonces en ligne et les sites d'enchères pour leur intérêt personnel (réponses multiples acceptées). Peu d'entre eux ont déclaré qu'ils utilisent ces sites Web à des fins commerciales (5 %) ainsi que pour d'autres raisons (4 %) comme la location de propriétés ou la vente de biens. En outre, tous les participants aux entrevues ont affirmé qu'ils utilisaient Kijiji, eBay et Craigslist à des fins personnelles. Pour ce qui est de l'utilisation de ces sites, les deux tiers (67 %) des panélistes interrogés ont indiqué qu'ils ne se connectent que lorsqu'ils cherchent quelque chose de précis. Les autres, 33 %, se connectent de temps à autre pour consulter les nouveautés et quand ils ont besoin de quelque chose de particulier. De nombreux participants aux entrevues ont affirmé qu'ils utilisent ces sites fréquemment, alors que certains le font rarement ou seulement lorsqu'ils ont un besoin précis. Lorsqu'ils utilisent ces sites, les participants aux entrevues le font pour vérifier ou comparer les prix, pour vendre des biens ou pour rechercher des aubaines.

### Connaissances et impressions à l'égard de GCSurplus

Peu de panélistes (6 %) ont affirmé avoir entendu parler de GCSurplus. Réciproquement, la grande majorité (94 %) n'en avait pas entendu parler. Ceux qui connaissaient GCSurplus étaient les plus susceptibles d'en avoir entendu parler par le bouche-à-oreille, 42 % mentionnant par un ami ou un collègue. La majorité de ceux qui connaissent GCSurplus (62 %) n'a pas ouvert de session sur le site au cours de la dernière année. Ceux qui ont ouvert une session sont les plus susceptibles d'avoir navigué dans le site pour y trouver des articles seulement (37 %) plutôt que pour placer une enchère (5 %) ou se voir attribuer un article (2 %).

Les panélistes qui ne connaissaient pas GCSurplus ont reçu une brève description du site et ont été interrogés sur leur intérêt à l'égard de GCSurplus et sur la probabilité qu'ils utilisent le site dans les 12 prochains mois. En réponse, une majorité d'entre eux ont exprimé de l'intérêt à l'égard de GCSurplus (83 %) et se sont dit susceptibles d'utiliser le site dans les 12 prochains mois (74 %). Parmi les participants à l'entrevue, la plupart avaient une impression positive de GCSurplus. Ces impressions peuvent être attribuables à la perception que le site est simple à utiliser. Presque tous les répondants ont trouvé que GCSurplus était facile à utiliser et ont affirmé qu'ils l'utiliseraient probablement au cours des 12 prochains mois.

## Marketing et communications

Près de la moitié (47 %) des panélistes ont déclaré qu'ils seraient plus susceptibles de se fier à leur expérience personnelle pour déterminer s'il faut essayer un nouveau produit ou service. Par ailleurs, plus du tiers (37 %) se fient aux recommandations d'amis, de membres de la famille ou de collègues. Lorsqu'on leur a demandé comment ils préfèrent entendre parler de nouveaux produits ou services, la majorité (72 %) a choisi la publicité alors qu'environ le quart (23 %) préfère les médias sociaux. Les canaux publicitaires préférés sont les sites Web (65 %), la télévision (65 %) et les journaux (52 %). Parmi les médias sociaux, une forte majorité (82 %) préfère Facebook, tandis qu'un nombre beaucoup moins élevé préfère YouTube (22 %) et Twitter (20 %).

Les participants aux entrevues ont suggéré d'utiliser la publicité en ligne pour renseigner les Canadiens sur GCSurplus. L'utilisation des médias sociaux tels que Facebook, Twitter et Instagram a été souvent mentionnée comme moyen de promouvoir le site. Lorsqu'on leur a demandé quelles caractéristiques devraient être utilisées pour promouvoir GCSurplus, les participants ont recommandé de mettre l'accent sur des articles ou des biens intéressants et uniques offerts sur GCSurplus. La plupart étaient d'avis que les communications relatives à GCSurplus devraient promouvoir la variété des articles offerts sur le site et l'ensemble des catégories dans lesquelles les utilisateurs peuvent chercher et acheter.

## Conclusions et répercussions

Les résultats prètent à penser que les utilisateurs de GCSurplus étaient largement satisfaits du service. Dans l'ensemble, les perceptions étaient positives, la majorité exprimant sa satisfaction à l'égard du processus de paiement en ligne, des notifications par courriel, du coin de l'acheteur, de la fonction de recherche, de la durée de la période d'enchères, des photos et des descriptions des articles, ainsi que de l'option de ramassage des articles. En outre, les personnes exposées à GCSurplus dans le cadre de l'étude – celles qui n'étaient pas des clients - avaient généralement une impression positive du service. Elles estimaient que GCSurplus est simple et facile à utiliser et elles prévoient utiliser le site pour rechercher ou acheter des produits dans les 12 prochains mois.

Malgré ces évaluations positives, les participants à l'étude ont suggéré des améliorations. Afin d'accroître l'utilisation de GCSurplus par les clients actuels et potentiels dans l'avenir, les conclusions prètent à penser que SPAC aurait avantage à considérer ce qui suit : rendre le processus d'enchères plus ouvert et transparent en rendant les enchères visibles; établir une offre de départ plus basse ou n'indiquer aucune offre de départ minimale; offrir une option d'achat immédiat pour certains articles; offrir des options moins coûteuses pour la livraison en plus de rendre la livraison disponible pour un plus grand nombre d'articles qu'on trouve sur GCSurplus.

De plus, GCSurplus pourrait bénéficier d'efforts de promotion. Près de la moitié des clients actuels ont entendu parler de GCSurplus pour la première fois par le bouche-à-oreille et plusieurs participants aux entrevues se sont dits surpris d'apprendre qu'il existait un site comme celui-ci. Pour ce qui est de savoir où et comment annoncer GCSurplus, l'étude fournit une certaine orientation. En ce qui a trait aux *médias*, les médias traditionnels et numériques rejoindront les clients actuels et potentiels de GCSurplus. Cela dit, les participants à l'étude avaient tendance à mentionner la publicité en ligne et les médias sociaux, notamment Facebook, Twitter et Instagram.

En ce qui concerne le *message*, un bon point de départ pour SPAC pourrait consister à axer les efforts sur les caractéristiques uniques ou les forces perçues de GCSurplus. Comme l'indique l'étude, il est ici question notamment de la variété (et du caractère unique) des articles offerts sur le site, de la simplicité et de la convivialité du site Web et du fait qu'il s'agit d'un site appartenant au gouvernement. Dans un marché où les vendeurs en ligne n'ont pas tous bonne réputation, la fiabilité est une force clé de GCSurplus et une force qui le distingue des autres sites de petites annonces et d'enchères en ligne.

Déclaration de neutralité politique :

Je déclare par la présente, à titre de cadre supérieur de Phoenix Strategic Perspectives, que les produits livrables respectent toutes les exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution des marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



---

Alethea Woods  
Présidente  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

## Introduction

---

Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) a été mandaté par Services publics et Approvisionnement Canada (SPPC) pour mener une étude de marché à l'appui des efforts de GCSurplus pour améliorer ses services.

### Contexte et objectifs

GCSurplus est une organisation au sein de SPAC qui fournit au gouvernement du Canada des solutions de gestion des biens expertes et novatrices qui sont rentables, durables sur le plan environnemental, ouvertes, équitables et transparentes. GCSurplus a pour mandat de vendre les biens excédentaires des ministères et organismes fédéraux énumérés à l'article 2 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Les biens peuvent être achetés en ligne par l'entremise de GCSurplus.ca.

GCSurplus exploite neuf centres de vente répartis dans l'ensemble du pays afin de fournir un soutien et des conseils en matière d'aliénation des biens et de faciliter la vente de plus de 25 000 actifs chaque année répartis dans 40 catégories de marchandises. GCSurplus.ca est la solution de commerce électronique du gouvernement du Canada pour la vente de biens excédentaires au nom des ministères fédéraux. GCSurplus.ca offre au public une plateforme bilingue, accessible, ouverte, équitable et transparente pour visualiser, placer une enchère et acheter des biens excédentaires du gouvernement tels que des véhicules, des avions, des navires et du mobilier de bureau par le biais d'un processus d'enchères fermé.

Depuis le lancement de GCSurplus.ca en 2009, le programme a connu une croissance importante. En 2008, les ventes annuelles de GCSurplus se chiffraient à environ 20 millions de dollars. En 2013-2014, les ventes de GCSurplus avaient plus que doublé et, en 2016-2017, les ventes totales ont dépassé 57 millions de dollars. Actuellement, GCSurplus.ca attire 95 000 visiteurs (consultations du site) par semaine et compte plus de 97 000 comptes d'utilisateurs actifs inscrits.

Une recherche sur l'opinion publique a été menée afin de déterminer comment améliorer le service existant pour les utilisateurs passés et actuels, ainsi que la façon de mobiliser les utilisateurs potentiels. Les objectifs de la recherche étaient multiples :

- déterminer comment améliorer le service existant pour le rendre plus facile et plus attrayant à utiliser, pour les acheteurs passés et actuels;
- mobiliser les utilisateurs potentiels pour déterminer pourquoi ils n'utilisent pas encore le service, comment les inciter à l'utiliser ou promouvoir GCSurplus; et
- établir une base de référence pour suivre et mesurer la portée et les impacts organisationnels d'une année à l'autre.

Les résultats serviront peut-être à redéfinir différentes facettes de la prestation des services et du programme de GCSurplus, ainsi qu'à éclairer la conception d'une stratégie de marketing visant à promouvoir et à faire croître GCSurplus.

### Méthodologie

Pour atteindre les objectifs, des recherches quantitatives et qualitatives ont été menées auprès de la population cible. La population cible incluait :

- Les utilisateurs actuels de GCSurplus, définis comme des utilisateurs inscrits qui ont utilisé le système au cours de l'année écoulée pour visualiser des marchandises, présenter une enchère ou faire un achat.
- Les anciens utilisateurs de GCSurplus, c'est-à-dire ceux qui se sont inscrits au système, mais qui n'ont pas utilisé le système au cours de la dernière année.
- Les non-utilisateurs, définis comme des Canadiens qui ne sont pas inscrits à GCSurplus et qui achètent des biens neufs et usagés sur des plateformes électroniques, comme Kijiji, Craigslist ou eBay.

Une recherche quantitative sous la forme d'un sondage en ligne a été menée auprès des utilisateurs actuels et des anciens utilisateurs de GCSurplus. Dans le cas des non-utilisateurs, on a utilisé une approche mixte, qui comprenait un sondage en ligne ainsi que des entrevues individuelles.

Toutes les étapes du projet étaient conformes aux normes de l'industrie des études de marché, y compris celles de l'ARIM, et aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada.

### Recherche quantitative

Un sondage en ligne a été mené auprès des clients actuels et des anciens clients de GCSurplus à partir d'une base de données de clients de GCSurplus. Disponible dans les deux langues officielles, le sondage a été publié en ligne du 12 au 26 mars 2018. Sur les 4 421 utilisateurs inscrits à GCSurplus invités à répondre au sondage, 1 041 ont répondu, ce qui représente un taux de réponse de 29 %. Le taux de réponse a été calculé à l'aide de la formule décrite dans les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada (sondages en ligne).

<b>Taille de l'échantillon total</b>	<b>4 421</b>
<b>Non résolu (U)</b>	<b>3 238</b>
Invitations par courriel renvoyées	100
Invitations par courriel demeurées sans réponse	3 138
<b>Unités admissibles non répondantes (IS)</b>	<b>156</b>
À l'extérieur du bureau pendant la période sur le terrain	30
N'est plus en poste	2
Ne pas contacter/supprimer de la liste	124
<b>Unités répondantes (R)</b>	<b>1 370</b>
Sondages remplis	1 041
Sondages partiellement remplis	242
Disqualifié - quota rempli	77
Disqualifié - licencié	10
Taux de réponse = $R/(U+IS+R)$	<b>29 %</b>

Sur la base d'un échantillon de cette taille, les résultats de l'enquête peuvent être considérés comme précis à  $\pm 3\%$ , 19 fois sur 20. Des courriels de rappel ont été envoyés aux clients qui ont tardé à répondre au sondage.

En plus du sondage en ligne auprès des utilisateurs inscrits à GCSurplus, un sondage par panel en ligne a été mené auprès de 1 013 Canadiens qui étaient membres du panel en ligne de Maru/Matchbox. L'objectif était de cibler les panélistes qui achetaient ou pensaient acheter les types de biens offerts sur GCSurplus. Le sondage était disponible dans les deux

langues officielles et le taux de réponse a été de 64 p. 100. Le taux de réponse a été calculé à l'aide de la formule décrite dans les Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada (sondages en ligne).

<b>Taille de l'échantillon total</b>	<b>4 915</b>
<b>Non résolu (U)</b>	<b>2 020</b>
Invitations par courriel renvoyées	0
Invitations par courriel demeurées sans réponse	2 020
<b>Unités admissibles non répondantes (IS)</b>	<b>0</b>
<b>Unités répondantes (R)</b>	<b>3 575</b>
Sondages remplis	1 013
Sondages partiellement remplis	1 972
Disqualifié - quota rempli	756
Disqualifié - licencié	847
Taux de réponse = $R/(U+IS+IS+R)$	<b>64 %</b>

Les travaux en ligne se sont déroulés du 22 au 26 mars 2018. Les résultats du sondage en ligne ne peuvent pas être généralisés à la population des Canadiens en ligne qui utilisent des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne parce que l'échantillon de l'enquête est un échantillon non probabiliste.

### Recherche qualitative

Après le sondage en ligne, 20 entrevues téléphoniques individuelles ont été menées auprès de personnes qui avaient répondu au sondage en ligne (c.-à-d. des personnes qui n'utilisaient pas GCSurplus). Les entrevues ont duré environ 30 minutes et se sont déroulées en français ou en anglais. Les participants ont reçu une indemnité de 50 \$ en guise d'appréciation de leur temps. Le travail sur le terrain a été effectué au cours du mois d'avril 2018. Cette phase de l'étude était de nature qualitative et, à ce titre, les résultats fournissent une indication des points de vue des participants sur les questions examinées, mais ils ne peuvent pas être généralisés à l'ensemble des Canadiens en ligne qui utilisent des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne.

### Notes au lecteur

- Le rapport est organisé selon l'utilisation de GCSurplus, les clients actuels, suivis des non-clients et des anciens clients.
- En ce qui concerne les non-clients, les résultats sont organisés par thème, les résultats du sondage en ligne et des entrevues en profondeur étant intégrés dans chaque section. Pour aider le lecteur à distinguer clairement les résultats qualitatifs des résultats quantitatifs, les résultats de l'enquête sont présentés en premier et sont suivis des résultats de l'entrevue en profondeur.
- En ce qui concerne les résultats de la recherche quantitative :
  - Tous les résultats sont exprimés sous forme de pourcentage, sauf indication contraire.
  - Les chiffres ayant été arrondis, il se peut que la somme des pourcentages ne totalise pas 100.
  - Parfois, le nombre de répondants change dans le rapport parce qu'on a posé des questions à des sous-échantillons de la population du

sondage. Le lecteur en est donc averti et doit faire preuve de prudence lorsqu'il interprète les résultats fondés sur un nombre moindre de répondants.

- Les différences démographiques et d'autres sous-groupes sont indiqués dans le rapport. Dans la déclaration des variations des sous-groupes, le rapport ne traite que des différences qui sont significatives à un niveau de confiance de 95 % ou qui se rapportent à l'échantillon d'un sous-groupe de plus de 30 individus.
- En ce qui concerne les résultats de la recherche qualitative :
  - Cette recherche était de nature qualitative et non quantitative. Ainsi, les résultats donnent une indication des points de vue des participants sur les questions examinées, mais ils ne peuvent pas être généralisés à l'ensemble de la population des Canadiens en ligne qui utilisent des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne.

## **Constatations détaillées**

---

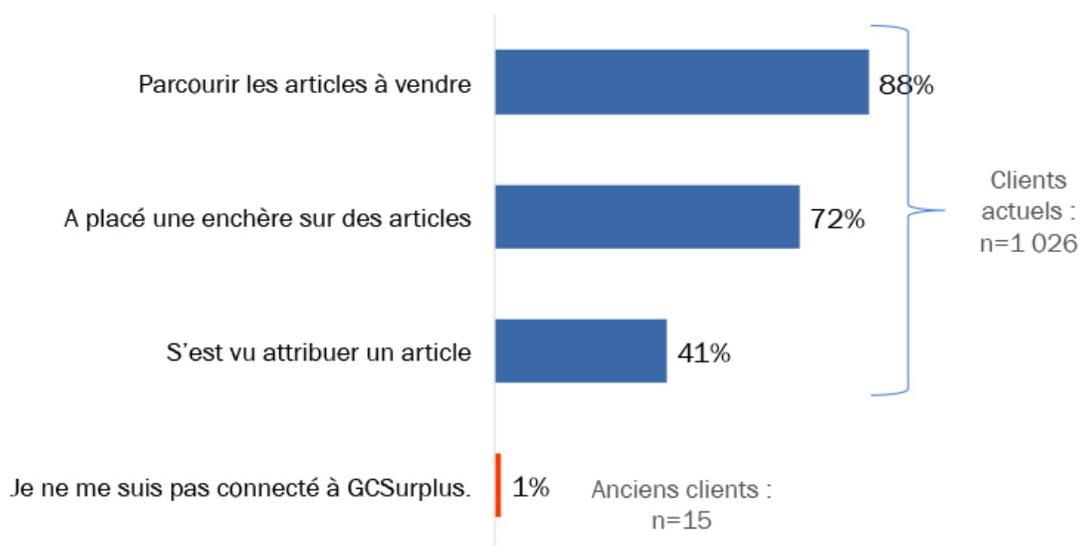
## 1. Clients de GCSurplus

Cette section présente les résultats de l'enquête en ligne auprès des utilisateurs inscrits de GCSurplus.

### Presque tous les utilisateurs inscrits à l'enquête ont ouvert une session dans GCSurplus au cours de la dernière année.

Presque tous les utilisateurs inscrits de GCSurplus qui ont participé à la recherche se sont connectés à GCSurplus dans les 12 derniers mois. Sur les 1 041 utilisateurs inscrits qui ont répondu au sondage, 1 026 étaient des clients actifs ou actuels. Plus précisément, 88 % avaient recherché des articles à vendre, 72 % avaient placé une enchère et 41 % s'étaient vu attribuer un article. Seulement 15 répondants ont affirmé qu'ils n'avaient pas ouvert de session dans GCSurplus et ont été classés comme anciens clients aux fins de la présente recherche.

Figure 1 : Utilisation de GCSurplus au cours des 12 derniers mois



Scr3. En vous reportant à votre utilisation de GCSurplus dans les 12 derniers mois, lequel des éléments suivants s'applique à votre situation.....

Référence : Tous les répondants; n=1 041. [Réponses multiples acceptées.]

À l'échelle régionale, les clients de l'Ouest étaient plus susceptibles d'avoir placé une enchère (77 %) que les clients du Canada atlantique (69 %) et les plus susceptibles de s'être vu attribuer un article (48 % contre 33 % des clients du Québec, 39 % en Ontario et 40 % dans les provinces de l'Atlantique).

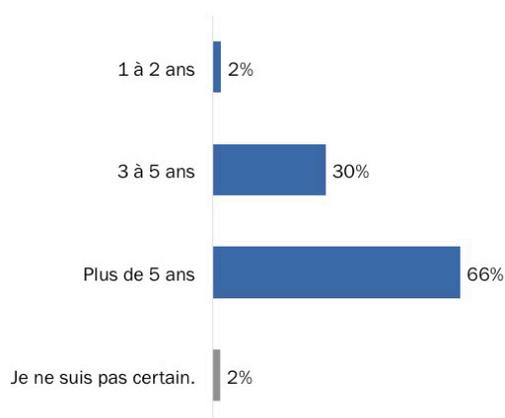
Le reste de cette section présente les constatations relatives aux clients actuels de GCSurplus - ceux qui ont utilisé GCSurplus dans les 12 derniers mois. Pour les constatations relatives aux anciens clients - ceux qui n'ont pas utilisé GCSurplus au cours des 12 derniers mois - veuillez vous reporter à la [section 3](#) : Anciens clients.

## Utilisation de GCSurplus

**Les deux tiers des clients actuels sont des utilisateurs inscrits depuis plus de 5 ans.**

La grande majorité des clients interrogés sont inscrits à GCSurplus depuis au moins trois ans. Plus précisément, les deux tiers (66 %) sont inscrits depuis plus de cinq ans et trois sur dix (30 %) depuis trois à cinq ans. Très peu de clients (2 %) sont inscrits depuis moins de trois ans.

Figure 2 : Temps passé en tant qu'utilisateur inscrit



Q2. Depuis combien de temps êtes-vous un utilisateur inscrit de GCSurplus?

Référence : Clients actuels; n=1 026.

La probabilité d'être un utilisateur inscrit de GCSurplus depuis plus de cinq ans est plus élevée chez les personnes âgées de 55 ans et plus (69 %) que chez les personnes âgées de 35 à 54 ans (62 %).

### Les clients actuels sont plus susceptibles d'avoir appris l'existence de GCSurplus par le bouche-à-oreille.

Près de la moitié des clients interrogés (47 %) ont appris l'existence de GCSurplus par le bouche-à-oreille. Par ailleurs, près du quart (23 %) ont affirmé avoir appris l'existence de GCSurplus par le biais d'une recherche sur Internet, tandis qu'un sur dix (10 %) l'a appris en naviguant sur les sites Web du gouvernement du Canada.

Figure 3 : Source de sensibilisation au sujet de GCSurplus



Q1. Comment avez-vous entendu parler de GCSurplus pour la première fois?  
Référence : Clients actuels; n=1 026.

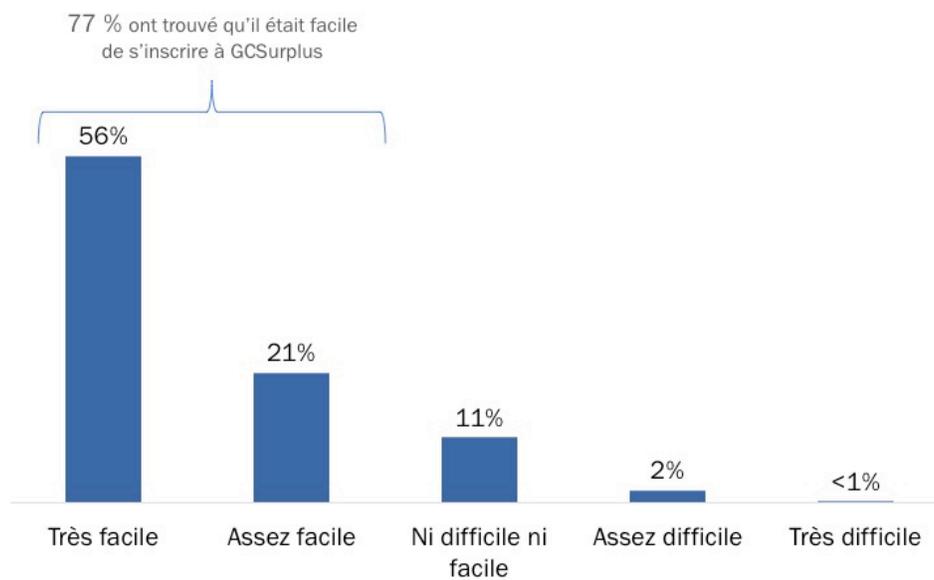
Sept pour cent des clients de GCSurplus ont indiqué une autre source et 1 % ont entendu parler de GCSurplus par l'entremise des avis de leur ministère ou organisme. Onze pour cent des répondants ne se souvenaient pas de la façon dont ils ont appris l'existence de GCSurplus.

Les clients situés au Québec (31 %) et ceux âgés de 35 à 54 ans (27 % par rapport à 21 % des clients âgés de 55 ans et plus) étaient plus susceptibles d'avoir entendu parler de GCSurplus par le biais d'une recherche sur Internet.

### Plus des trois quarts ont affirmé qu'il était facile de s'inscrire à GCSurplus.

La plupart des clients (77 %) ont trouvé qu'il était facile de s'inscrire à GCSurplus, et plus de la moitié (56 %) ont affirmé que c'était très facile. Ceux qui n'ont pas trouvé cela facile étaient plus susceptibles d'être neutres (11 %) que d'affirmer qu'il était difficile (3 %) de s'inscrire à GCSurplus.

Figure 4 : Facilité d'inscription à GCSurplus



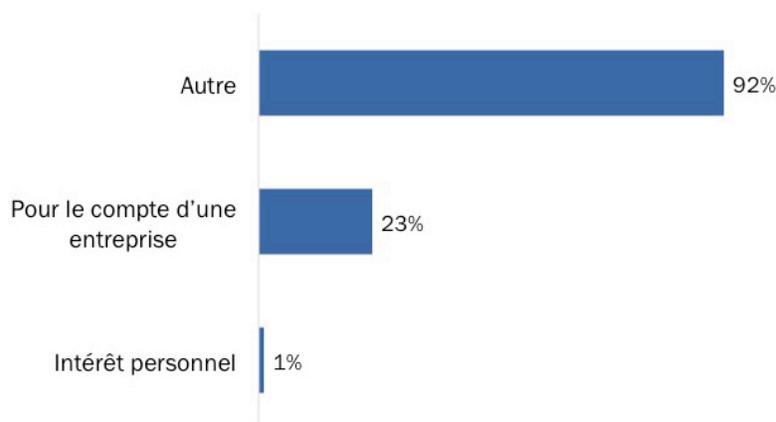
Q3. A-t-il été facile ou difficile de s'inscrire à GCSurplus?  
Référence : Clients actuels; n=1 026. Je ne me rappelle pas : 10 %.

Sur les 22 clients qui ont eu de la difficulté à s'inscrire, huit répondants ont affirmé qu'on leur demandait trop d'information et cinq ont affirmé avoir de la difficulté à lire ou à comprendre les consignes d'inscription. Trois répondants ont eu de la difficulté à choisir un mot de passe. D'autres questions ou problèmes ont été cernés par les répondants célibataires.

### La grande majorité des répondants utilisent GCSurplus pour des raisons personnelles.

La grande majorité (92 %) des clients ont déclaré avoir utilisé GCSurplus à des fins personnelles. De plus, près du quart (23 %) a affirmé l'avoir fait au nom d'une entreprise ou d'une autre organisation.

Figure 5 : Motifs d'utilisation de GCSurplus



Q5. Pour laquelle des raisons suivantes avez-vous utilisé GCSurplus? [Réponses multiples acceptées.]  
Référence : Clients actuels; n=1,026.

Les clients du Québec (89 %) étaient moins susceptibles que ceux de l'Ontario (95 %) d'avoir utilisé GCSurplus à des fins personnelles.

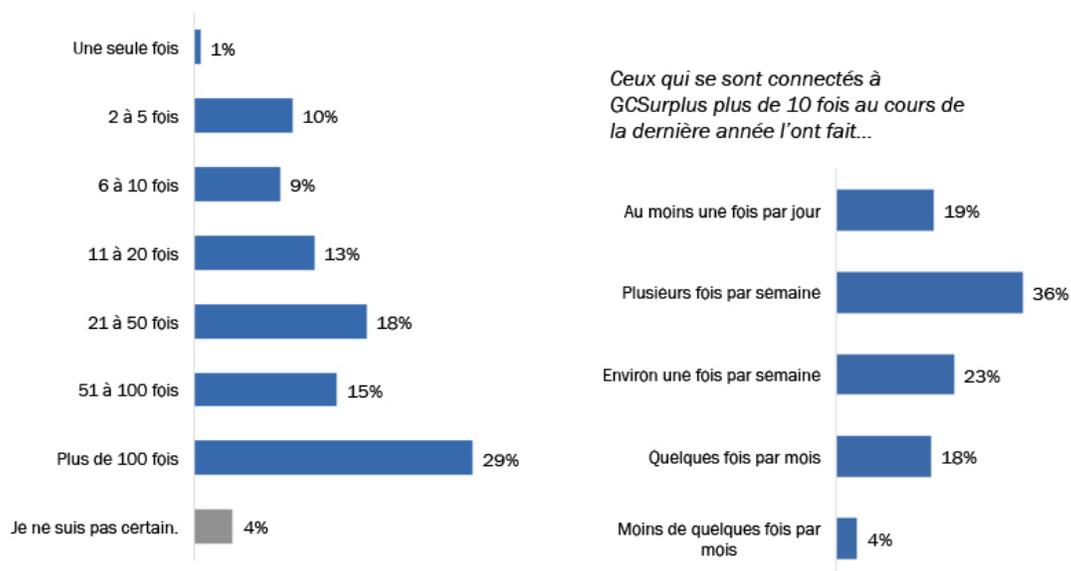
### La fréquence d'utilisation varie, mais la plupart des répondants à l'enquête sont des utilisateurs fréquents.

Lorsqu'on a demandé aux clients combien de fois ils se sont connectés à GCSurplus au cours de la dernière année, un sur cinq (20 %) a répondu qu'il l'a fait entre une et dix fois. Par contre, les trois quarts des clients ont ouvert une session plus de 10 fois au cours de la dernière année, y compris 29 % qui ont déclaré l'avoir fait à plus d'une centaine de reprises.

Parmi les clients qui se connectent fréquemment (n=820), environ un sur cinq (19 %) se connecte une fois par jour, 36 % plusieurs fois par semaine et 23 % environ une fois par semaine. Au total, donc, plus des trois quarts (78 %) des clients utilisent GCSurplus au moins une fois par semaine. À l'autre extrémité du spectre, 18 % utilisent GCSurplus quelques fois par mois et 4 % l'utilisent moins que quelques fois par mois.

Les clients âgés de 55 ans et plus ont tendance à être des utilisateurs plus fréquents de GCSurplus.

Figure 6 : Fréquence de connexion à GCSurplus au cours de l'année dernière



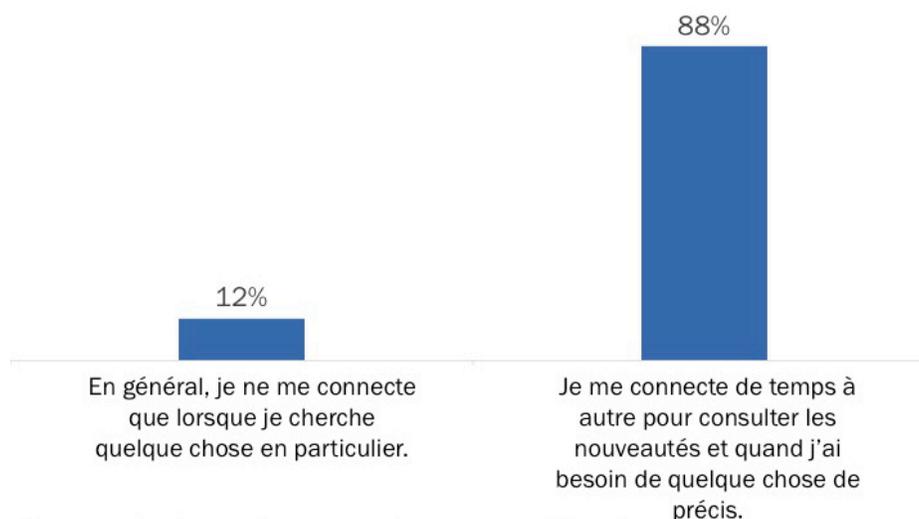
Q6. Au cours de la dernière année, combien de fois vous êtes-vous connecté à GCSurplus pour rechercher sur le site des produits qui vous intéressent? Référence : Clients actuels; n=1 026.

Q7. En moyenne, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez GCSurplus? Référence : Clients qui se sont connectés plus de 10 fois; n=820.

**La plupart des clients se connectent périodiquement et lorsqu'ils cherchent quelque chose en particulier.**

La plupart des clients (88 %) se connectent de temps à autre pour découvrir les nouveautés et quand ils cherchent quelque chose de précis. Réciproquement, environ un sur 10 (12 %) se connecte seulement lorsqu'il cherche quelque chose de précis.

Figure 7 : Motif d'utilisation de GCSurplus



Q8. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux la raison pour laquelle vous utilisez GCSurplus? Référence : Clients actuels; n=1 026.

Les clients vivant en milieu rural (90 %) étaient plus susceptibles de n’ouvrir une session que lorsqu’ils cherchaient quelque chose de nouveau ou de particulier que ceux vivant en milieu urbain (86 %).

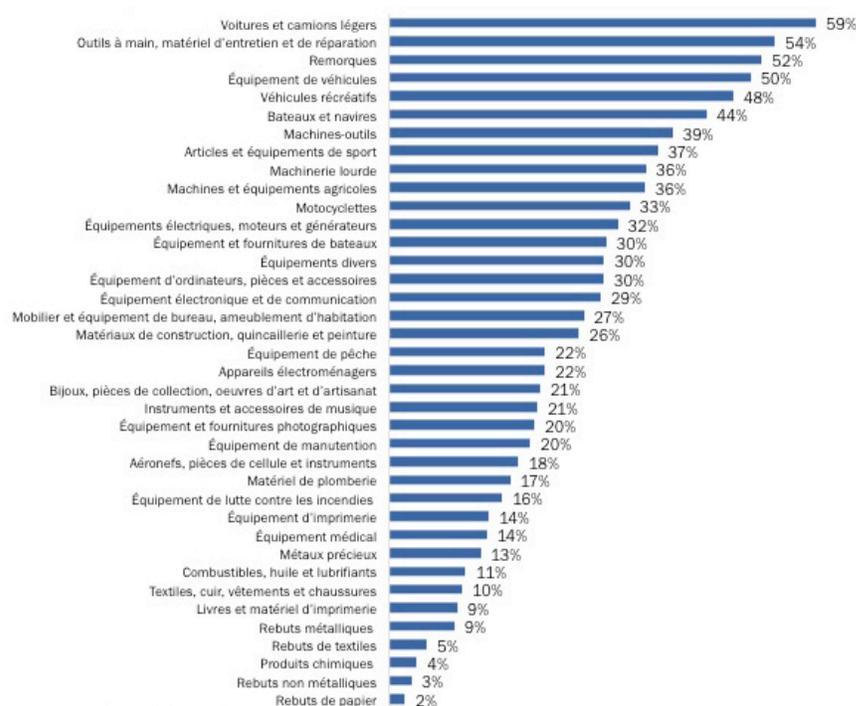
### Large éventail d’articles recherchés sur GCSurplus

On a demandé aux clients de préciser le type d’articles qu’ils ont tendance à rechercher dans GCSurplus. Les principaux articles recherchés sont les suivants :

- Automobiles et camions légers (59 %)
- Outils à main, matériel d’atelier d’entretien et de réparation (54 %)
- Remorques (52 %)
- Équipement de véhicule, pièces et accessoires, pneus et chambres à air (50 %)
- Véhicules récréatifs (48 %)
- Bateaux et navires (44 %).

Plus de quatre clients sur dix cherchent ces articles sur GCSurplus.

Figure 8 : Articles typiques recherchés sur GCSurplus



Q9. Quel type d’articles avez-vous tendance à rechercher sur GCSurplus? [Réponses multiples acceptées.]  
Référence : Clients actuels; n=1 026.

Le tableau suivant présente une ventilation des articles consultés, des enchères et des marchés attribués au cours de la dernière année.

Figure 9 : Résultats des articles recherchés sur GCSurplus au cours de l'année dernière

Catégories	Vus	Enchères placées	Attribués
Motocyclettes [n=343].	68 %	16 %	1 %
Équipement de pêche [n=223].	64 %	18 %	2 %
Métaux précieux [n=130].	61 %	13 %	4 %
Équipement de plomberie [n=173].	61 %	13 %	10 %
Textiles, cuir, vêtements et chaussures [n=105].	60 %	9 %	12 %
Articles et équipement de sport [n=108].	59 %	28 %	4 %
Instruments et accessoires de musique [n=211].	59 %	20 %	7 %
Bateaux et navires [n=452].	59 %	29 %	2 %
Livres et équipement d'imprimerie [n=97].	58 %	15 %	7 %
Machinerie lourde [n=366].	57 %	27 %	7 %
Remorques [n=531].	56 %	30 %	4 %
Aéronefs, pièces de cellule et instruments [n=184].	55 %	19 %	14 %
Équipement et fournitures pour bateaux [n=310].	54 %	27 %	7 %
Équipement de lutte contre les incendies [n=162].	54 %	22 %	8 %
Équipement de véhicule [n=515].	53 %	29 %	7 %
Matériaux de construction, quincaillerie et peinture [n=270].	53 %	26 %	6 %
Rebuts de papier [n=23*].	52 %	4 %	13 %
Rebuts non métalliques [n=33*].	52 %	6 %	9 %
Rebuts métalliques [n=93].	52 %	20 %	9 %
Bijoux, pièces de collection, oeuvres d'art et d'artisanat [n=215].	52 %	25 %	11 %
Équipement électrique, moteurs et générateurs [n=326].	52 %	24 %	10 %
Équipement d'ordinateurs, pièces et accessoires [n=305].	52 %	26 %	13 %
Appareils électroménagers [n=223].	51 %	26 %	10 %
Produits chimiques [n=39*].	51 %	13 %	3 %
Véhicules récréatifs [n=490].	50 %	36 %	4 %
Équipement médical [n=139].	50 %	19 %	11 %
Matériel et fournitures photographiques [n=208].	49 %	26 %	11 %
Machines-outils [n=404].	49 %	33 %	7 %
Équipement divers [n=307].	48 %	24 %	12 %
Automobiles et camions légers [n=608].	47 %	32 %	14 %
Équipement de manutention [n=202].	46 %	27 %	9 %
Combustibles, huile et lubrifiants [n=109].	46 %	20 %	14 %
Rebuts textiles [n=55*].	45 %	22 %	18 %
Matériel électronique et de communication [n=301].	44 %	29 %	13 %
Mobilier et équipement de bureau, ameublement d'habitation	43 %	23 %	24 %

[n=282].			
Machines et équipements agricoles [n=365].	42 %	35 %	11 %
Équipement d'imprimerie [n=143].	40 %	24 %	22 %
Outils à main, matériel d'entretien et de réparation [n=550].	39 %	39 %	14 %

Q10. Au cours de la dernière année, avez-vous placé des enchères sur des articles des catégories suivantes ou obtenu ces articles? [Réponses multiples acceptées.]

Référence : Clients actuels qui recherchaient l'un de ces articles; n=1 026.

\*Faire preuve de prudence dans l'interprétation en raison du petit nombre de répondants.

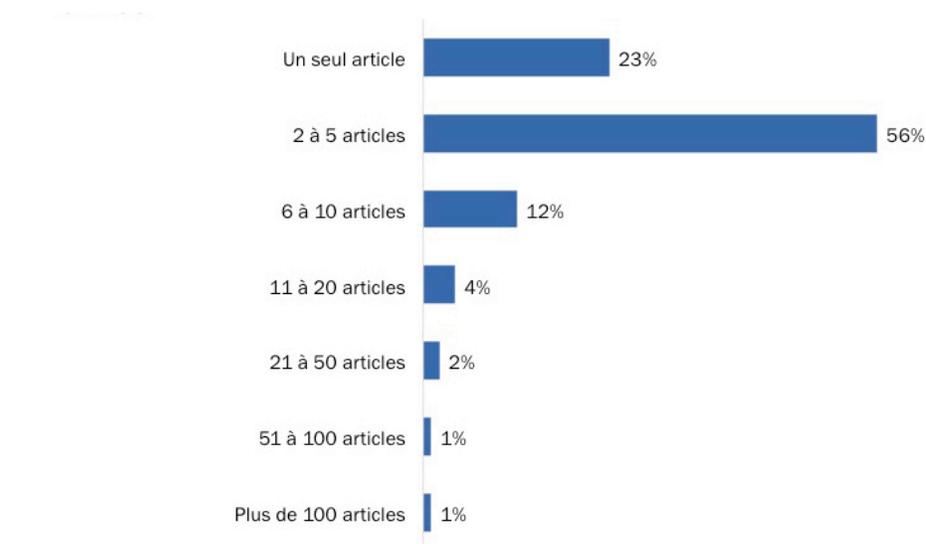
Les motocyclettes (68 %) et l'équipement de pêche (64 %) ont été les articles les plus consultés par les clients au cours de la dernière année. Par contre, les outils à main, l'entretien et l'équipement de réparation ont été vus par la plus petite proportion de clients, même si ceux qui ont consulté ces produits étaient susceptibles de placer des enchères également (39 % ont consulté, 39 % ont placé une enchère). Les articles de GCSurplus qui ont attiré le plus grand nombre d'enchères comprennent les suivants :

- Outils à main, équipement d'atelier d'entretien et de réparation (39 %)
- Véhicules récréatifs (36 %)
- Machines et équipements agricoles (35 %)
- Machines-outils (33 %)
- Voitures et camions légers (32 %).

### La plupart des clients se sont vu attribuer au moins deux articles au cours de la dernière année.

La plupart des clients (76 %) se sont vu attribuer au moins deux articles au cours de la dernière année, et la majorité d'entre eux ont indiqué qu'ils avaient obtenu de deux à cinq articles. À l'autre extrémité du spectre, 23 % des clients ne se sont vu attribuer qu'un seul article.

Figure 10 : Nombre d'articles attribués au cours de la dernière année



Q11. En vous reportant aux 12 derniers mois, environ combien d'articles vous ont été attribués par GCSurplus?

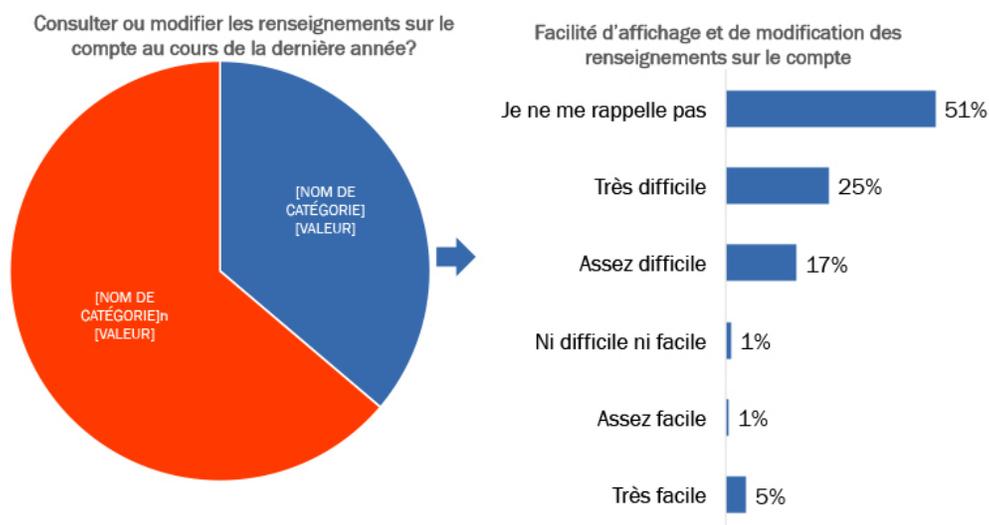
Référence : Clients à qui on a attribué des articles; n=365.



## Facilité de consultation ou de modification des renseignements sur le compte

Près du tiers (32 %) des clients s'est connecté à GCSurplus pour consulter ou modifier les renseignements sur leur compte au cours de la dernière année. Les clients qui ont consulté ou modifié les renseignements sur leur compte (n=328) ont trouvé le processus très facile (51 %) ou assez facile (25 %). Peu d'entre eux (2 %) ont eu de la difficulté à mettre à jour les renseignements sur leur compte.

Figure 11 : Mise à jour des renseignements sur les comptes dans la dernière année



Q17. Au cours de la dernière année, avez-vous ouvert une session dans GCSurplus pour consulter ou modifier les renseignements sur votre compte? Référence : Tous les répondants; n=1 026. [Je ne suis pas certain : 12 %]

Q18. A-t-il été facile ou difficile de consulter ou de modifier les renseignements sur votre compte? Référence : Répondants qui ont consulté/modifié des renseignements sur leur compte; n=328.

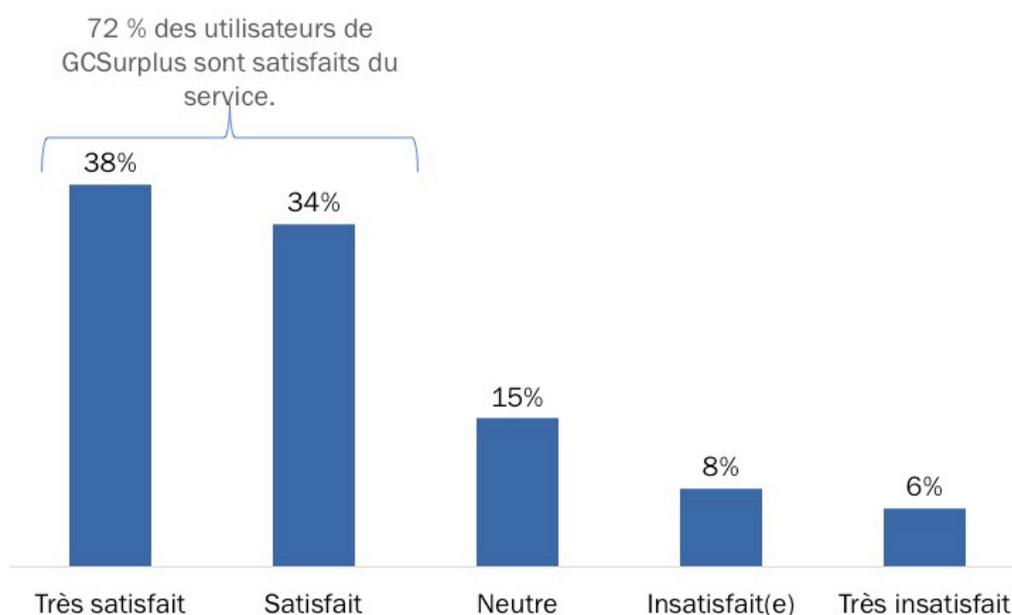
## Évaluations de GCSurplus

### Sept clients sur dix sont satisfaits de GCSurplus.

La majorité (72 %) des clients sont satisfaits de GCSurplus. Plus précisément, 38 % sont très satisfaits et 34 % sont moyennement satisfaits. Ceux qui ne sont pas satisfaits de GCSurplus étaient également susceptibles d'être neutres (15 %) ou insatisfaits (14 %).

Par comparaison aux clients âgés de 35 à 54 ans, ceux âgés de 55 ans et plus (41 %) étaient plus susceptibles d'être très satisfaits du service offert par GCSurplus.

Figure 12 : Satisfaction globale à l'égard de GCSurplus

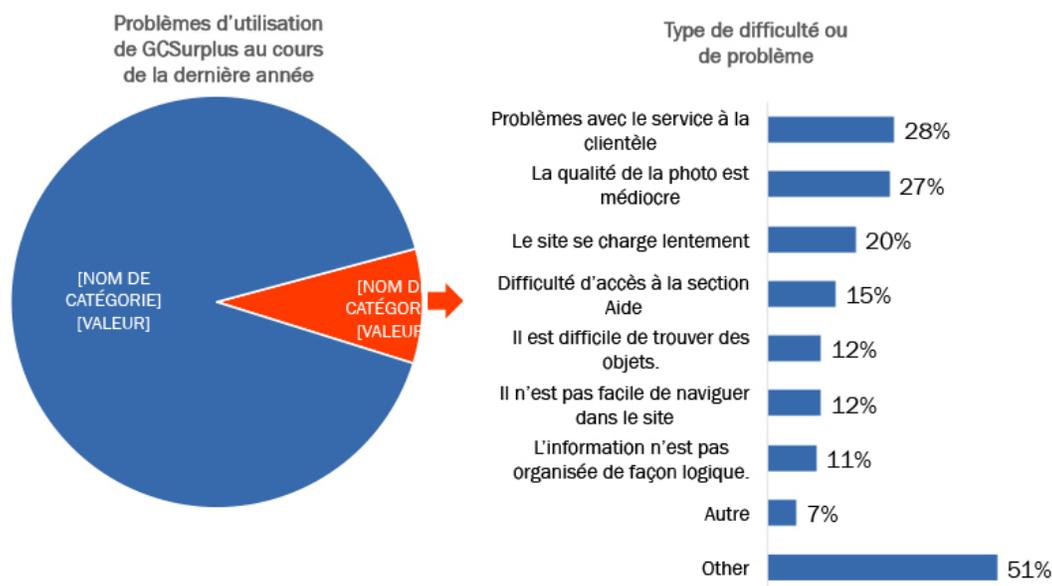


Q14. Dans l'ensemble, quel est votre degré de satisfaction à l'égard de GCSurplus?  
Référence : Clients actuels; n=1 026.

## Un petit nombre de clients a signalé des difficultés à utiliser GCSurplus au cours de la dernière année.

Un petit nombre de clients (9 %) a eu de la difficulté à utiliser GCSurplus au cours de la dernière année. Parmi ceux qui ont éprouvé des difficultés (n=82), une proportion similaire a signalé des difficultés au niveau du service à la clientèle (28 %) et de la mauvaise qualité des photos (27 %). Un sur cinq (20 %) a déclaré que le site se charge lentement, tandis que 15 % ont signalé de la difficulté à accéder à la fonction d'aide offerte sur le site. D'autres difficultés ont été signalées dans une mesure moindre et sont illustrées dans le graphique.

Figure 13 : Difficultés d'utilisation de GCSurplus au cours de l'année dernière



Q15. Au cours de la dernière année, avez-vous eu des difficultés ou des problèmes à utiliser GCSurplus? Référence : Tous les répondants; n=1 026.

Q16. Quel type de difficulté ou de problème avez-vous rencontré en utilisant GCSurplus? Référence : Clients qui ont éprouvé des difficultés; n=92.

## La majorité des clients sont satisfaits des différents aspects de GCSurplus.

On a demandé aux clients d'évaluer leur niveau de satisfaction à l'égard des caractéristiques suivantes de GCSurplus :

- Notifications par courriel de GCSurplus.
- Possibilité de rechercher des articles par mot-clé, lieu, date d'affichage ou date de clôture, ou type.
- Processus d'enchère sur un article.
- Détails du lot ou description des articles.
- Photos d'objets.
- Fréquence à laquelle de nouveaux articles deviennent disponibles dans les catégories d'intérêt.
- Coin de l'acheteur.
- Processus de paiement d'un article en ligne.
- Durée de la période d'enchères.
- Livraison des articles.

- Ramassage des articles.

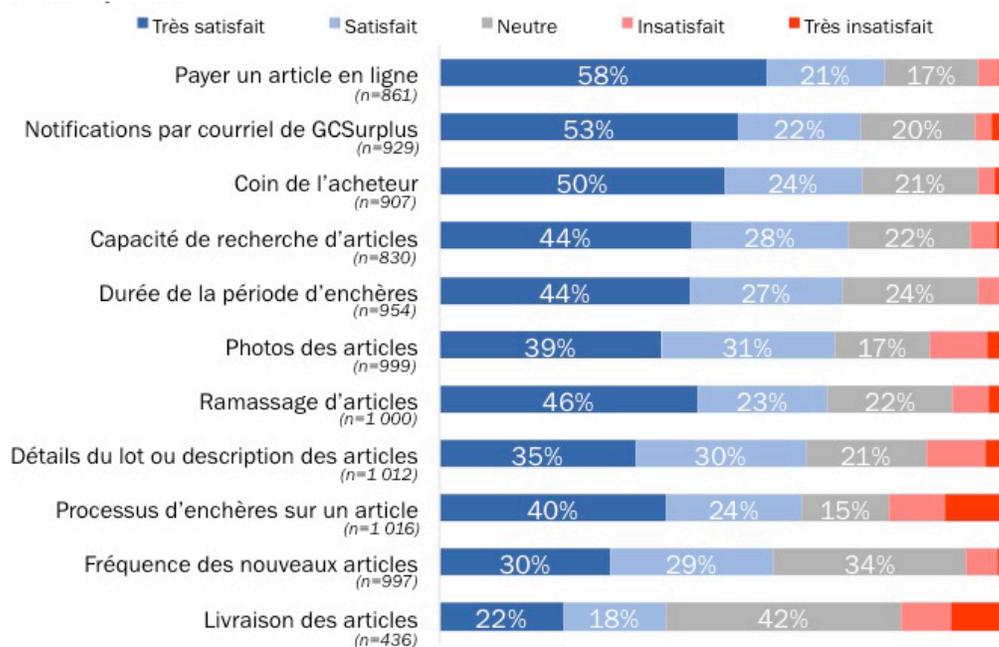
La majorité des clients sont satisfaits de toutes les caractéristiques de GCSurplus sauf une. La satisfaction est forte et répandue lorsqu'il s'agit du processus de paiement en ligne (79 % satisfaits, dont 58 % très satisfaits), des notifications par courriel (75 % satisfaits, dont 53 % très satisfaits) et du coin de l'acheteur (74 % satisfaits, dont 50 % très satisfaits). Ceux qui ne sont pas satisfaits de ces caractéristiques étaient plus susceptibles d'être neutres que d'exprimer un niveau d'insatisfaction.

De plus, environ sept répondants sur dix sont satisfaits de la capacité de rechercher des articles par mot-clé, emplacement, date d'affichage ou de clôture, ou type, de la durée de la période d'enchères, des photos et du ramassage des articles attribués sur GCSurplus. Les répondants étaient plus susceptibles d'être très (plutôt que moyennement) satisfaits à l'égard de chacune de ces caractéristiques.

Près des deux tiers étaient satisfaits des détails ou de la description des articles (65 %) et du processus d'enchère (64 %). Un moins grand nombre, mais quand même une majorité de 59 %, est satisfait de la fréquence à laquelle de nouveaux articles sont offerts dans les catégories d'intérêt et exactement quatre sur dix (40 %) sont satisfaits de la livraison des articles. Quant à ces deux caractéristiques, notamment, les répondants étaient plus susceptibles d'exprimer leur indifférence en se plaçant au milieu de l'échelle de cinq points que d'exprimer un niveau de satisfaction ou d'insatisfaction.

L'insatisfaction était la plus élevée en ce qui concerne le processus d'enchères (21 %), la livraison (19 %), ainsi que pour les photos (14 %) et les descriptions (14 %) des articles.

Figure 14 : Satisfaction à l'égard de certains aspects de GCSurplus



Q12. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait ou insatisfait à l'égard des caractéristiques suivantes de GCSurplus?  
Référence : Clients actuels. [Suppression du choix « Sans objet »; n= 10-589].

### Motifs d'insatisfaction divers à l'égard de certains aspects de GCSurplus

On a demandé aux clients qui ont exprimé leur insatisfaction à l'égard de n'importe quel aspect de GCSurplus d'expliquer pourquoi ils se sentaient ainsi. Les graphiques suivants détaillent les raisons de l'insatisfaction des répondants. Les réponses textuelles regroupées dans la catégorie « autre » de chaque graphique sont fournies sous pli séparé.

Figure 15 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du processus d'enchères pour un article



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits du processus d'enchères; n=206. [Réponses multiples acceptées.]

La principale raison pour laquelle les clients sont insatisfaits du processus d'enchères de GCSurplus est qu'ils ne peuvent pas voir les enchères placées par les autres utilisateurs.

Figure 16 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des détails du lot ou de la description des articles.



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits des détails du lot ou de la description des articles; n=144. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients qui étaient insatisfaits des détails du lot ou de la description des articles estimaient qu'il n'y avait pas assez d'information ou que l'information technique pour chaque article devait être précisée.

Figure 17 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des photos d'articles



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits des photos d'articles; n=139. [Réponses multiples acceptées.]

Soixante et onze pour cent des clients qui étaient insatisfaits des photos d'articles ont attribué cette situation à leur perception qu'il n'y a pas assez de photos d'articles. D'autres ont mentionné la mauvaise qualité des photos (44 %), l'incapacité d'agrandir les photos (44 %) et le manque de photos dans le cas de certains articles (17 %).

Figure 18 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la livraison d'articles



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits de la livraison des articles; n=81. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients insatisfaits de la livraison des articles ont mentionné que la livraison n'est pas offerte pour tous les articles (63 %), que les options de ramassage sont limitées si la livraison n'est pas disponible (54 %) et qu'ils n'aiment pas l'expéditeur utilisé par GCSurplus (30 %).

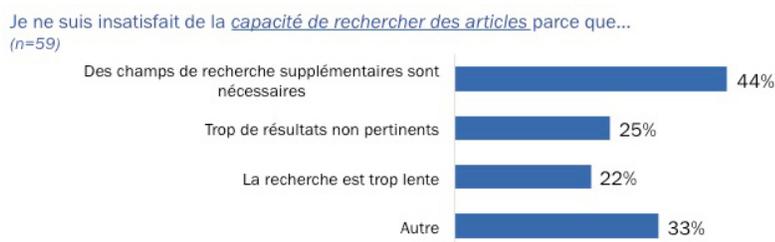
Figure 19 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du ramassage des articles



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits du ramassage des articles; n=74. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients insatisfaits du ramassage des articles ont attribué cette situation à l'absence d'option de livraison de certains articles (49 %) et au fait que les lieux de ramassage ne sont pas pratiques (45 %).

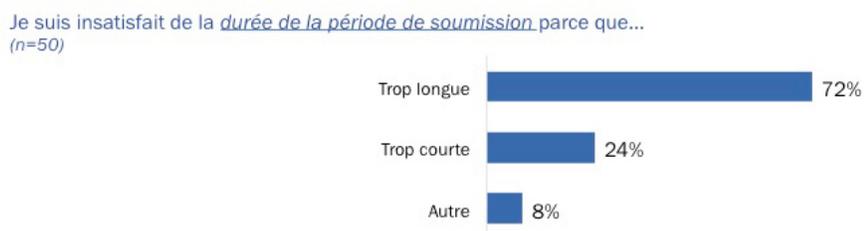
Figure 20 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la fonction de recherche des articles



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits de la fonction de recherche des articles; n=59. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients insatisfaits de la fonction de recherche ont souligné le besoin d'offrir des champs de recherche supplémentaires pour préciser leur recherche (44 %), la perception voulant que la recherche produise trop de résultats non pertinents (25 %), ainsi que la lenteur d'exécution de la recherche (22 %).

Figure 21 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard de la durée de la période d'enchères



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits de la durée de la période d'enchères; n=50. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients insatisfaits de la durée de la période d'enchères ont déclaré que le processus est trop long (72 %). En revanche, 24 % ont déclaré que le processus d'enchères est trop court.

Figure 22 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard des notifications par courriel de GCSurplus



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits des notifications par courriel de GCSurplus; n=48. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients qui ont exprimé leur insatisfaction à l'égard des notifications par courriel de GCSurplus étaient plus susceptibles d'attribuer la situation à leur ignorance de l'existence de ce service (69 %).

Figure 23 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du coin de l'acheteur

Je suis insatisfait du *coin des acheteurs* parce que...

(n=44)



Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits du coin de l'acheteur; n=44. [Réponses multiples acceptées.]

Les clients qui étaient insatisfaits du coin de l'acheteur étaient insatisfaits parce qu'ils n'avaient pas pris connaissance des messages dans le centre de messages (59 %) et que certaines de leurs enchères antérieures étaient absentes (26 %).

Figure 24 : Raisons de l'insatisfaction à l'égard du paiement d'un article en ligne

Je ne suis insatisfait du processus de paiement d'un article en ligne parce que...

(n=42)



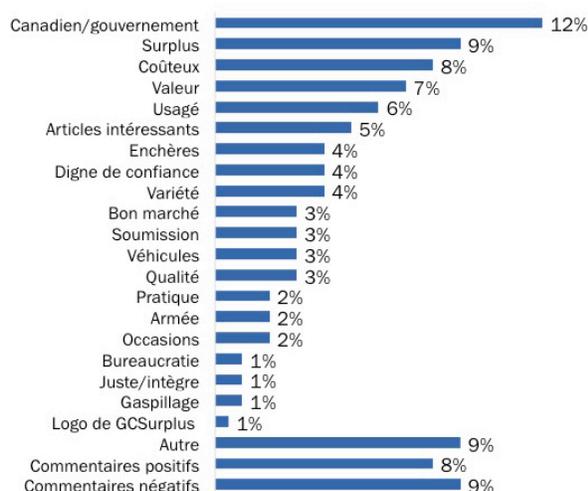
Q13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?  
Référence : répondants qui étaient insatisfaits à l'égard du paiement d'un article en ligne; n=42. Réponses multiples acceptées.]2

Les raisons de l'insatisfaction à l'égard du processus de paiement comprenaient l'incapacité d'utiliser une carte de crédit prépayée (21 %), le délai de déconnexion du système (21 %) et l'absence d'une confirmation de transaction réussie (12 %).

### Perception de GCSurplus comme service « canadien » ou « gouvernemental »

En posant une question à réponse ouverte, on a demandé aux clients d'indiquer un mot ou une image qui leur vient à l'esprit lorsqu'ils pensent à GCSurplus. Le mot le plus fréquemment utilisé pour décrire GCSurplus était « canadien » ou « gouvernement », l'un de ces deux mots étant mentionné par 12 % des clients. Neuf pour cent ont utilisé le mot « surplus » et 8 % ont utilisé le mot « cher » pour décrire GCSurplus. Par ailleurs, 7 % ont utilisé le mot « valeur », 6 % ont utilisé le mot « usagé » et 5 % ont utilisé les mots « articles intéressants » pour décrire GCSurplus. D'autres descripteurs ont été mentionnés par moins de 5 % des clients.

Figure 25 : Perceptions de GCSurplus



Q25. Lorsque vous pensez à GCSurplus, quel mot ou quelle image vous vient à l'esprit?

Référence : Clients actuels; n=1 026. Je ne suis pas certain : 29 % [Réponses multiples acceptées.]

### Une forte majorité de répondants recommanderait GCSurplus à un ami ou à un collègue.

Quatre-vingt-cinq pour cent des clients sont susceptibles de recommander GCSurplus à un ami ou à un collègue (notes de 6 à 10), dont 29 % sont très susceptibles de le faire. Seulement 4 % des clients ne sont pas susceptibles de recommander GCSurplus (scores de 0 à 4). Neuf pour cent se sont placés au milieu de l'échelle, ce qui indique qu'ils sont ambivalents (ni susceptibles ni peu susceptibles de recommander GCSurplus).

Figure 26 : Probabilité de recommander GCSurplus



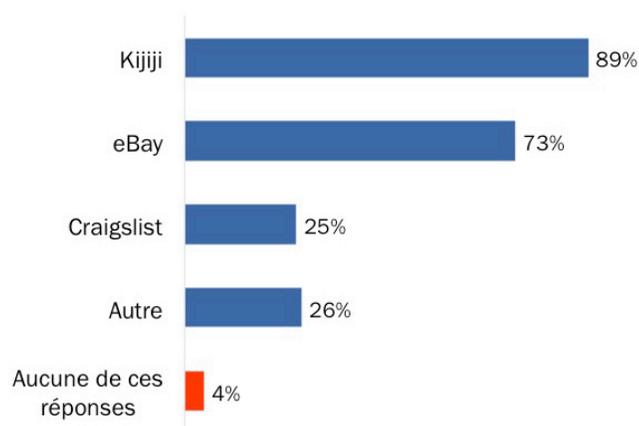
Q20. Dans quelle mesure êtes-vous susceptible de recommander GCSurplus à un ami ou à un collègue? Veuillez utiliser une échelle de 11 points où « 0 » signifie pas du tout probable, « 10 » signifie très probable et « 5 » signifie neutre.  
Référence : Clients actuels; n=1 026.

## Perceptions à l'égard des concurrents

**Kijiji et eBay sont les sites les plus utilisés par les clients au cours des deux dernières années.**

Neuf répondants sur 10 (89 %) ont utilisé Kijiji pour chercher ou acheter des articles au cours des deux dernières années, tandis que près des trois quarts (73 %) ont utilisé eBay. En revanche, exactement un quart (25 %) a déclaré avoir utilisé Craigslist pour chercher ou acheter des articles au cours des deux dernières années. Vingt-six pour cent ont utilisé d'autres sites Web, dont Amazon, Facebook et GovDeals (govdeals.ca). Quatre pour cent des clients de GCSurplus n'ont pas utilisé d'autres sites.

Figure 27 : Sites utilisés pour les achats en ligne dans les deux dernières années



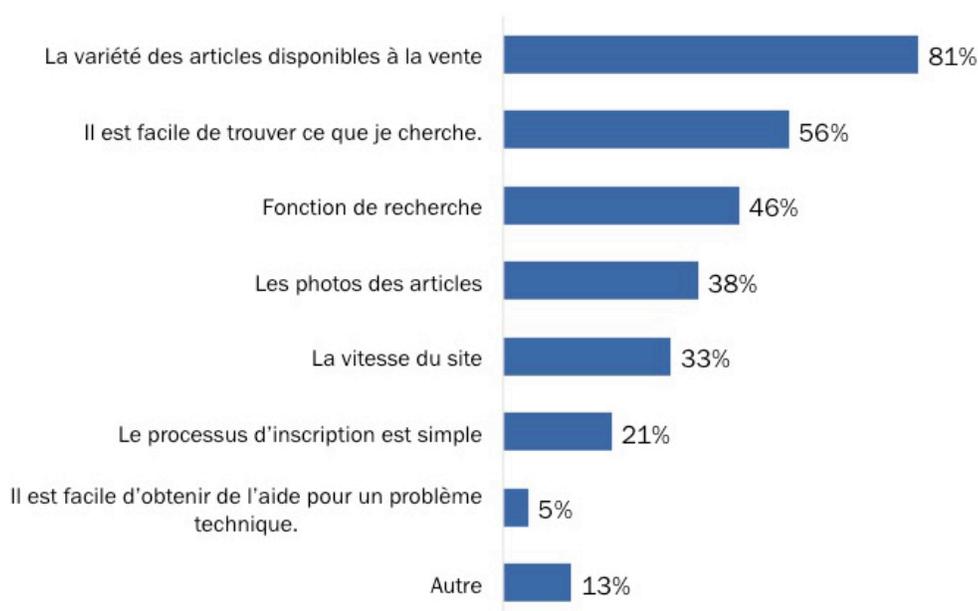
Q21. Au cours des deux dernières années, avez-vous utilisé l'un des sites Web suivants pour chercher ou acheter des articles?

Référence : Tous les répondants; n=1 026. [Réponses multiples acceptées.]

### Attributs préférés de ces sites

Lorsqu'on a demandé aux répondants qui ont utilisé Kijiji, eBay et Craigslist (n=982) ce qu'ils aiment le plus sur le site, quatre répondants sur cinq (81 %) ont indiqué la variété des biens disponibles à la vente. Par ailleurs, un peu plus de la moitié (56 %) a mentionné qu'il est facile de trouver ce qu'ils recherchent et 46 % ont aimé la fonction de recherche. De plus, 38 % des répondants ont aimé les photos des articles et 33 % ont aimé la vitesse du site. Un répondant sur cinq (21 %) a dit aimer la simplicité du processus d'inscription au site, tandis que relativement peu de répondants (5 %) ont mentionné la facilité avec laquelle ils peuvent obtenir du soutien ou de l'aide lorsqu'ils rencontrent des problèmes techniques.

Figure 28 : Qualités préférées des sites Web utilisés pour chercher ou acheter des articles.



Q22. Qu'est-ce que vous aimez à propos de [SI UN SEUL SITE EST SÉLECTIONNÉ, INSÉRER CE SITE/SI PLUSIEURS SITES SONT SÉLECTIONNÉS, INSÉRER : ces sites]?

Référence : Répondants qui utilisent les sites Web pour chercher ou acheter des biens; n=982. [Réponses multiples acceptées.]

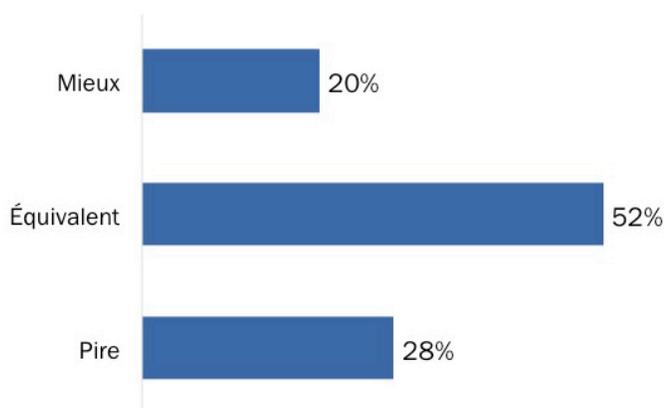
Les clients qui utilisent Craigslist (41 %) étaient plus susceptibles d'indiquer la vitesse du site que les clients qui utilisent Kijiji (33 %).

**Un répondant sur cinq estimait que GCSurplus est un meilleur site que les autres.**

Un sur cinq (20 %) estime que GCSurplus est meilleur que Kijiji, eBay ou Craigslist. Par contre, près de trois répondants sur 10 (28 %) ont affirmé que GCSurplus est pire que ces trois sites. La majorité d'entre eux (52 %) ont attribué à GCSurplus la cote « à peu près la même chose » que Kijiji, eBay et Craigslist.

**Figure 29 : Comparaison de GCSurplus**

*Comparé à Kijiji, eBay et Craigslist, je pense que GCSurplus est...*



Q23. Comment GCSurplus se compare-t-il à [SI UN SEUL SITE EST SÉLECTIONNÉ, INSÉRER CE SITE/SI PLUSIEURS SITES SONT SÉLECTIONNÉS, INSÉRER : ces sites]? Est-ce que GCSurplus.....?

Référence : Répondants qui utilisent des sites Web pour chercher ou acheter des biens; n=982

## GCSurplus est un meilleur site parce qu'il est plus fiable et que c'est plus facile d'y naviguer.

Les répondants qui ont affirmé que GCSurplus est meilleur que Kijiji, eBay ou Craigslist (n=242) étaient plus susceptibles d'en attribuer la cause à leur perception que le site est plus facile à consulter (20 %) et plus fiable et digne de confiance (20 %). Ces principales raisons ont été suivies de près par l'impression voulant que GCSurplus fournisse de meilleures photos et descriptions d'articles (18 %). Un large éventail d'autres raisons ont été évoquées par de plus petites proportions de clients de GCSurplus et sont détaillées dans le graphique ci-dessous.

Figure 30 : Raisons pour lesquelles les répondants estiment que GCSurplus est un meilleur site



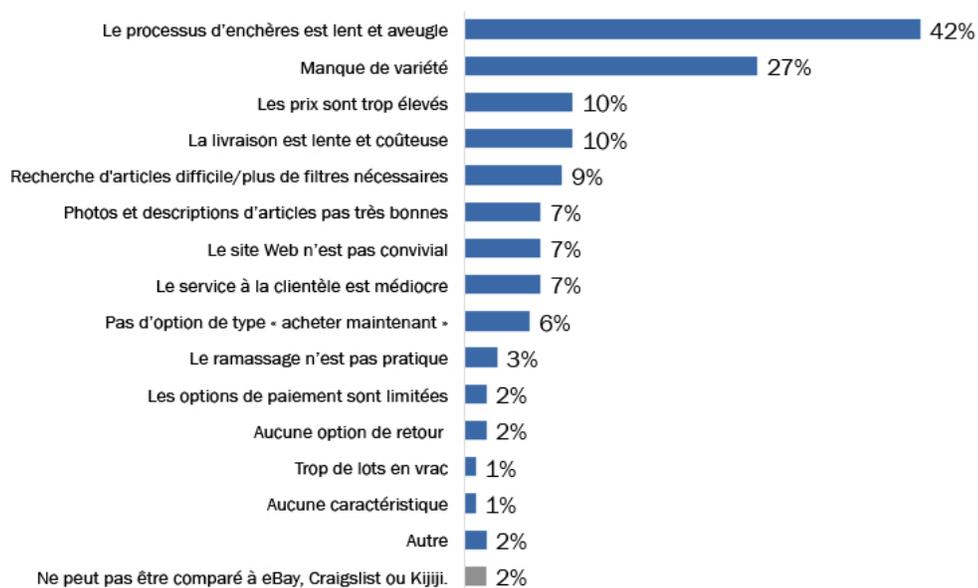
Q24. Pourquoi GCSurplus est-il [INSÉRER : mieux/moins bien] que [INSÉRER LE SITE / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : ces sites]?

Référence : Les clients qui ont indiqué que GCSurplus est un meilleur site qu'eBay, Craigslist ou Kijiji; n=242. [Réponses multiples acceptées.]

### La lenteur du processus d'enchères est la principale raison pour laquelle GCSurplus est considéré comme un site qui n'est pas aussi bon.

Les répondants qui ont affirmé que GCSurplus est un site moins bon que Kijiji, eBay ou Craigslist (n=312) étaient les plus susceptibles d'attribuer la cause au processus d'enchères, en particulier au fait qu'il est lent et aveugle (42 %). Par ailleurs, plus d'un quart (27 %) a affirmé que GCSurplus est un site moins bon que ces autres sites parce qu'il manque de variété quant aux articles à vendre. Un large éventail d'autres raisons ont été évoquées par de plus petites proportions de clients de GCSurplus et sont détaillées dans le graphique ci-dessous.

Figure 31 : Raisons pour lesquelles GCSurplus est un moins bon site



Q24. Pourquoi GCSurplus est-il [INSÉRER : mieux/moins bien] que [INSÉRER LE SITE / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : ces sites]?

Référence : Les clients qui ont indiqué que GCSurplus est un moins bon site qu'eBay, Craigslist ou Kijiji; n=312. [Réponses multiples acceptées.]

## Améliorations et suggestions

### Visibilité des enchères – principale caractéristique à incorporer dans GCSurplus

On a demandé aux clients qui utilisent des services en ligne (n=933), comme des services bancaires en ligne, des services d'achat en ligne ou de paiement de factures en ligne, si ces services présentent des caractéristiques qui pourraient être intégrées à GCSurplus. Près de trois répondants sur dix (28 %) estiment que ces services présentent des caractéristiques qui devraient être prises en compte par GCSurplus. Plus précisément, un quart (25 %) des clients a mentionné la visibilité des enchères comme une caractéristique à incorporer éventuellement dans GCSurplus. Par ailleurs, 18 % ont suggéré d'augmenter les options de livraison, d'améliorer le processus d'enchères pour qu'il ressemble à celui d'eBay, ou d'inclure une option de paiement par PayPal. Onze pour cent estiment qu'un meilleur processus de paiement en général, assorti de plus d'options, serait une bonne amélioration. D'autres caractéristiques ont été mentionnées par moins d'un client sur dix et sont illustrées dans le graphique ci-dessous.

Figure 32 : Caractéristiques que devrait éventuellement posséder GCSurplus



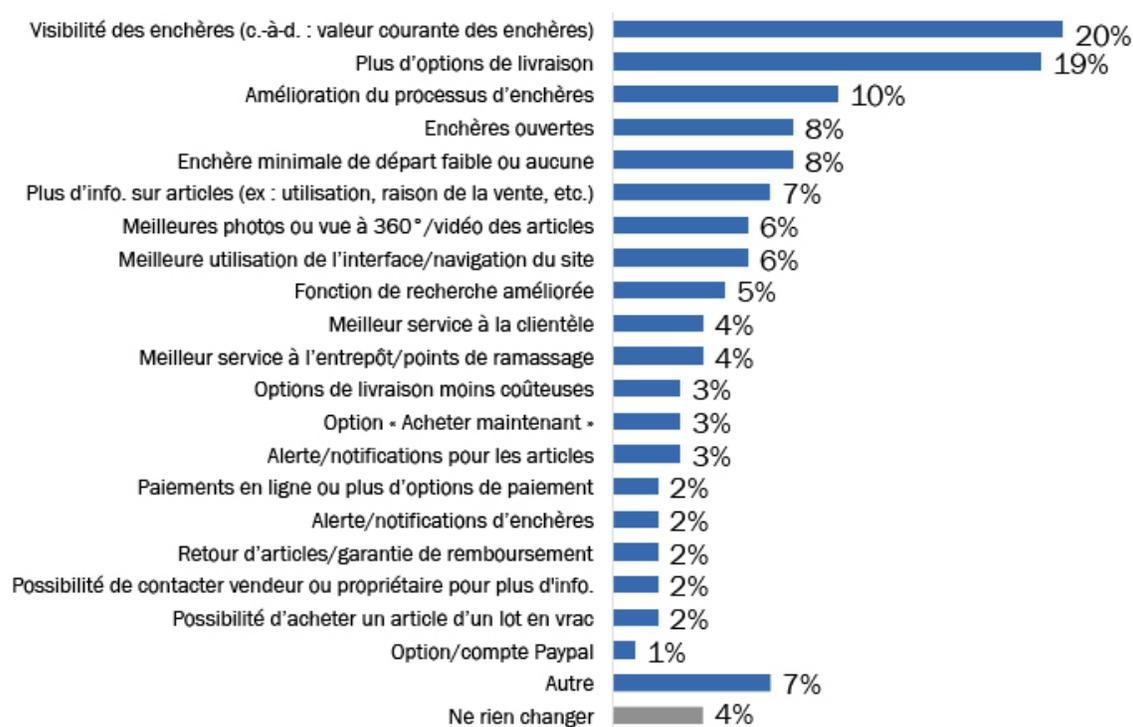
Q27. Les autres services en ligne que vous utilisez ont-ils des caractéristiques qui, selon vous, pourraient être intégrées à GCSurplus?

Référence : Clients qui utilisent d'autres services en ligne; n=258. [Réponses multiples acceptées.]

## Amélioration du processus d'enchères, options de livraison - principales suggestions d'amélioration

On a demandé à tous les clients interrogés s'ils avaient des suggestions pour améliorer GCSurplus. Au total, 587 répondants (soit 57 % de l'échantillon de l'enquête) ont profité de l'occasion pour fournir une rétroaction. Les deux principales suggestions étaient de permettre aux utilisateurs de consulter les enchères courantes (20 %) et d'offrir plus d'options de livraison (19 %). Par ailleurs, 10 % ont suggéré que le système de mise aux enchères soit modifié pour être semblable à celui utilisé par eBay ou GovDeals (govdeals.ca). D'autres suggestions ont été mentionnées dans des proportions plus faibles et sont illustrées ci-dessous dans le graphique.

Figure 33 : Suggestions pour améliorer GCSurplus

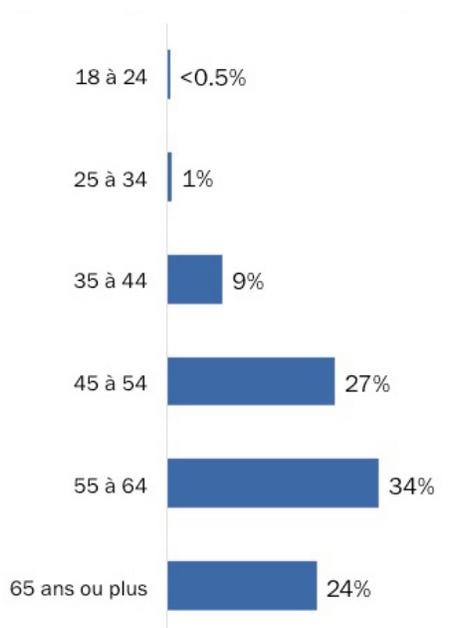


Q28. Avez-vous des suggestions pour améliorer GCSurplus? Par exemple, y a-t-il des caractéristiques que vous aimeriez voir ajoutées à GCSurplus, ou des améliorations à certains aspects du service existant?

Référence : Clients actuels; n=587. Exclut ceux qui n'ont fourni aucune suggestion. [Réponses multiples acceptées.]

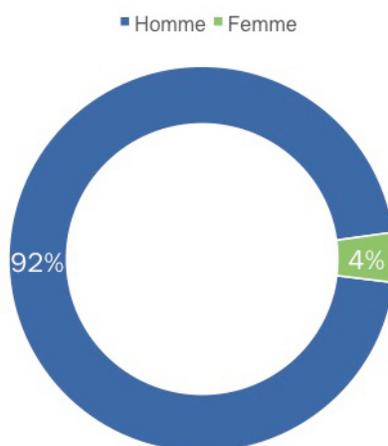
## Profil des répondants

Figure 34 : Âge des répondants



Q35. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?  
Référence : Clients actuels; n=1 026.

Figure 35 : Sexe des répondants

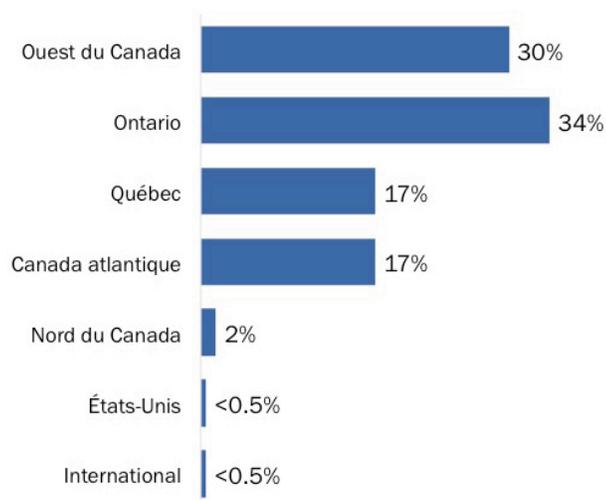


Q36. Êtes-vous...?  
Référence : Clients actuels; n=1 026. Autre = 1 % et préfère ne pas répondre = 3 %.

La clientèle de GCSurplus est composée d'environ 90 % d'hommes et 10 % de femmes. Cela peut s'expliquer, en partie, par le type de biens disponibles à la vente sur GCSurplus,

qui favorise fortement les biens achetés par des hommes (p. ex. l'équipement agricole ou de plomberie, les « 4 roues », les bateaux) plutôt que les femmes. Composant seulement 4 % de la clientèle, les femmes sont légèrement sous-représentées dans l'échantillon de l'enquête.

Figure 36 : Région des répondants



Q29. Où êtes-vous situé?

Référence : Clients actuels; n=1 026.

## 2. Non-clients

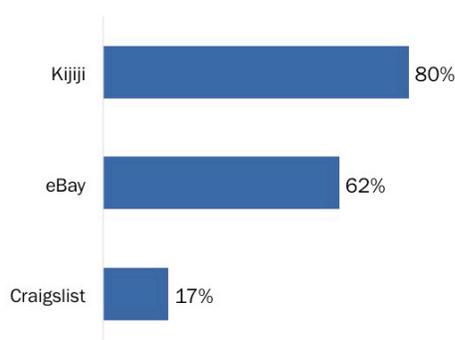
Cette section présente les résultats de la recherche quantitative et qualitative menée auprès de non-clients. Les non-clients sont des Canadiens qui utilisent des sites de petites annonces et d'enchères en ligne pour chercher ou acheter des biens, mais qui ne sont pas des utilisateurs inscrits de GCSurplus. Les résultats quantitatifs sont basés sur une enquête par panel en ligne auprès de 1 013 répondants qui ont utilisé Kijiji, eBay ou Craigslist au cours des deux dernières années pour chercher ou acheter des produits dans les catégories de produits disponibles sur GCSurplus. Les résultats qualitatifs sont fondés sur 20 entrevues téléphoniques individuelles menées auprès de personnes qui ont répondu au sondage en ligne.

### Utilisation des sites en ligne

#### Kijiji suivi par eBay sont les principaux sites utilisés pour les achats en ligne.

Sur les 1 013 répondants, quatre sur cinq ont utilisé Kijiji pour chercher ou acheter des biens dans les deux dernières années, tandis qu'une plus petite majorité (62 %) a utilisé eBay. En revanche, relativement peu d'entre eux (17 %) ont recherché ou acheté des biens sur Craigslist au cours des deux dernières années.

Figure 37 : Sites utilisés pour les achats en ligne



Scr4. Au cours des deux dernières années environ, avez-vous cherché ou acheté des produits sur l'un des sites Web suivants?

Référence : Tous les répondants; n=1 013. [Réponses multiples acceptées.]

#### Résultats des entrevues :

Conformément aux exigences relatives à l'échantillonnage, tous les participants à l'entrevue avaient utilisé un site de petites annonces ou d'enchères en ligne au cours des deux dernières années. Kijiji était le site le plus fréquemment utilisé par les participants, suivi d'eBay. En revanche, relativement peu d'entre eux ont mentionné avoir utilisé Craigslist pour chercher ou acheter des biens au cours des deux dernières années.

En plus de Kijiji, eBay et Craigslist, les participants aux entrevues utilisent une variété d'autres sites en ligne. Amazon.ca a été l'un des sites de commerce électronique les plus fréquemment mentionnés par les participants. Par ailleurs, certains participants avaient utilisé des sites d'enchères de la police et des sites d'enchères américains pour trouver ou acheter des biens. Autrement, quelques participants ont mentionné l'utilisation du marché Facebook, de sites d'enchères locaux ou régionaux, ainsi que de sites faisant la promotion des ventes de bric-à-brac locales. Les sites suivants ont été mentionnés par

les participants : LetGo.com, MaxSold.com, VarageSale.com, wayfair.com, LesPAC, TTC [Toronto Transit Commission] et des sites de livres d'occasion.

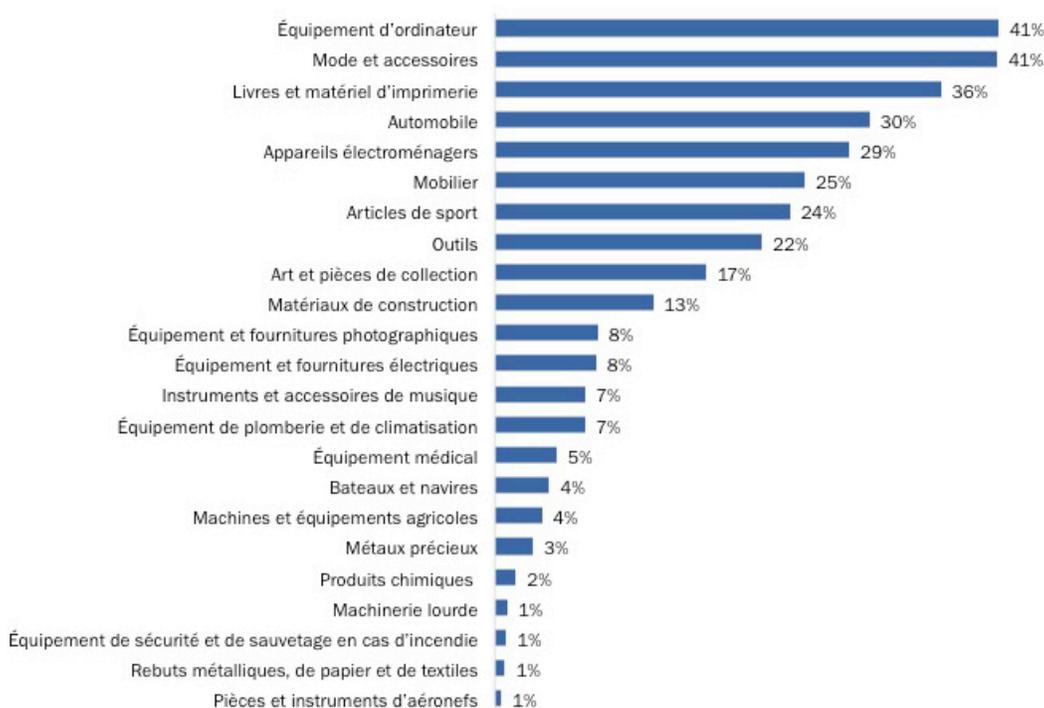
### Large éventail d'articles recherchés en ligne

On a demandé aux répondants d'indiquer les types d'articles qu'ils ont cherchés ou achetés en ligne dans les deux dernières années. Quatre répondants sur dix ont cherché ou acheté de l'équipement informatique, y compris des pièces et accessoires (41 %), ainsi que des articles et des accessoires de mode (41 %). Un peu plus du tiers (36 %) des panélistes a cherché ou acheté des livres et de l'équipement d'imprimerie, tandis qu'environ un répondant sur trois s'intéressait à l'automobile (30 %) et à l'équipement électroménager (29 %).

Par ailleurs, des proportions similaires de répondants ont cherché du mobilier (25 %), des articles et équipements de sport (24 %) et des outils (22 %). Moins d'un répondant sur cinq était à la recherche d'objets d'art et de collection (17 %) ou de matériaux de construction, y compris de la quincaillerie et de la peinture (13 %).

Comme l'indique le graphique ci-dessous, des articles ont été cherchés ou achetés en plus petit nombre dans une panoplie d'autres catégories de produits.

Figure 38 : Articles cherchés ou achetés en ligne



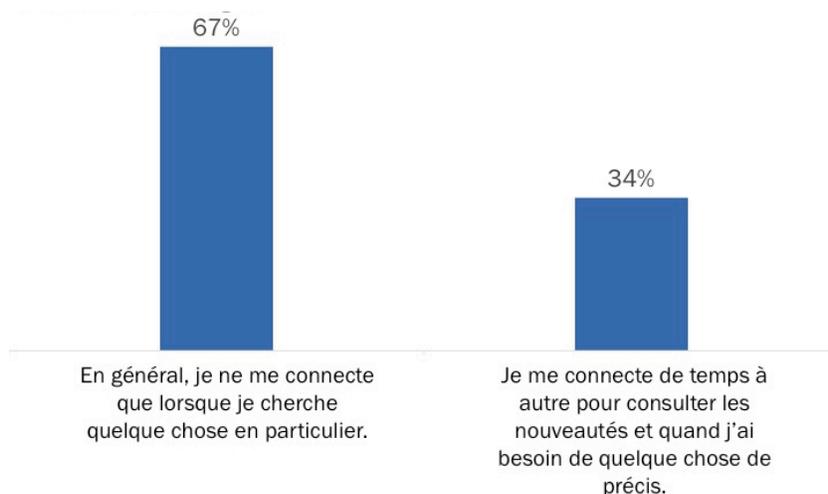
Scr.5 Au cours des deux dernières années environ, avez-vous cherché ou acheté l'un des articles suivants sur un site Web en ligne?

Référence : Tous les répondants; n=1 013. [Réponses multiples acceptées.]

**Les deux tiers des répondants utilisent les sites de petites annonces et d'enchères en ligne uniquement lorsqu'ils ont besoin de quelque chose.**

Lorsqu'on a demandé aux répondants de décrire comment ils utilisent les petites annonces et les sites d'enchères en ligne, les deux tiers (67 %) ont indiqué qu'ils ne se connectent que lorsqu'ils recherchent quelque chose de particulier. Les autres répondants (34 %) se connectent de temps en temps pour consulter les nouveautés et quand ils ont besoin de quelque chose de particulier.

Figure 39 : Utilisation d'annonces classées et de sites d'enchères en ligne



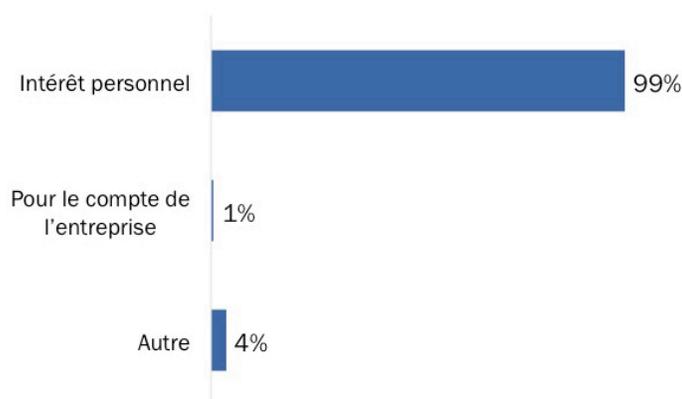
Q1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux la façon dont vous utilisez INSÉRER LE SITE DU SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist?

Référence : Tous les répondants; n=1 013.

### Peu de répondants utilisent ces sites à des fins commerciales.

Presque tous les répondants (99 %) utilisent les petites annonces et les sites d'enchères en ligne à des fins personnelles. Peu d'entre eux ont déclaré utiliser ces sites Web à des fins commerciales (1 %) et pour d'autres raisons (4 %), y compris pour louer des propriétés ou vendre des biens.

Figure 40 : Motifs d'utilisation des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne



Q2. Pour laquelle des raisons suivantes avez-vous utilisé INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist?

Référence : Tous les répondants; n=1 013. [Réponses multiples acceptées.]

### Résultats des entrevues :

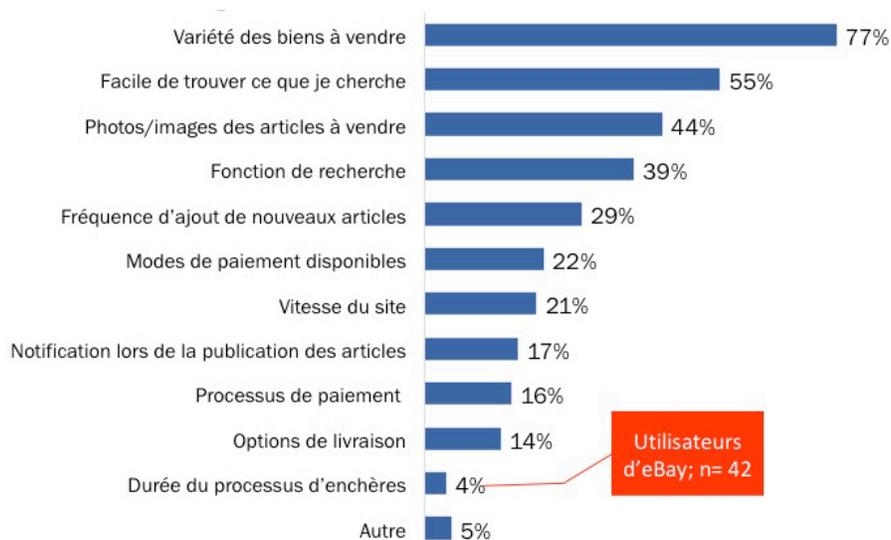
Tous les participants aux entrevues utilisent des sites de petites annonces et d'enchères en ligne pour leur intérêt personnel. Ils utilisent ces sites pour naviguer à la recherche de marchandises, pour comparer les prix ou pour vendre des marchandises. Les types de biens recherchés ou achetés sur ces sites comprennent les voitures ou camions, les outils, les meubles intérieurs et extérieurs, les jouets, l'équipement d'exercice et les articles ménagers, comme le linge de maison, la poterie, un aspirateur et un déshumidificateur. Très peu d'entre eux utilisent ces sites à la fois à des fins commerciales et personnelles. Ceux qui le font ont affirmé qu'ils cherchaient du mobilier ou de l'équipement de bureau, comme des téléphones ou des télécopieurs. Lorsqu'on leur a demandé de décrire leur utilisation de ces sites, la plupart se sont qualifiés d'utilisateurs fréquents, bien que certains participants aient décrit leur utilisation comme étant « peu fréquente » ou « seulement quand j'en ai besoin ».

### Attributs préférés de ces sites

Lorsqu'on leur a demandé d'indiquer ce qu'ils aiment le plus dans les sites de petites annonces ou d'enchères en ligne qu'ils utilisent, les trois quarts des panélistes interrogés (77 %) ont souligné la variété des biens disponibles à la vente. Un peu plus de la moitié des répondants (55 %) aiment ces sites Web parce qu'il est facile d'y trouver ce qu'ils cherchent, tandis qu'une minorité significative (45 %) aime les photos/images des articles en vente sur les sites. Dans une proportion similaire, deux répondants sur cinq aiment la fonction de recherche et trois répondants sur dix aiment la fréquence à laquelle de nouveaux articles deviennent disponibles à la vente sur les sites Web.

D'autres caractéristiques ont été indiquées par des proportions moindres et sont illustrées dans le graphique ci-dessous.

Figure 41 : Qualités préférées des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne



Q3. Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist?

Référence : Tous les répondants; n=1 013. [Réponses multiples acceptées.]

**Résultats des entrevues :**

Lorsqu'on a demandé aux participants aux entrevues d'indiquer les attributs ou les caractéristiques qu'ils aiment au sujet des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne qu'ils utilisent, la plupart des participants ont souligné la diversité des articles offerts sur ces sites. Les utilisateurs de Kijiji et de Craigslist semblent apprécier le fait qu'ils peuvent acheter localement les biens proposés à la vente (c'est-à-dire qu'aucune livraison n'est nécessaire et qu'ils peuvent voir sur place l'article à vendre avant de compléter l'achat). Parmi les autres attributs ou caractéristiques couramment mentionnés, mentionnons les capacités de recherche de ces sites, leur facilité d'utilisation générale et les photos des articles à vendre.

Les points forts suivants ont été mentionnés moins fréquemment : le prix des articles (c.-à-d. que les prix sont raisonnables); la catégorisation des marchandises (c.-à-d. que les articles peuvent être facilement triés); les descriptions ou les renseignements fournis au sujet des articles; les méthodes de paiement disponibles; le processus d'enchère (sur eBay); la vitesse des sites (c.-à-d. le chargement rapide des pages) et la capacité d'évaluer les vendeurs en fonction des cotes fournies par les acheteurs précédents.

Certains participants ont mentionné les éléments suivants :

- la confidentialité lors de la vente (c.-à-d. que les vendeurs peuvent masquer leur adresse de courriel sur Kijiji)
- La possibilité d'utiliser un site sur différentes plateformes (c.-à-d. applications mobiles).
- Les options de livraison offertes
- Les réponses rapides des vendeurs aux demandes de renseignements
- Les notifications et les alertes
- La disponibilité du service/soutien à la clientèle

Lorsqu'on leur a demandé ce qu'ils n'aiment pas de ces sites, les participants ont souvent mentionné le manque de confiance. Plus précisément, les participants ont expliqué qu'ils ne peuvent pas évaluer pleinement et en toute confiance la qualité des articles mis en vente sur ces sites ou qu'ils se méfient des arnaqueurs et des vendeurs frauduleux. De plus, d'autres participants ont affirmé qu'ils n'aimaient pas les photos ou l'information sur les articles fournis par les vendeurs. Quelques participants à l'entrevue n'aiment pas ces sites (même s'ils les utilisent) parce qu'il y a trop de choix d'articles et qu'il faut trop de temps pour trouver les articles qui les intéressent; d'autres ont mentionné ne pas pouvoir trouver ce qu'ils cherchent, la distance entre l'acheteur et le vendeur (parmi les utilisateurs d'eBay), la livraison, y compris le coût élevé de la livraison (également parmi les utilisateurs d'eBay).

Les participants ont cerné les points suivants comme étant des faiblesses ou des aspects qu'ils n'apprécient pas de Kijiji, eBay, ou Craigslist :

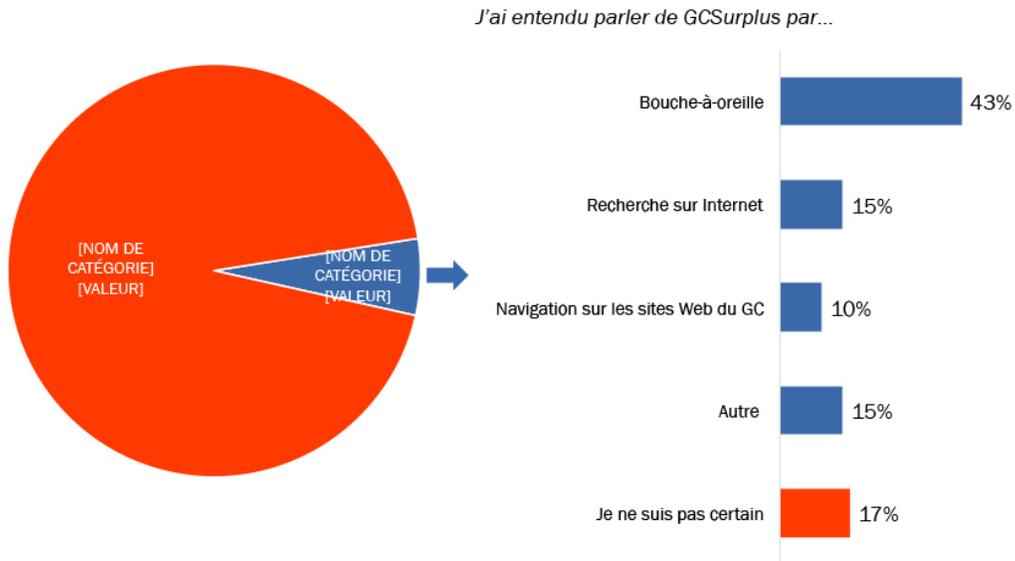
- l'organisation des sites
- le fait qu'il n'y a pas de garantie de remboursement ou d'option de remboursement
- la nécessité de créer un compte pour chercher ou acheter des articles
- les sites ne sont pas disponibles en français

## Sensibilisation et impressions à l'égard de GCSurplus

**Peu de répondants avaient entendu parler de GCSurplus; ceux qui en connaissaient l'existence l'avaient appris par le bouche-à-oreille.**

Peu de panélistes (6 %) ont affirmé avoir entendu parler de GCSurplus. Ceux qui connaissaient GCSurplus (n=60) étaient les plus susceptibles d'en avoir entendu parler par le bouche-à-oreille, 42 % par l'intermédiaire d'un ami ou d'un collègue.

Figure 42 : Connaissance de GCSurplus



Q4. Avez-vous entendu parler du site Web GCSurplus? Référence : Tous les répondants; n=1 013.

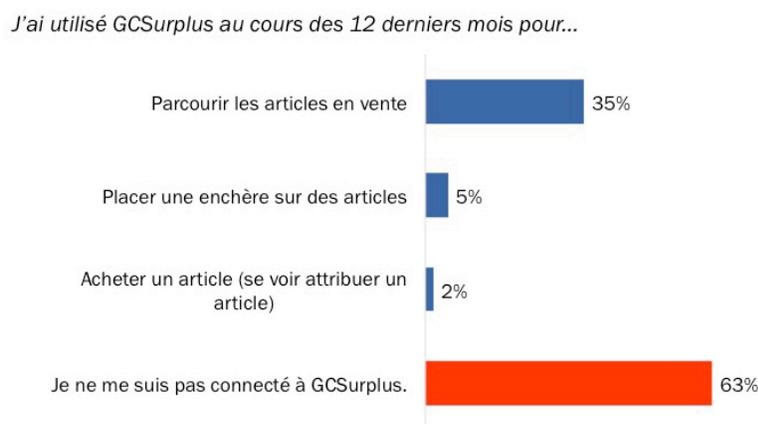
Q5. Comment avez-vous entendu parler de GCSurplus? Référence : Les répondants connaissant l'existence de GCSurplus; n=60.

D'autres sources ont été mentionnées de façon moins fréquente : la recherche sur Internet (13 %) et la navigation sur les sites Web du gouvernement du Canada (12 %). Parmi les autres, 17 % ne se rappelaient pas comment ils avaient entendu parler de GCSurplus, tandis que la même proportion (17 %) mentionnait d'autres sources, y compris par l'intermédiaire d'un ancien employeur et d'un journal.

### Six répondants sur dix qui connaissent GCSurplus n'ont pas ouvert de session au cours de la dernière année.

La majorité des répondants qui connaissent GCSurplus (63 %) ne se sont pas connectés au site dans la dernière année. Les répondants qui l'ont fait sont les plus susceptibles d'avoir navigué uniquement pour consulter les articles (35 %) plutôt que pour placer une enchère sur un article (5 %) ou de se voir attribuer un article (2 %).

Figure 43 : Utilisation de GCSurplus



Q6. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé GCSurplus pour l'une ou l'autre des activités suivantes?  
Référence : Répondants qui ont entendu parler de GCSurplus; n=60. [Réponses multiples acceptées.]

### Intérêt modéré pour GCSurplus et probabilité d'utilisation de GCSurplus parmi les répondants qui ne connaissent pas le site.

Les répondants qui ne connaissaient pas GCSurplus (n=953) ont reçu la description suivante du site d'enchères en ligne :

**GCSurplus** est un organisme du gouvernement fédéral responsable de la vente de biens excédentaires pour les ministères et organismes fédéraux. Elle vend des biens comme de l'électronique, des bijoux, des articles de collection, des articles de sport et de camping, ainsi que des articles plus volumineux comme des voitures, des VTT, des bateaux et des avions. De nouveaux articles sont mis en vente tous les jours et environ 25 000 ventes sont conclues chaque année par l'entremise du site. Le site Web attire environ sept millions de visiteurs et plus de 300 000 enchères par année.

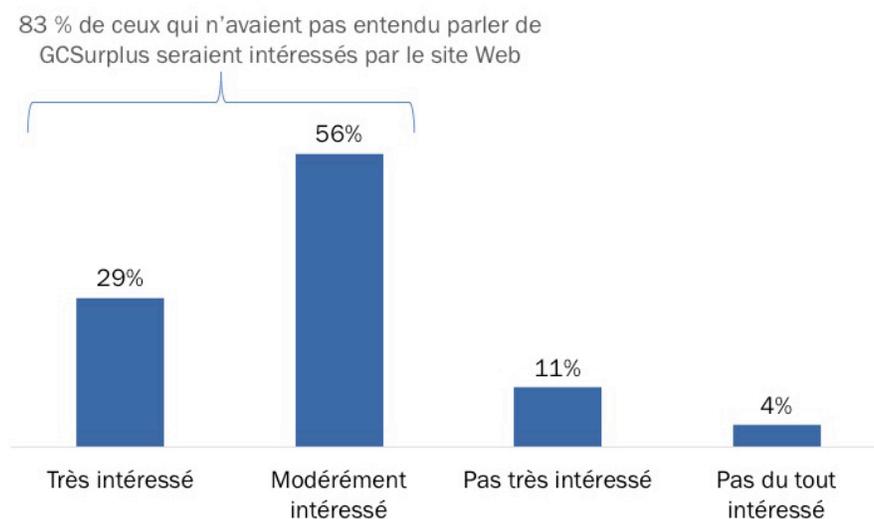
Après s'être inscrits à GCSurplus.ca, les utilisateurs peuvent consulter les articles, placer une enchère et acheter des biens excédentaires du gouvernement fédéral en ligne. Les fonctions de GCSurplus.ca permettent de :

- chercher des articles précis;
- voir des photos et des descriptions des articles;
- suivre ses enchères actuelles et passées, ainsi que les enchères gagnantes pour les articles vendus;
- payer en ligne et recevoir les articles livrés à sa porte.

Les utilisateurs peuvent recevoir des notifications par courriel chaque fois qu'un article intéressant est mis en vente. La période d'enchères pour la plupart des articles dure de 7 à 10 jours. La livraison est disponible par l'entremise de Purolator pour la plupart des petits articles et le coût varie selon la taille et l'emplacement de l'article.

Ensuite, on a interrogé les panélistes sur leur intérêt à l'égard de GCSurplus et sur la probabilité qu'ils l'utilisent dans les 12 prochains mois. Plus de quatre panélistes sur cinq ont manifesté de l'intérêt à l'égard de GCSurplus, dont 29 % se sont dits très intéressés et 56 % moyennement intéressés. En revanche, 15 % ont affirmé qu'ils ne sont pas intéressés par un site Web comme GCSurplus.

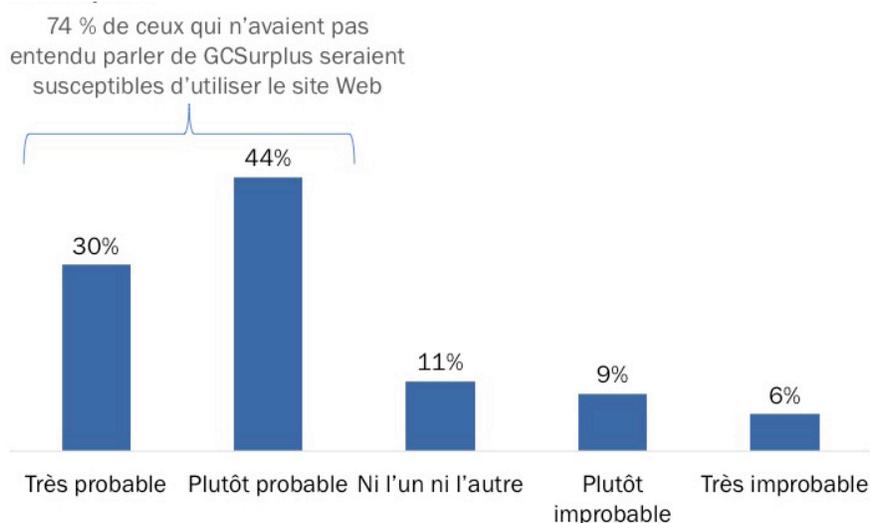
Figure 44 : Intérêt des non-utilisateurs de GCSurplus



Q7. Dans quelle mesure, le cas échéant, un site Web comme GCSurplus vous intéresse-t-il?  
Référence : Les répondants qui ne connaissent pas GCSurplus; n=953.

Un moins grand nombre de répondants, mais quand même une forte majorité (74 %), ont affirmé qu'il est très (30 %) ou assez (44 %) probable qu'ils utilisent GCSurplus dans les 12 prochains mois. Quinze pour cent ont peu de chances d'utiliser GCSurplus dans les 12 prochains mois et les autres (11 %) étaient ambivalents, se situant au milieu de l'échelle.

Figure 45 : Probabilité pour les non-utilisateurs d'utiliser GCSurplus



Q8. D'après ce que vous venez de lire au sujet de GCSurplus, quelle est la probabilité que vous utilisiez ce site Web en ligne pour chercher ou acheter des produits au cours des 12 prochains mois?

Référence : Les répondants qui ne connaissent pas GCSurplus; n=953.

#### Résultats des entrevues :

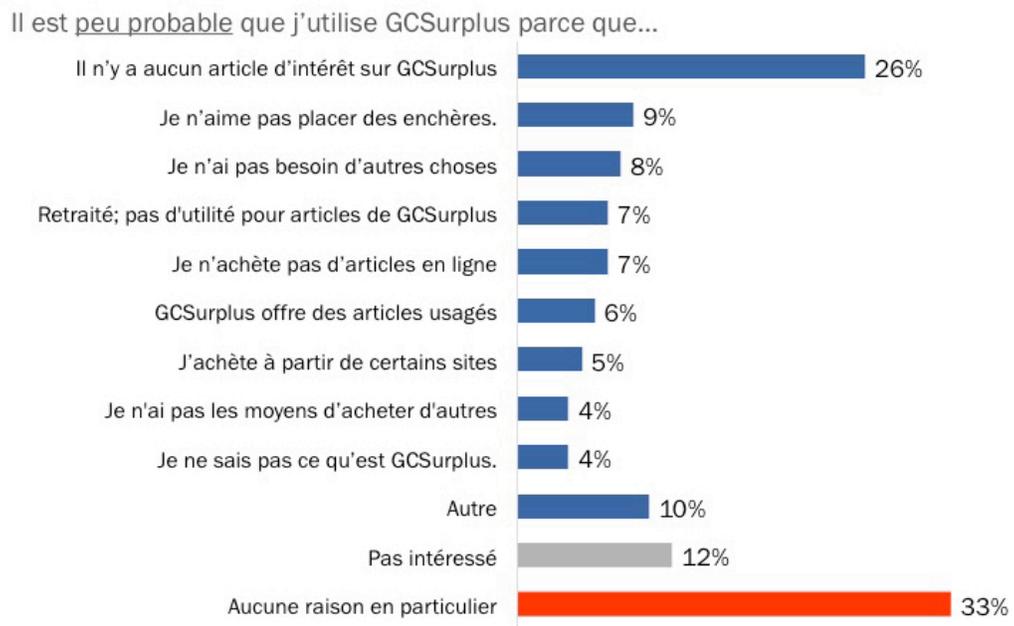
Presque toutes les personnes interrogées ont affirmé qu'elles utiliseraient probablement GCSurplus pour trouver ou acheter des produits au cours des 12 prochains mois. De plus, les participants étaient plus susceptibles de dire qu'ils utiliseraient GCSurplus pour naviguer à la recherche de biens ou pour vérifier les prix que pour placer une enchère ou acheter un article.

Les produits à l'égard desquels les répondants ont exprimé de l'intérêt comprennent les suivants :

- Mobilier de maison et de bureau
- Véhicules et véhicules récréatifs
- Informatique et électronique
- Objets d'art et d'artisanat
- Bijoux et montres
- Outils et équipements
- Équipement de lutte contre l'incendie - détecteurs de fumée.

Parmi les répondants qui ne pensaient pas utiliser GCSurplus (n=144), un tiers des répondants (33 %) n'ont pas pu indiquer une raison pour laquelle ils ne l'utiliseraient pas. Les répondants qui ont donné une raison étaient plus susceptibles d'indiquer que le site ne semblait pas avoir d'éléments d'intérêt pour eux (26 %) ou qu'ils ne sont tout simplement pas intéressés par GCSurplus (12 %). D'autres raisons ont été évoquées en proportions moindres et sont détaillées dans le graphique ci-dessous.

Figure 46 : Raisons pour lesquelles les non-utilisateurs sont peu susceptibles d'utiliser GCSurplus



Q9. Pourquoi pensez-vous qu'il est peu probable que vous utilisiez GCSurplus?

Référence : Les répondants qui ne sont pas susceptibles d'utiliser GCSurplus; n=144. [Réponses multiples acceptées.]

**Résultats des entrevues :**

Avant l'entrevue, on a demandé aux participants de visiter GCSurplus.ca et d'examiner le site. De nombreux participants ont eu une première impression positive de GCSurplus, et ils l'ont attribuée à la simplicité et à la facilité d'utilisation du site ou de navigation dans celui-ci. En fait, lorsqu'on leur a demandé explicitement si GCSurplus était facile à utiliser, presque tous les répondants ont répondu par l'affirmative. Un participant était d'avis que la section « Aide » pourrait être plus instructive. Parmi les autres aspects du site que les participants ont mentionnés pour expliquer leur impression positive, mentionnons la grande variété d'articles disponibles, l'organisation générale de GCSurplus, les photos des articles et les fonctions de recherche. Le fait que GCSurplus est géré par le gouvernement a été perçu favorablement par la plupart des participants. Cet aspect suggérait que l'on pouvait faire confiance au site - rappelons que l'incapacité à faire confiance au vendeur était l'une des faiblesses perçues par rapport à des sites comme eBay, Kijiji et Craigslist.

Les participants qui n'ont pas eu une première réaction positive à l'égard de GCSurplus l'ont attribuée à plusieurs facteurs, notamment : le type de biens à vendre, comme le volume des lots et des articles en vrac; l'apparence et la convivialité du site lui-même qui a été décrit comme étant « ennuyant »; le délai de réponse du serveur et le fait que le site n'est pas adapté aux technologies mobiles. Un participant n'a pas aimé l'exigence de créer un compte GCSurplus pour voir certaines catégories d'articles sur le site.

Lorsqu'on leur a demandé précisément ce qu'ils appréciaient de GCSurplus, la plupart des participants ont indiqué que le site était facile à utiliser, simple et très fonctionnel. D'autres ont aimé les photos et la description des articles disponibles. En outre, bon nombre de participants ont dit apprécier les sections « vendues récemment » et « fermeture aujourd'hui ». Par ailleurs, les participants ont aimé la variété des articles disponibles, l'organisation du site et les renseignements de livraison disponibles pour chaque produit. La fonction de recherche, y compris la possibilité de faire une recherche par emplacement, était attrayante pour certains participants. De plus, quelques personnes ont mentionné qu'elles aimaient le site en raison de son affiliation avec le gouvernement du Canada, ce qui leur procure un sentiment de sécurité. Parmi les autres raisons pour lesquelles les participants ont aimé GCSurplus, mentionnons la facilité du processus d'inscription et la présence de centres de ventes physiques un peu partout au Canada.

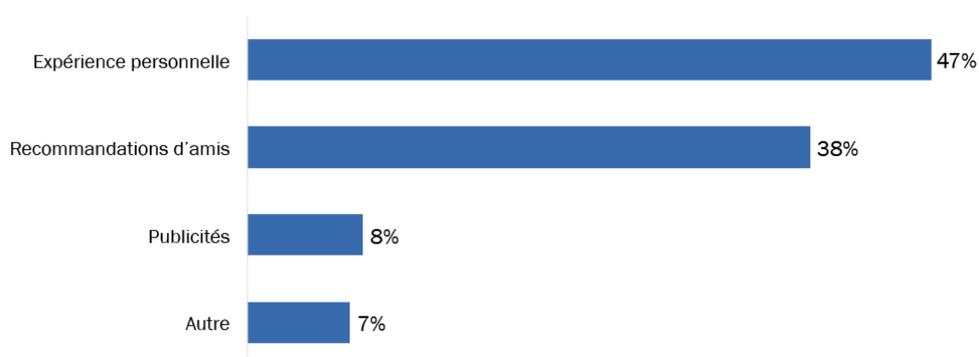
Malgré une rétroaction positive, lorsqu'on leur a demandé de le faire, les participants ont mentionné des aspects qu'ils n'aimaient pas au sujet de GCSurplus. Les principaux aspects que les participants n'aimaient pas de GCSurplus étaient les exigences d'offres minimales (perception qu'elles étaient élevées), les options de livraison limitées, la qualité des photos des produits, le fait que de nombreux articles sont offerts en lots volumineux ou en vrac, et l'aspect et la convivialité du site (qui a été décrit comme étant « ennuyant », « pas accueillant » ou « surchargé »). Plusieurs participants ont mentionné chacune de ces faiblesses perçues comme étant des faiblesses de GCSurplus. D'autres participants ont mentionné que les éléments suivants ne leur plaisaient pas : l'obligation de s'inscrire pour consulter les offres; la fonction de recherche, qui ne semble pas facile à utiliser; le manque d'information disponible sur le site, y compris l'information sur les paiements et l'état des offres et le fait qu'il s'agit d'une enchère à l'aveugle.

## Marketing et communications

### Expérience personnelle et recommandations d'amis - plus influents que les annonces.

Près de la moitié (47 %) des panélistes ont déclaré qu'ils seraient plus susceptibles de se fier à leur expérience personnelle pour déterminer s'il faut ou non essayer un nouveau produit ou service. Par ailleurs, plus d'un tiers des répondants (38 %) se fieraient aux recommandations d'amis, de membres de la famille ou de collègues. Relativement peu d'entre eux (8 %) ont affirmé qu'ils seraient plus susceptibles de se fier à de la publicité pour ce type d'information. Les répondants qui ont cité d'autres sources (7 %) ont affirmé qu'ils allaient faire des recherches ou lire des critiques sur le produit ou le service en question.

Figure 47 : Influence des nouveaux produits/services

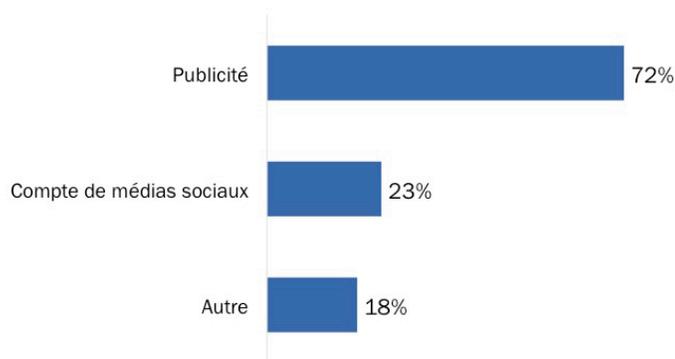


Q10. Lequel des éléments suivants est le plus susceptible de vous aider à obtenir de l'information lorsque vous envisagez d'essayer ou non un nouveau produit ou service?  
Référence : Tous les répondants; n=1 013.

## Publicité préférée aux médias sociaux pour entendre parler de nouveaux produits ou services.

Près des trois quarts des panélistes (72 %) ont affirmé qu'ils préféreraient entendre parler de nouveaux produits ou services par le biais de la publicité. Par ailleurs, près du quart des panélistes (23 %) préféreraient en entendre parler par l'entremise de leur compte de médias sociaux. Un panéliste sur cinq (18 %) se fierait à d'autres canaux de commercialisation pour connaître les nouveaux produits ou services, y compris les notifications par courriel, les recommandations de membres de la famille et d'amis ou les recherches personnelles.

Figure 48 : Préférence à l'égard des canaux de commercialisation

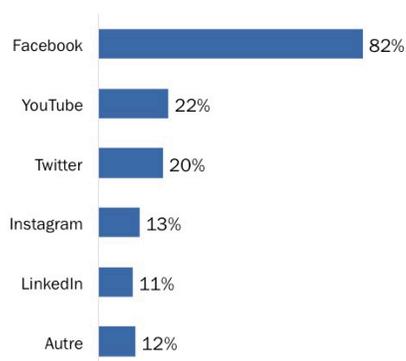


Q11. Comment préférez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?  
Référence : Tous les répondants; n=1 013. [Réponses multiples acceptées.]

## Les répondants qui préfèrent les médias sociaux estiment que Facebook est la meilleure plateforme.

Parmi les répondants qui préfèrent les médias sociaux (n=234), environ quatre sur cinq (82 %) ont indiqué que Facebook est leur canal préféré pour entendre parler de nouveaux produits ou services. Les autres canaux de médias sociaux ont été mentionnés par beaucoup moins de répondants, comme le montre le graphique ci-dessous.

Figure 49 : Chaînes de médias sociaux préférées

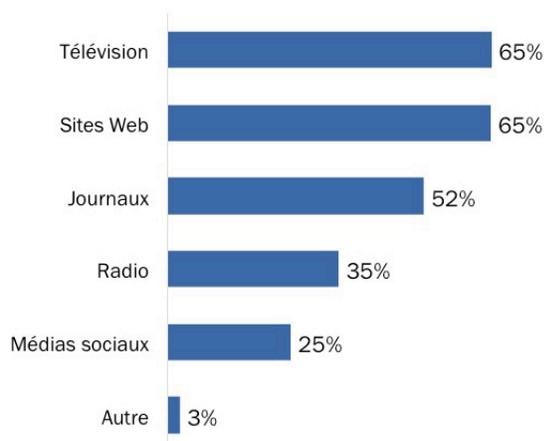


Q11a. Par l'intermédiaire de quels médias sociaux préféreriez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?  
Référence : Répondants qui préfèrent les médias sociaux; n=234. [Réponses multiples acceptées.]

## Sites Web et télévision - les canaux de publicité préférés de la plupart des répondants.

Parmi ceux qui ont exprimé une préférence pour la publicité (n=731), les deux tiers ont affirmé qu'ils se fieraient à des sites Web (65 %) et à la télévision (65 %) pour entendre parler de nouveaux produits ou services. Par ailleurs, 52 % préféreraient recevoir cette information à partir des journaux et un tiers (34 %) à partir de la radio. Exactement un quart de ceux qui préfèrent entendre parler de nouveaux produits ou services par le biais de la publicité aimeraient recevoir cette information à partir de leurs canaux de médias sociaux.

Figure 50 : Canaux de publicité préférés



Q11b. Par quels canaux de publicité préféreriez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?  
Référence : Répondants qui préfèrent la publicité; n=731. [Réponses multiples acceptées.]

### Résultats des entrevues :

Lorsqu'on a demandé aux participants d'indiquer les meilleurs moyens d'informer les Canadiens au sujet de GCSurplus, la plupart d'entre eux ont suggéré d'utiliser la publicité en ligne, en particulier les médias sociaux et les bannières publicitaires sur le site Web. Les plateformes de médias sociaux comme Facebook, Twitter et Instagram ont été mentionnées ainsi que l'optimisation des moteurs de recherche (SEO) pour aider à mieux faire connaître GCSurplus. De plus, certains participants ont suggéré de faire de la publicité pour GCSurplus sur des sites semblables, comme eBay, Kijiji ou Craigslist, ou sur d'autres sites du gouvernement du Canada.

En plus des méthodes numériques, quelques participants ont suggéré d'utiliser les médias traditionnels pour renseigner les Canadiens sur GCSurplus. Les annonces à la télévision et à la radio ont été les principales suggestions, bien que quelques participants aient suggéré le courrier, comme un dépliant de type « Connaissez-vous GCSurplus? » Un participant estimait pour sa part que les panneaux d'affichage et les magazines sont une bonne façon de faire connaître GCSurplus, et un autre a suggéré que la publicité s'adresse aux petites entreprises. En ce qui concerne les petites entreprises, celui-ci a expliqué que GCSurplus offre à la vente des articles qui pourraient être utilisés par une nouvelle entreprise. Pour cette raison, il a été suggéré de faire la promotion de GCSurplus auprès de nouveaux propriétaires d'entreprises lorsqu'ils enregistrent leur société auprès du gouvernement du Canada.

Après avoir interrogé les participants sur les canaux à utiliser pour promouvoir GCSurplus, on leur a demandé quelle serait leur opinion du site si l'on créait des communications conçues pour encourager les gens à consulter GCSurplus. Les participants ont cerné divers aspects et caractéristiques du site à promouvoir lors de la

création de communications relatives à GCSurplus. Plusieurs ont mentionné les articles uniques et de grande qualité offerts à la vente sur GCSurplus. Plus précisément, la plupart estimaient que ces communications devraient promouvoir la variété des articles offerts sur le site et l'éventail des catégories disponibles dans lesquelles les utilisateurs peuvent consulter et acheter des articles. D'autres ont suggéré que la publicité sur GCSurplus soit axée sur la facilité d'utilisation et de navigation du site. Il ne faut pas oublier que pratiquement toutes les personnes interrogées estimaient que le site était facile à utiliser.

La promotion de l'avantage de prix et des « offres » disponibles par l'intermédiaire de GCSurplus a également été mentionnée comme un argument de vente clé - par exemple, « des articles de qualité à bon prix ». Plusieurs participants ont suggéré de promouvoir le fait que GCSurplus est un site exploité par le gouvernement (c.-à-d. que les utilisateurs peuvent se sentir en sécurité lorsqu'ils placent une enchère parce que le vendeur est digne de confiance, contrairement à d'autres sites en ligne où l'on en connaît moins sur le vendeur), l'aspect relatif au recyclage (c.-à-d. la vente de biens excédentaires) et l'aspect relatif au recouvrement des coûts (c.-à-d. la vente de biens déjà achetés permet de recouvrer une partie du coût d'achat).

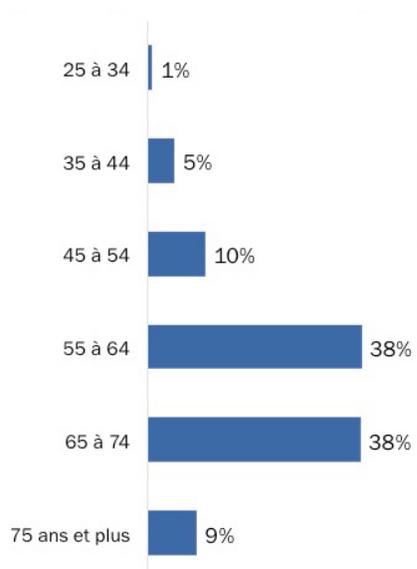
## Suggestions pour améliorer GCSurplus

On a demandé aux participants aux entrevues s'ils avaient des suggestions pour améliorer le site et le service en ligne afin de le rendre plus utile. La seule suggestion visant à améliorer GCSurplus mentionnée à plusieurs reprises est de rendre la fonction de recherche spécifique à l'emplacement. Cela permettrait aux utilisateurs de ne chercher que des articles d'intérêt dans leur région ou leur ville. D'autres suggestions ont été formulées moins fréquemment : offrir des options de livraison moins coûteuses; afficher de meilleures photos des produits; faire de GCSurplus une plateforme plus interactive et intuitive (comme les services commerciaux); ajouter une option de type « acheter maintenant »; fournir de meilleures descriptions de produits; offrir moins de lots volumineux ou d'articles en vrac et offrir plus d'options de paiement.

Presque tous les répondants aimeraient être informés lorsque de nouveaux produits sont ajoutés à GCSurplus. Ceux qui voulaient être avisés ont suggéré le plus souvent la notification, sur une base mensuelle, de préférence. En revanche, certains participants aimeraient être avisés chaque semaine, et l'un d'eux préférerait recevoir des notifications quotidiennes. Le courriel était la méthode de notification préférée, bien que plusieurs participants aient suggéré que les notifications par message texte (c.-à-d. SMS ou MMS) au sujet des nouveaux produits seraient acceptables. En ce qui concerne le contenu, les participants ont suggéré que les notifications comprennent des liens vers des articles d'intérêt, des photos et des descriptions d'articles et indiquent les articles convoités (comme le plus grand nombre d'enchères ou d'articles consultés). La plupart de ceux qui ont préféré les notifications par courriel ont suggéré qu'il soit possible que les utilisateurs définissent des préférences leur permettant de recevoir des mises à jour sur des catégories de produits ou des articles d'intérêt précis. Quelques-uns aimeraient être informés de l'ajout de tous les nouveaux articles à GCSurplus.

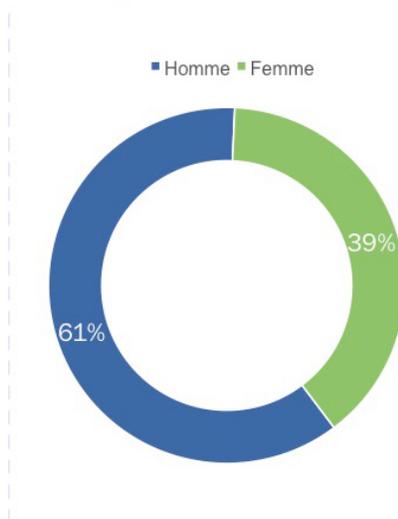
## Profil des répondants

Figure 51 : Âge des répondants



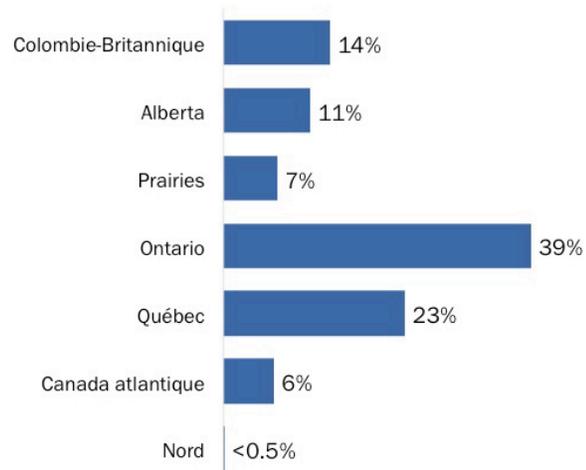
Scr1. À quel groupe d'âge appartenez-vous?  
Référence : Tous les répondants; n=1 013.

Figure 52 : Sexe des répondants



Scr2. Êtes-vous...?  
Référence : Tous les répondants; n=1 013.

Figure 53 : Région des répondants



Scr3. Où êtes-vous situé?  
Référence : Tous les répondants; n=1 013.

### 3. Anciens clients

<b>Q1. Vous avez mentionné que vous n'avez pas ouvert de session sur GCSurplus au cours des 12 derniers mois. Pour quelle raison? [n=15]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Aucune raison en particulier	7	47 %
Pas besoin	4	27 %
Je n'ai jamais rien acheté/les articles à vendre ne m'intéressent pas.	2	13 %
J'utilise d'autres sites en ligne	2	13 %
Je ne me souviens plus de mon mot de passe	2	13 %
Frustrations/problèmes liés au service à la clientèle	1	7 %
Trop compliqué à utiliser	1	7 %
Cela ne fait plus partie de mes responsabilités professionnelles.	1	7 %
Questions de santé	1	7 %
Questions d'accessibilité	1	7 %
Autre	2	13 %

<b>Q2. Qu'est-ce qui vous encouragerait à utiliser GCSurplus à l'avenir? [n=15]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
De meilleures photos que l'on peut agrandir	5	33 %
Plus d'options de livraison	4	27 %
L'option permettant de voir les enchères placées par d'autres	4	27 %
Un site plus rapide et plus facile à utiliser	1	7 %
Rien, il est peu probable que j'utilise GCSurplus.	2	13 %
Autre	4	27 %

<b>Q3. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé l'un des sites Web suivants pour chercher ou acheter des articles? [n=15]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Kijiji	10	67 %
eBay	9	60 %
Craigslist	2	13 %
Autre	5	33 %
Aucune de ces réponses	2	13 %

<b>Q4. Qu'est-ce que vous aimez de ces sites? [n=11]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
La variété des biens disponibles à la vente	11	85 %
La facilité de trouver ce qu'on cherche	7	54 %
La vitesse du site	5	38 %
Les photos des articles	4	31 %
La fonction de recherche	3	23 %
Autre	2	15 %

<b>Q5. En général, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez les services en ligne fournis par le gouvernement, les entreprises et d'autres organismes par l'entremise de leurs sites Web? Nous entendons par là des services transactionnels comme des services bancaires en ligne, des services d'achat en ligne ou de paiement de factures en ligne. [n=15]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Régulièrement ou systématiquement	7	47 %
Quelquefois seulement	4	27 %
Rarement	4	27 %

<b>Q6. Les autres services en ligne que vous utilisez ont-ils des caractéristiques qui, selon vous, pourraient être intégrées à GCSurplus? [n=11]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Oui	4	36 %
Non	2	18 %
Je ne suis pas certain	5	46 %

<b>Q7. Enfin, avez-vous des suggestions pour améliorer GCSurplus? Par exemple, y a-t-il des caractéristiques que vous aimeriez voir ajoutées à GCSurplus, ou des améliorations à apporter à certains aspects du service existant? [n=15]</b>		
	<b>n</b>	<b>%</b>
Oui	5	47 %
Aucune suggestion	8	27 %
Je ne suis pas certain	2	27 %

## Annexe

---



## Annexe 1 : Instruments de recherche quantitatifs

### 1a : Sondage auprès des clients actuels et des anciens clients

#### Page d'introduction

Merci d'avoir accepté de participer à ce bref sondage sur GCSurplus. Cette enquête est à participation volontaire et elle est menée pour le compte du gouvernement du Canada. Votre participation aidera à améliorer le service en ligne.

Nous avons prévu qu'il vous faudra environ 10 minutes pour répondre aux questions du sondage et il est enregistré auprès du **systeme national d'enregistrement des sondages\***. Soyez assurés que toutes les opinions resteront anonymes et ne vous seront pas attribuées de manière personnelle. Veuillez cliquer ici pour consulter l'Avis de confidentialité du sondage auprès des utilisateurs du gouvernement du Canada.

Cette recherche est menée par Phoenix Strategic Perspectives, une firme de recherche canadienne indépendante. Si vous avez des questions au sujet du sondage, vous pouvez communiquer avec Phoenix Strategic Perspectives à [research@phoenixspi.ca](mailto:research@phoenixspi.ca). Pour consulter notre politique de confidentialité, cliquez ici.

Votre aide est grandement appréciée et nous attendons vos commentaires avec impatience.

Veuillez cliquer sur « Suivant » pour commencer l'enquête.

#### NOTES DE PROGRAMMATION :

##### \* HYPERLIEN DU SYSTÈME NATIONAL D'ENREGISTREMENT DES SONDAGES. TEXTE :

Le système d'enregistrement a été créé par le secteur de la recherche par sondage afin de permettre au public de vérifier la légitimité d'un sondage, de se renseigner sur le secteur ou de déposer une plainte. Le numéro sans frais du système d'enregistrement est le 1-800-554-9996. Cliquez ici si vous souhaitez vérifier l'authenticité de ce sondage.

**LES TITRES DES SECTIONS NE DEVRAIENT PAS APPARAÎTRE À L'ÉCRAN DES RÉPONDANTS.**

**NE PAS AFFICHER LES NUMÉROS DE QUESTIONS À L'ÉCRAN DES RÉPONDANTS.**

**INCLURE UNE BARRE DE PROGRESSION.**

**TOUTES LES QUESTIONS SONT OBLIGATOIRES.**

### Questions de présélection

Scr1. Êtes-vous un utilisateur inscrit de GCSurplus? Pour être un utilisateur inscrit de GCSurplus, vous devrez remplir un formulaire en ligne pour créer votre compte.

- Oui
- Non REMERCIEMENT/FERMER LA SESSION
- Je ne suis pas certain REMERCIEMENTS/FERMER LA SESSION

#### ÉCRAN DE FIN DE SESSION :

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à ce sondage, mais vous devez être un utilisateur inscrit de GCSurplus pour y participer.

Scr2. Êtes-vous un employé du gouvernement du Canada?

- Oui
- Non

Scr3. En vous reportant à votre utilisation de GCSurplus au cours des 12 derniers mois, lequel des éléments suivants s'applique à votre situation...

#### Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Parcourir les articles à vendre\*.
- Placer une enchère sur des articles\*.
- S'être vu attribuer un article\*.
- Je n'ai pas ouvert de session sur GCSurplus au cours des 12 derniers mois\*\*.

\*SI UNE RÉPONSE OU PLUS EST SÉLECTIONNÉE, PASSEZ AU SONDRAGE DES CLIENTS [QUOTA - n=800].

\*\*ALLER AU SONDRAGE AUPRÈS DES ANCIENS CLIENTS [QUOTA - n=200].

## Sondage auprès des clients

### Expérience avec GCSurplus

Pour commencer,

1. Comment avez-vous entendu parler de GCSurplus pour la première fois?
  - Bouche-à-oreille (p. ex. d'un ami ou d'un collègue)
  - Recherche sur Internet
  - Navigation sur les sites Web du gouvernement du Canada
  - [N’AFFICHER QUE POUR LES EMPLOYÉS DU GC] Notification de mon ministère/organisme
  - [N’AFFICHER QUE POUR LES EMPLOYÉS DU GC] Séance d’information par GCSurplus
  - D’une autre façon. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
  - Je ne suis pas certain.
  
2. Depuis combien de temps êtes-vous un utilisateur inscrit de GCSurplus?
  - Moins d’un an
  - 1 à 2 ans
  - 3 à 5 ans
  - Plus de 5 ans
  - Je ne suis pas certain.
  
3. A-t-il été facile ou difficile de s’inscrire à GCSurplus?
  - Très difficile
  - Assez difficile
  - Ni difficile ni facile
  - Assez facile
  - Très facile
  - Je ne me rappelle pas

[DEMANDER SI L’INSCRIPTION A ÉTÉ DIFFICILE]

4. Vous avez dit qu’il était difficile de s’inscrire à GCSurplus. Pourquoi était-ce difficile?

#### **Cochez toutes les réponses qui s’appliquent**

- Je n’ai pas reçu de courriel de confirmation pour activer mon compte.
- On m’a demandé de fournir trop de renseignements.
- J’ai eu du mal à choisir un mot de passe.
- J’ai eu de la difficulté à lire ou à comprendre les instructions d’inscription.
- Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE].
  
- Je ne suis pas certain.

5. Pour laquelle des raisons suivantes avez-vous utilisé GCSurplus?

**Cochez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Pour des intérêts personnels
- Au nom d'une entreprise ou d'une autre organisation
- Pour d'autres raisons. Veuillez préciser \_\_\_\_\_.

6. Au cours de la dernière année, combien de fois vous êtes-vous connecté à GCSurplus pour chercher sur le site des produits qui vous intéressent?

- Une seule fois
- 2 à 5 fois
- 6 à 10 fois
- 11 à 20 fois
- 21 à 50 fois
- 51 à 100 fois
- Plus de 100 fois
- Je ne suis pas certain

[FRÉQUENCE DES QUOTAS D'UTILISATION À DÉTERMINER À LA SUITE DU PRÉTEST; LE PRÉTEST NOUS DONNERA UNE IDÉE DE LA RÉPARTITION].

[QUESTION POUR CEUX QUI ONT UTILISÉ LE SITE PLUS DE 10 FOIS]

7. En moyenne, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez GCSurplus?

- Au moins une fois par jour
- Plusieurs fois par semaine
- Environ une fois par semaine
- Quelques fois par mois
- Moins de quelques fois par mois

8. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre utilisation de GCSurplus?

- En général, je ne me connecte que lorsque je cherche quelque chose de précis.
- Je me connecte de temps en temps pour consulter les nouveautés **et** quand j'ai besoin de quelque chose de précis.

9. Quel type d'articles avez-vous tendance à chercher sur GCSurplus?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Machines et équipements agricoles
- Avions, composants de cellules, pièces et instruments.
- Bateaux et navires
- Livres, cartes et autres publications
- Matériaux de construction, quincaillerie et peinture
- Voitures et camions légers
- Produits chimiques
- Équipement d'ordinateurs, pièces et accessoires
- Équipements et fournitures électriques, moteurs, générateurs, transformateurs

Équipement et fournitures électroniques et de communication  
Équipement de lutte contre les incendies, de sécurité et de sauvetage  
Équipement de pêche  
Combustibles, huile et lubrifiants  
Outils manuels, équipement d'atelier d'entretien et de réparation  
Machinerie lourde  
Appareils électroménagers, équipement de préparation et de service des aliments  
Bijoux, pièces de collection, œuvres d'art et d'artisanat  
Machines-outils  
Équipement et fournitures pour bateaux  
Équipement de manutention  
Équipement médical, dentaire, scientifique, de laboratoire  
Équipements divers  
Motocyclettes  
Instruments et accessoires de musique  
Mobilier et équipement de bureau, ameublement d'habitation  
Équipement et fournitures photographiques, optiques et d'arpentage  
Équipement de plomberie, de chauffage, de réfrigération et de climatisation  
Métaux précieux  
Équipement d'imprimerie  
Véhicules récréatifs  
Rebuts métalliques  
Rebuts non métalliques  
Rebuts de papier  
Rebuts de textiles  
Équipement de sport et de camping  
Textiles, cuir, fourrure, vêtements et chaussures  
Remorques  
Pièces et accessoires de véhicules, pneus et chambres à air

10. Au cours de la dernière année, avez-vous placé des enchères ou obtenu des articles dans les catégories suivantes?

[INSÉRER LES CATÉGORIES D'ARTICLES DE LA Q9]

DISPOSITION DE LA GRILLE; OPTIONS DE RÉPONSE :

A placé une enchère, mais n'a pas acheté  
Attribué  
Consulté seulement  
Ne se rappelle pas

À CEUX QUI SE SONT VU ATTRIBUER DES ARTICLES :

11. Toujours en vous reportant aux 12 derniers mois, environ combien d'articles vous ont été attribués par GCSurplus?

- s'est vu attribuer un article
- s'est vu attribuer de 2 à 5 articles
- s'est vu attribuer de 6 à 10 articles
- s'est vu attribuer de 11 à 20 articles

- s'est vu attribuer de 21 à 50 articles
- s'est vu attribuer de 51 à 100 articles
- s'est vu attribuer plus de 100 articles
- Je ne suis pas certain

### Évaluations globales de GCSurplus

En vous reportant à votre utilisation de GCSurplus au cours des dernières années :

12. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait ou insatisfait des aspects suivants de GCSurplus?

[PRÉSENTER LES ÉLÉMENTS PAR ROTATION]

- a) Les notifications par courriel de GCSurplus
- b) La possibilité de rechercher des éléments par mot-clé, emplacement, date d'affichage ou date de clôture, ou type
- c) Le processus d'enchère sur un article
- d) Les détails du lot ou les descriptions des articles
- e) Les photos des articles
- f) La fréquence à laquelle de nouveaux articles deviennent disponibles dans les catégories d'intérêt
- g) Le coin de l'acheteur qui permet de suivre les offres actuelles et passées
- h) Le processus de paiement d'un article en ligne
- i) La durée de la période d'enchères
- j) Les options de livraison des articles
- k) Les options de ramassage des articles

DISPOSITION DE LA GRILLE; OPTIONS DE RÉPONSE :

- 1-Très insatisfait(e)
- 2
- 3-Neutre
- 4
- 5-Très satisfait
- Sans objet

AUX RÉPONDANTS QUI ONT FOURNI UNE NOTE DE 1 À 3 POUR UN ÉLÉMENT DE LA QUESTION Q12 :

13. Vous avez dit que vous n'êtes pas satisfait de [INSÉRER L'ARTICLE DE LA Q12]. Pour quelle raison?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

[UTILISER LES OPTIONS DE RÉPONSE CI-DESSOUS DE A-J]

- a) Les notifications par courriel de GCSurplus.
  - Je ne savais pas que c'était disponible.
  - Je reçois trop de notifications par courriel.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].

- b) La possibilité de rechercher des articles par mot-clé, emplacement, date d'affichage ou date de clôture, ou type.
- Trop de résultats qui ne sont pas pertinents.
  - La recherche est trop lente.
  - Des champs de recherche supplémentaires sont nécessaires.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- c) Le processus d'enchère sur un article.
- J'ai eu du mal à comprendre le processus.
  - Je n'aime pas ne pas pouvoir voir les enchères des autres.
  - Je ne savais pas que je pouvais augmenter ou réduire mon enchère avant la clôture de la vente.
  - Je ne peux pas retirer une offre.
  - Trouver un montant qui n'a pas déjà été utilisé pour placer une enchère.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- d) Les détails du lot ou les descriptions des articles.
- Il n'y a pas toujours assez d'information.
  - L'information technique a besoin d'être clarifiée.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- e) Les photos d'objets.
- La qualité est médiocre.
  - Je ne peux pas agrandir suffisamment les photos.
  - Les articles ne sont pas tous accompagnés de photos.
  - Certains articles devraient être accompagnés de plusieurs photos.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- f) Le coin de l'acheteur qui permet de suivre les offres actuelles et passées.
- Il manquait des offres.
  - Je ne savais pas qu'il y avait des messages dans le centre de messages.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- g) Le processus de paiement d'un article en ligne.
- Je ne pouvais pas utiliser une carte de crédit prépayée.
  - Le système s'est arrêté.
  - Je n'ai pas reçu de confirmation de transaction réussie.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- h) La durée de la période d'enchères.
- Trop courte.
  - Trop longue.

- Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- i) Livraison de votre article.
  - La livraison n'est pas offerte pour tous les articles.
  - Je n'aime pas l'expéditeur utilisé par GCSurplus.
  - Mes options sont limitées si la livraison n'est pas disponible.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].
- j) Ramassage de l'article.
  - La livraison n'est pas offerte pour tous les articles.
  - Le lieu de ramassage n'est pas pratique.
  - Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].

14. Dans l'ensemble, quel est votre degré de satisfaction à l'égard de GCSurplus?

- 1-Très insatisfait
- 2
- 3-Neutre
- 4
- 5-Très satisfait
- Sans objet

15. Au cours de la dernière année, avez-vous eu des difficultés ou des problèmes à utiliser GCSurplus?

- Oui
- Non      PASSER LA QUESTION SUIVANTE

16. Quel type de difficulté ou de problème avez-vous eu en utilisant GCSurplus?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Le site se charge lentement
- Le site n'est pas facile à parcourir
- Il est difficile de trouver des articles
- La qualité de la photo est médiocre
- Difficulté d'accès à la section Aide
- L'information n'est pas organisée de manière logique
- Problèmes de paiement
- Problèmes avec le service à la clientèle
- Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].

17. Au cours de la dernière année, avez-vous ouvert une session dans GCSurplus pour consulter ou modifier les renseignements sur votre compte?

- Oui
- Non      PASSER LA QUESTION SUIVANTE
- Je ne suis pas certain      PASSER LA QUESTION SUIVANTE

18. A-t-il été facile ou difficile de consulter ou de modifier les renseignements sur votre compte?

- Très difficile
- Assez difficile
- Ni difficile ni facile
- Assez facile
- Très facile
- Impossible de se rappeler

[À POSER SI DIFFICILE]

19. Vous avez dit qu'il était difficile de consulter ou de modifier les renseignements sur votre compte GCSurplus. Pourquoi était-ce difficile?

[ZONE DE TEXTE]

- Je ne suis pas certain.

20. Dans quelle mesure êtes-vous susceptible de recommander GCSurplus à un ami ou à un collègue? Veuillez utiliser une échelle de 11 points où « 0 » signifie pas du tout probable, « 10 » signifie très probable et « 5 » signifie neutre.

Pas du tout probable											Très probable
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<input type="radio"/>										

### Concurrents

21. Au cours des deux dernières années, avez-vous utilisé l'un des sites Web suivants pour chercher ou acheter des articles?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Kijiji
- Craigslist
- eBay
- Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- Aucune des réponses ci-dessus\*.

\*PASSER À LA SECTION SUIVANTE

22. Qu'est-ce que vous aimez à propos de [SI UN SEUL SITE EST SÉLECTIONNÉ, INSÉRER CE SITE/SI PLUSIEURS SITES SONT SÉLECTIONNÉS, INSÉRER : ces sites]?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Le processus d'inscription est simple
- Il est facile d'obtenir de l'aide pour un problème technique
- La variété des articles disponibles à la vente

- Les photos des articles
- Il est facile de trouver ce que je cherche
- La fonction de recherche
- La vitesse du site
- Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

23. Comment GCSurplus se compare-t-il à [SI UN SEUL SITE EST SÉLECTIONNÉ, INSÉRER CE SITE/SI PLUSIEURS SITES SONT SÉLECTIONNÉS, INSÉRER : ces sites]? Est-ce que GCSurplus est...?

SI UN (1) SITE EST UTILISÉ :

- Mieux
- Équivalent
- Pire

SI PLUSIEURS SITES SONT UTILISÉS :

DISPOSITION :

[LIGNE]  
Kijiji  
Craigslist  
eBay

[COLONNE]  
Mieux  
Équivalent  
Pire

24. Pourquoi GCSurplus est [INSÉRER : mieux/moins bien] que [INSÉRER LE SITE / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : ces sites]?

[ZONE DE TEXTE]

- Je ne suis pas certain

25. Lorsque vous pensez à GCSurplus, quel mot ou quelle image vous vient à l'esprit?

[ZONE DE TEXTE]

- Je ne suis pas certain

### Améliorations et suggestions

26. En général, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez les services en ligne par l'entremise d'autres sites Web? Nous entendons par là des services transactionnels comme des services bancaires en ligne, des services d'achats en ligne ou de paiement de factures en ligne.

- Régulièrement ou systématiquement
- Quelquefois seulement

- Rarement            PASSER LA QUESTION SUIVANTE
- Jamais                PASSER LA QUESTION SUIVANTE

27. Les autres services en ligne que vous utilisez ont-ils des caractéristiques qui, selon vous, pourraient être intégrées à GCSurplus?

- Oui.  
   Veuillez décrire ces caractéristiques : [ZONE DE TEXTE]
- Non
- Je ne suis pas certain

28. Avez-vous des suggestions pour améliorer GCSurplus? Par exemple, y a-t-il des caractéristiques que vous aimeriez voir ajoutées à GCSurplus, ou des améliorations à certains aspects du service existant?

- [ZONE DE TEXTE]
- Aucune suggestion
  - Je ne suis pas certain

### Contexte

Les questions qui suivent sont posées pour obtenir des renseignements de nature générale. Toutes les réponses demeureront confidentielles.

29. Où êtes-vous situé?

- Canada  
   [liste alphabétique des provinces/territoires].
- États-Unis
- Ailleurs. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- Préfère ne pas répondre

POSER LES 2 PROCHAINES QUESTIONS SI ON A RÉPONDU ENTREPRISE/ORGANISATION À LA Q5 :

30. Vous avez mentionné que vous utilisez GCSurplus au nom d'une entreprise ou d'une autre organisation. Environ combien d'employés travaillent pour votre entreprise ou organisation au Canada? Veuillez inclure les employés à temps partiel comme équivalents temps plein.

- 1 (c.-à-d. travailleur autonome)
- 2 à 4
- 5 à 9
- 10 à 19
- 20 à 49
- 50 à 99
- 100 ou plus
- Préfère ne pas répondre

31. Quel est le principal secteur d'activité de votre entreprise ou organisation?

- Hébergement et services de restauration
- Services administratifs et de soutien, services de gestion des déchets et d'assainissement

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- Arts, spectacles et loisirs
- Construction
- Services d'enseignement
- Finances et assurances
- Soins de santé et assistance sociale
- Industries de l'information et de la culture
- Gestion de sociétés et d'entreprises
- Fabrication
- Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz
- Autres services (sauf les administrations publiques)
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Administration publique
- Services immobiliers et services de location et de location à bail
- Commerce de détail
- Transport et entreposage
- Services d'utilité publique
- Commerce de gros
- Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].

32. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

- 8<sup>e</sup> année ou moins
- Études secondaires partielles
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Apprenti inscrit, ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire.
- Certificat ou diplôme universitaire inférieur au niveau du baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études supérieures
- Préfère ne pas répondre

33. Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?

- Anglais
- Français
- Autre
- Préfère ne pas répondre

34. Habitez-vous dans...

- ...une collectivité urbaine?
- ...une collectivité rurale?
- ...une collectivité éloignée ou isolée?
- Préfère ne pas répondre

35. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

- 18 à 24
- 25 à 34
- 35 à 44

- 45 à 54
- 55 à 64
- 65 ans ou plus
- Préfère ne pas répondre

36. Êtes-vous?

- Homme
- Femme
- Autre
- Préfère ne pas répondre

## Page de fermeture

---

Le sondage est terminé. Au nom de GCSurplus, nous vous remercions d'avoir pris le temps de partager vos commentaires. [LIEN À <https://www.gcsurplus.ca/mn-fra.cfm/>]



## Sondage auprès des anciens clients

1. Vous avez mentionné que vous n'avez pas ouvert de session sur GCSurplus au cours des 12 derniers mois. Pour quelle raison?

### Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Je n'ai jamais rien acheté/les articles à vendre ne m'intéressent pas
- Frustrations/problèmes liés au service à la clientèle
- Trop compliqué à utiliser
- J'utilise d'autres sites en ligne
- Cela ne fait plus partie de mes responsabilités professionnelles
- Je ne me souviens plus de mon mot de passe
- Questions de santé
- Questions d'accessibilité
- Pas besoin
- Aucune raison en particulier
- Pour une autre raison. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

2. Qu'est-ce qui vous encouragerait à utiliser GCSurplus à l'avenir?

### Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Plus d'options de livraison. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- Plus d'options de paiement. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- De meilleures photos qu'on peut agrandir
- Un site Web plus rapide et plus facile à utiliser
- L'option de voir les enchères des autres
- Rien, je ne suis pas susceptible d'utiliser GCSurplus.
- Quelque chose d'autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

3. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé l'un des sites Web suivants pour chercher ou acheter des articles?

### Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Kijiji
- Craigslist
- eBay
- Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- Aucune de ces réponses\*.

\*PASSER LA QUESTION SUIVANTE

4. Qu'est-ce que vous aimez [SI 1 ÉLÉMENT EST SÉLECTIONNÉ, INSÉRER NOM/SI PLUSIEURS ÉLÉMENTS SONT SÉLECTIONNÉS, INSÉRER : ces sites]?

**Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent**

- Le processus d'inscription est simple
  - Il est facile d'obtenir de l'aide pour un problème technique.
  - La variété des articles disponibles à la vente
  - Les photos des articles
  - Il est facile de trouver ce que je cherche.
  - La fonction de recherche
  - La vitesse du site
  - Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
5. En général, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez les services en ligne par l'entremise d'autres sites Web? Nous entendons par là des services transactionnels comme des services bancaires en ligne, des services d'achats en ligne ou de paiement de factures en ligne.
- Régulièrement ou systématiquement
  - Quelquefois seulement
  - Rarement                   PASSER LA QUESTION SUIVANTE
  - Jamais                        PASSER LA QUESTION SUIVANTE
6. Les autres services en ligne que vous utilisez ont-ils des caractéristiques qui, selon vous, pourraient être intégrées à GCSurplus?
- Oui.  
Veuillez décrire ces caractéristiques : [ZONE DE TEXTE]
  - Non
  - Je ne suis pas certain
7. Enfin, avez-vous des suggestions pour améliorer GCSurplus? Par exemple, y a-t-il des caractéristiques que vous aimeriez voir ajoutées à GCSurplus, ou des améliorations à certains aspects du service existant?
- [ZONE DE TEXTE]
- Aucune suggestion
  - Je ne suis pas certain

-AJOUTER DES EXEMPLES DE QUESTIONS APPROPRIÉS

## 1b : Sondage auprès des non-clients

### Page d'accueil

Langue. Veuillez choisir la langue dans laquelle vous souhaitez répondre au sondage.

- Anglais
- Français

### Page d'introduction au sondage

Merci d'avoir accepté de participer à ce bref sondage. Cette enquête est à participation volontaire et elle est menée pour le compte du gouvernement du Canada.

Nous avons prévu qu'il vous faudra environ 5 minutes pour répondre aux questions du sondage et il est enregistré auprès du système national d'enregistrement des sondages\*. Soyez assurés que toutes les opinions resteront anonymes et ne vous seront pas attribuées de manière personnelle.

Veuillez cliquer sur « Suivant » pour commencer l'enquête.

#### NOTES DE PROGRAMMATION :

\*L'HYPERLIEN OUVRE UNE NOUVELLE FENÊTRE ET PRÉSENTE LE TEXTE SUIVANT :

Le système d'enregistrement a été créé par le secteur de la recherche par sondage afin de permettre au public de vérifier la légitimité d'un sondage, de se renseigner sur le secteur ou de déposer une plainte. Le numéro sans frais du système d'enregistrement est le 1-800-554-9996. Cliquez [ici](#)\*\*\*si vous souhaitez vérifier l'authenticité de ce sondage.

\*\*L'HYPERLIEN OUVRE UNE NOUVELLE FENÊTRE ET PRÉSENTE LA POLITIQUE RELATIVE À LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS DE PHOENIX SPI.

\*\*\*L'HYPERLIEN OUVRE UNE NOUVELLE FENÊTRE ET PRÉSENTE L'ENREGISTREMENT DE PROJET DE L'ARIM.

LES TITRES DES SECTIONS NE DEVRAIENT PAS APPARAÎTRE À L'ÉCRAN DES RÉPONDANTS.

NE PAS AFFICHER LES NUMÉROS DE QUESTIONS À L'ÉCRAN DES RÉPONDANTS.  
INCLURE UNE BARRE DE PROGRESSION.

TOUTES LES QUESTIONS SONT OBLIGATOIRES.

## Présélection

Scr1. À quel groupe d'âge appartenez-vous?

- Moins de 18 ans
  - 18 à 24
  - 25 à 34
  - 35 à 44
  - 45 à 54
  - 55 à 64
  - 65 à 75
  - 75 ans ou plus
- FIN DE SESSION : RETOUR À L'ÉCRAN 1

### ÉCRAN DE FIN DE SESSION 1

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à ce sondage, mais vous devez être âgé d'au moins 18 ans pour y participer.

Scr2. Êtes-vous?

- Homme
- Femme
- Autre
- Préfère ne pas répondre

Scr3. Où êtes-vous situé?

- Alberta
  - Colombie-Britannique
  - Manitoba
  - Nouveau-Brunswick
  - Terre-Neuve-et-Labrador
  - Territoires du Nord-Ouest
  - Nouvelle-Écosse
  - Nunavut
  - Ontario
  - Île-du-Prince-Édouard
  - Québec
  - Saskatchewan
  - Territoire du Yukon
  - À l'extérieur du Canada
- FIN DE SESSION : RETOUR À L'ÉCRAN 2

Scr.4 Au cours des deux dernières années environ, avez-vous cherché ou acheté des produits sur l'un des sites Web en ligne suivants?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Kijiji
  - Craigslist
  - eBay
  - Aucune de ces réponses
- FIN DE SESSION : RETOUR À L'ÉCRAN 2

Scr.5 Au cours des deux dernières années environ, avez-vous a cherché ou acheté l'un des éléments suivants d'un site Web en ligne?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Machines et équipements agricoles
- Avions, composants de cellules, pièces et instruments.
- Art et pièces de collection
- Automobile (voitures, camions, motocyclettes, remorques, pièces détachées)
- Bateaux et navires
- Livres et équipement d'imprimerie
- Matériaux de construction, quincaillerie et peinture
- Produits chimiques
- Équipement d'ordinateurs, pièces et accessoires
- Équipements et fournitures électriques, moteurs, générateurs, transformateurs
- Mode et accessoires
- Équipement de lutte contre les incendies, de sécurité et de sauvetage
- Mobilier (bureau, maison)
- Machinerie lourde
- Appareils électroménagers, équipement de préparation et de service des aliments
- Équipement médical, dentaire, scientifique, de laboratoire
- Instruments et accessoires de musique
- Matériel et fournitures photographiques, optiques et d'arpentage
- Matériel de plomberie, de chauffage, de réfrigération et de climatisation
- Métaux précieux
- Rebutis métalliques, de papier, de textiles, non métalliques
- Articles de sport (équipement d'exercice, équipement extérieur/intérieur, etc.)
- Outils (main et machine)
- Aucune de ces réponses

FIN DE SESSION : RETOUR À L'ÉCRAN 2

Scr6. Êtes-vous un employé du gouvernement du Canada?

- Oui
- Non

FIN DE SESSION : RETOUR À L'ÉCRAN 2

#### ÉCRAN DE FIN DE SESSION 2

**Merci de l'intérêt que vous portez à ce sondage, malheureusement vous n'êtes pas admissible au sondage.**

#### QUOTA ATTEINT : FIN DE SESSION

**Merci beaucoup d'avoir accepté de répondre à ce sondage. Nous sommes désolés, mais pour l'instant, nous avons déjà reçu un nombre suffisant de questionnaires remplis par des personnes ayant un profil similaire au vôtre.**

## Utilisation des sites en ligne

1. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux la façon dont vous utilisez [INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist]?

- En général, je ne me connecte que lorsque je cherche quelque chose de précis.  
 Je me connecte de temps à autre pour consulter les nouveautés et quand j'ai besoin de quelque chose de précis.

2. Pour laquelle des raisons suivantes avez-vous utilisé [INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist]?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Pour des intérêts personnels  
 Au nom d'une entreprise ou d'une autre organisation  
 Pour d'autres raisons. Veuillez préciser \_\_\_\_\_

3. Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans [INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist]?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- La variété des articles disponibles à la vente  
 La fréquence à laquelle de nouveaux articles deviennent disponibles dans les catégories d'intérêt.  
 Les photos/images des articles en vente  
 Le processus de paiement des articles  
 Les modes de paiement disponibles  
 [SEULEMENT LES UTILISATEURS D'EBAY] La durée de la période d'enchères.  
 Les notifications lorsque des articles sont publiés ou date de clôture d'un article d'intérêt  
 Il est facile de trouver ce que je cherche.  
 La fonction de recherche  
 La vitesse du site  
 Les options de livraison  
 Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

## Connaissance/utilisation de GCSurplus

4. Avez-vous entendu parler du site Web, GCSurplus?

- Oui [CONTINUER]  
 Non [PASSER AU TEXTE D'EXPLICATION]

5. Comment avez-vous entendu parler de GCSurplus?

- Bouche-à-oreille (p. ex. d'un ami ou d'un collègue)
- Recherche sur Internet
- Navigation sur les sites Web du gouvernement du Canada
- D'une autre façon. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- Je ne suis pas certain.

6. Au cours de la dernière année, avez-vous utilisé GCSurplus pour l'une ou l'autre des activités suivantes?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Parcourir les articles en vente
- Placer une enchère sur des articles
- S'être vu attribuer un article
- Je n'ai pas ouvert de session sur GCSurplus au cours de la dernière année.

[UTILISATEURS RENVOYÉS À LA Q10]  
[EXPLICATION ET Q7 SUR LA MÊME PAGE]

GCSurplus est un organisme du gouvernement fédéral responsable de la vente de biens excédentaires pour les ministères et organismes fédéraux. Elle vend des biens comme de l'électronique, des bijoux, des articles de collection, des articles de sport et de camping, ainsi que des articles plus volumineux comme des voitures, des VTT, des bateaux et des avions. De nouveaux articles sont mis en vente tous les jours et environ 25 000 ventes sont conclues chaque année par l'entremise du site. Le site Web attire environ sept millions de visiteurs et plus de 300 000 enchères par année.

Après s'être inscrits à GCSurplus.ca, les utilisateurs peuvent consulter les articles, placer une enchère et acheter en ligne des biens excédentaires du gouvernement fédéral. Les fonctions de GCSurplus.ca permettent de :

- chercher des articles précis;
- voir des photos et des descriptions des articles;
- suivre ses enchères actuelles et passées, ainsi que les enchères gagnantes pour les articles vendus;
- payer en ligne et recevoir les articles livrés à sa porte.

Les utilisateurs peuvent recevoir des notifications par courriel chaque fois qu'un article intéressant est mis en vente. La période d'enchères pour la plupart des articles dure de 7 à 10 jours. La livraison est disponible par l'entremise de Purolator pour la plupart des petits articles et le coût varie selon la taille et l'emplacement de l'article.

7. Dans quelle mesure, le cas échéant, êtes-vous intéressé par un site Web comme GCSurplus?

- Pas du tout intéressé
- Pas très intéressé
- Moyennement intéressé

- Très intéressé
- 8. D'après ce que vous venez de lire au sujet de GCSurplus, quelle est la probabilité que vous utilisiez ce site Web en ligne pour chercher ou acheter des produits au cours des 12 prochains mois?
  - Très improbable
  - Plutôt improbable
  - Ni l'un ni l'autre
  - Plutôt probable
  - Très probable

À DEMANDER SI PEU PROBABLE À Q8 :

- 9. Pourquoi pensez-vous qu'il est peu probable que vous utilisiez GCSurplus?  
[TEXTE]
  - Aucune raison en particulier

### Marketing et communications

[TOUT LE MONDE]

- 10. Lequel des éléments suivants est le plus susceptible de vous aider à obtenir de l'information lorsque vous envisagez d'essayer ou non un nouveau produit ou service?
  - Publicité
  - Recommandations d'amis, de membres de la famille ou de collègues
  - Expérience personnelle
  - Autre, veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]
- 11. Comment préférez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?  
Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent
  - Par le biais d'un compte de médias sociaux sur [POSER Q11a].
  - Publicité [POSER Q11b].
  - D'une autre façon. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

- 11a. Par l'intermédiaire de quels médias sociaux préféreriez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Facebook
- LinkedIn
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- Autre. Veuillez préciser : [ZONE DE TEXTE]

11b. Par quels canaux de publicité préféreriez-vous entendre parler de nouveaux produits ou services?

Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent

- Médias sociaux
- Télévision
- Radio
- Journaux
- Sites Web
- Autre. Veuillez préciser :

### Contexte

12. Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

- 8<sup>e</sup> année ou moins
- Études secondaires partielles
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- Apprenti inscrit, ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers
- Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire.
- Certificat ou diplôme universitaire inférieur au niveau du baccalauréat
- Baccalauréat
- Diplôme d'études supérieures
- Préfère ne pas répondre

POSER LES 2 PROCHAINES QUESTIONS SI ON A RÉPONDU UNE ENTREPRISE/ORGANISATION À LA Q2 :

13. Vous avez mentionné que vous utilisez [INSÉRER LE SITE DE SCR.4 / SI PLUSIEURS SITES, INSÉRER : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist] pour le compte d'une entreprise ou d'une autre organisation. Environ combien d'employés travaillent pour votre entreprise ou organisation au Canada? Veuillez inclure les employés à temps partiel comme équivalents temps plein.

- 1 (c.-à-d. travailleur autonome)
- 2 à 4
- 5 à 9
- 10 à 19
- 20 à 49
- 50 à 99
- 100 ou plus
- Préfère ne pas répondre

14. Quel est le principal secteur d'activité de votre entreprise ou organisation?

- Hébergement et services de restauration
- Services administratifs et de soutien, services de gestion des déchets et d'assainissement

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- Arts, spectacles et loisirs
- Construction
- Services d'enseignement
- Finances et assurances
- Soins de santé et assistance sociale
- Industries de l'information et de la culture
- Gestion de sociétés et d'entreprises
- Fabrication
- Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz
- Autres services (sauf les administrations publiques)
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Administration publique
- Services immobiliers et services de location et de location à bail
- Commerce de détail
- Transport et entreposage
- Services d'utilité publique
- Commerce de gros
- Autre. Veuillez préciser [ZONE DE TEXTE].

#### Personne-ressource pour la recherche qualitative

15. Seriez-vous disposé à participer à une discussion de suivi sur ces mêmes sujets afin d'explorer quelques domaines plus en profondeur? Si vous le souhaitez, vous pourriez être contacté dans les prochaines semaines pour une entrevue téléphonique de suivi par un chercheur principal. Les participants recevront une indemnité en contrepartie de leur temps. Seriez-vous prêt à participer?
- Oui
  - Non

#### Page de fermeture

Le sondage est terminé. Au nom du gouvernement du Canada, nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous faire part de vos commentaires.

## Annexe 2 : Instruments de recherche qualitatifs

### 2a : Guide d'entrevue

#### Guide d'entrevue

##### Contact téléphonique initial : Recrutement et prise de rendez-vous

- Veuillez noter que les répondants ont accepté de participer à cette entrevue lorsqu'ils ont rempli un sondage en ligne sur GCSurplus. Ils ont reçu une lettre par courriel à la suite du sondage qui contenait un lien vers le site Web et leur demandait de l'explorer.
- Expliquer le but de l'entrevue. Cette entrevue est un entretien de suivi pour explorer plus en détail certaines questions.
- L'entrevue ne durera pas plus de 30 minutes.
- Confirmer l'accord du répondant de participer à l'entrevue.
- Indiquer qu'une indemnité de 50 \$ sera versée à la fin de l'entrevue (indiquer comment).
- Fixer un rendez-vous pour l'entrevue, le cas échéant.
- S'assurer que le participant a eu l'occasion de consulter le site Web de GCSurplus avant de participer à l'entrevue et que le site de GCSurplus est ouvert sur son écran. Au besoin, offrir d'envoyer de nouveau une lettre par courriel avec un lien vers le site.

##### Entrevue : Introduction

- Remerciez la personne d'avoir accepté de participer.
  - Fixer un nouveau rendez-vous si la personne n'est plus disponible.
- Rassurez le participant.
- Rappelez-lui que les réponses sont confidentielles.
  - Votre participation est volontaire et vos réponses pendant l'entrevue demeureront confidentielles et n'influenceront pas vos interactions futures avec GCSurplus ou le gouvernement du Canada. Les renseignements que vous fournissez seront administrés conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et aux autres lois applicables en matière de protection des renseignements personnels. Les commentaires que vous fournissez ne seront utilisés qu'à des fins de recherche et ne vous seront pas attribués de façon personnelle dans les rapports résultant de cette étude.

##### Utilisation des sites en ligne

Dans le sondage que vous avez rempli, vous nous avez dit qu'au cours des deux dernières années, vous avez cherché ou acheté des articles de [INSÉRER LE(S) SITE(S) UTILISÉ(S) DE L'ENQUÊTE/SI PLUSIEURS SITES, DIRE : sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist].

1. Comment décririez-vous votre utilisation de ce site Web [ces sites Web<sup>1</sup>]? Par là, je veux dire combien de fois vous utilisez le site, depuis combien de temps, si vous le visitez seulement quand vous cherchez quelque chose de précis ou de façon plus générale, des choses comme ça.

---

<sup>1</sup> SI LE RÉPONDANT A UTILISÉ PLUS D'UN SITE WEB, UTILISER LE PLURIEL LORSQU'IL Y A LIEU DANS LE RESTE DE CETTE SECTION.

APPROFONDIR : - explorer les habitudes de consommation (fréquence, but, durée des sessions)  
- types de biens achetés, volume des biens achetés

2. Utilisez-vous ce site à des fins personnelles, professionnelles ou autres?

APPROFONDIR : - si on l'utilise à des fins professionnelles, explorer les besoins de l'entreprise  
- si on l'utilise pour d'autres raisons, explorer ces besoins

3. Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans l'utilisation de ce site Web? Y a-t-il des caractéristiques précises que vous aimez particulièrement? Quelque chose d'autre?

APPROFONDIR : - impressions générales  
- caractéristiques spécifiques appréciées  
- si plus d'un site est utilisé, approfondir pour tous les sites pertinents.

- utiliser les réponses à l'enquête pour explorer PLUS en profondeur les caractéristiques sélectionnées : variété d'articles, fréquence des nouveaux articles, photos des articles, processus de paiement, méthodes de paiement, durée du processus d'enchères, notifications, facilité de recherche, fonction de recherche, vitesse du site, options de livraison.

4. Y a-t-il quelque chose que vous n'aimez pas dans l'utilisation de ce site Web? Y a-t-il quelque chose qui rend ce site difficile à utiliser ou moins utile pour vous? Quelque chose d'autre?

5. Y a-t-il d'autres sites de petites annonces ou d'enchères en ligne que vous utilisez? Si oui, quels autres sites utilisez-vous? A quoi servent-ils?

Approfondir : - explorer le(s) site(s) supplémentaire(s) en utilisant les mêmes questions d'approfondissement que celles ci-dessus.

## GCSurplus

Avant cette entrevue, nous vous avons envoyé un lien vers le site Web de GCSurplus et nous vous avons demandé de l'examiner. Les questions qui suivent concernent ce site.

6. Premièrement, d'après votre examen du site Web de GCSurplus, quelle est votre impression générale à son sujet? Pourquoi?

APPROFONDIR : - perception globale et raisons

7. Qu'est-ce qui vous a plu le plus sur le site Web? Y a-t-il des caractéristiques spécifiques que vous avez particulièrement appréciées? Quelque chose d'autre?

8. Y a-t-il des aspects que vous n'aimez pas sur le site Web? Y a-t-il quelque chose qui rend ce site difficile à utiliser ou moins utile pour vous? Quelque chose d'autre?

9. Avez-vous trouvé des produits qui vous intéressaient sur le site? Sinon, pourquoi?
10. Aimerez-vous être avisé lorsque de nouveaux produits sont ajoutés à GCSurplus.ca? Sinon, pourquoi? Si oui, comment? Approfondir : méthode de notification, fréquence des alertes, contenu des alertes (par exemple, doivent-elles contenir des liens vers les produits?)
11. Le site Web était-il facile à utiliser? Sinon, pourquoi? Comment pourrait-il être rendu plus facile d'utilisation?
12. Avez-vous des suggestions pour améliorer le site et le service en ligne afin de le rendre plus utile pour vous?
13. Dans quelle mesure est-il probable que vous utilisiez ce site Web pour chercher ou acheter des produits dans les 12 prochains mois? Si ce n'est pas probable, pourquoi?

### **Marketing et communications**

Passons brièvement au marketing et aux communications pour promouvoir l'utilisation de GCSurplus.

14. Selon vous, quelle serait la meilleure façon de renseigner les Canadiens comme vous - les gens qui utilisent des sites de petites annonces ou d'enchères en ligne comme eBay, Kijiji et Craigslist – sur le site de GCSurplus?

APROFONDIR : - publicité, médias sociaux, autres

15. Si vous deviez produire des communications pour encourager les gens à consulter GCSurplus, que diriez-vous? Comment en feriez-vous la promotion?
16. Quelles sont les caractéristiques ou quels sont les aspects du service sur lesquels les communications devraient être axées? Quelque chose d'autre?

### **Conclusion**

17. Avez-vous d'autres commentaires ou suggestions sur les questions dont nous avons discuté avant de conclure l'entrevue?

Inscrivez le nom, le poste, le numéro de téléphone, la durée et la date de l'entrevue, l'adresse à laquelle envoyer l'indemnité.

### **Annexe 3 : Tableau des données d'enquête**

Données tabulées (sous pli séparé)